

*С. Ердәулетов  
Ж. Алиева  
А. Жұмаділов*

# **ТУРИЗМ ГЕОГРАФИЯСЫ**

*«Туризмология негіздері»  
пәні бойынша оқу құралы*

**BOOK PLUS**  
**Алматы**  
**2012**

**ББК 75.3я7**

**Е 69**

*Баспаға әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті  
география факультетінің Ғылыми кеңесі және Редакциялық-баспа  
кеңесі шешімімен ұсынылған*

**Пікір жазғандар:**

*география ғылымдарының докторы, профессор Ш. М. Надыров*

*география ғылымдарының докторы, профессор А. Р. Медеу*

*география ғылымдарының докторы, профессор О. Б. Мазбаев*

**Ердәулетов С. Р., Алиева Ж. Н., Жұмаділов А. Р.**

**Е 69 Туризм географиясы:** «Туризмология негіздері» пәні бойынша  
оқу құралы.— Алматы: «BOOK PLUS» баспасы, 2012.— 356 б.

**ISBN 9965-29-761-4**

Туризм көпқырлы, кеңістікте жайылған әлеуметтік-экономикалық құбылыс ретінде жүйелі түрде қарастырылған.

Кітапта туризм дамуының алғышарттары, оның халық шаруашылық салалары жүйесіндегі орны, ғылыми-техникалық революция жағдайындағы даму факторлары мен шарттары, негізгі критерийлері мен ұғымдары, аумақтық рекреациялық құндылықтарын бағалау критерийлері мен әдістері, туристік аудандастыру, туристік өнімді өндіру және сату сияқты мәселелер қарастырылған.

Туризм мамандығы бойынша оқитын ЖОО студенттеріне, сонымен қатар, туристік-өлкетану жұмысының негіздерін оқытатын мектептерде, гимназияларда және басқа оқу орындарына арналған. Сондай-ақ, оқу құралы туристік-рекреациялық пәндері жүргізетін оқытушыларға, туризм қызметкерлеріне және туризмге қызығушылық білдіретін оқырмандарға арналған.

**ББК 75.3я7**

**ISBN 9965-29-761-4**

© Авторлық ұжым, 2012.

© «BOOK PLUS» баспасы, 2012.

## КІРІСПЕ

Туризм байырғы заманнан бері дамып келуде, дегенмен бұл әлеуметтік-экономикалық құбылыспен байланысты ғылым тек XVIII ғасырдың соңына қарай ғана пайда болды. Осы саладағы ауқымды зерттеулер XIX ғасырдың екінші жартысынан бері жүргізілуде. Туризм мәселелерімен ден салып айналысқан алғашқы ғылым география болды, сондықтан туризм географиясы дүниеге келген және оның өркендеуі XX ғасырдың 30-шы жылдарына келеді. Кейінірек туризммен басқа да ғылымдар айналысатын болды, енді туризм мәселелерін 20 жуық ғылыми пәндер зерттеуде. Алайда туризмді тұтас шаруашылық жүйесі ретінде кешенді түрде зерттейтін болғандығынан туризм географиясы ең басты ғылым болып табылады. Басқаша айтсақ, тек қана туризм географиясы туристік іс-әрекеттің табиғи-географиялық, әлеуметтік-экономикалық, экологиялық, саяси, ғылыми-техникалық және басқа да қырларын зерттейтін жалғыз ғылым деп айтуға болады [1].

Географияның туризмді зерттейтін ғылымдар арасындағы жетекші рөлінің себебі – туризмнің Жер кеңістігін танып білуге бағытталғандығында, географиялық ортамен, қоғаммен, оның қоғамдық және әлеуметтік-шаруашылық іс-әрекетімен тығыз байланыстылығында. Осындай кеңістікті тану бөлек елдер, аумақтар мен құрлықтар аумақтарымен тығыз байланысты. Дәл осы себептен «туризм» мен «география» ұғымдары бір-бірінен айырылмайтын ұғымдар, өйткені география табиғи және әлеуметтік-экономикалық құбылыстарын олардың кеңістіктегі (аумақтағы) орналасуына қарай зерттейтін ғылым болып табылады. Географияның зерттеу ауқымы кең, синтетикалық сипатқа ие: бұл ғылым жаратылыс ғылымдары (географиялық ортаны зерттеу) және қоғамдық ғылымдарының (адам қоғамының тұрмысы мен шаруашылығын зерттеу) түйіскен жерінде орналасады. Барлық қоғамдық, әлеуметтік және экологиялық үрдістер белгілі бір аумақта орын табады. Әрбір аталған объект бір жағынан функцияларын дербес түрде орындауымен бірге, бір-бірімен және де аумақпен өзара әрекеттеседі. Бұл жағынан территорияны халық тіршілігінің интеграторы деп атауға болады.

Осыған орай, географиялық ортаның біліміне сүйеніп, кеңістік құбылыстары мен үрдістердің анализы мен синтезін дұрыс өткізетін географ қана туризммен байланысты әлеуметтік-экономикалық және экологиялық құбылыстарын терең түсіндіре алады.

Дәл осы себептен туризм мамандарын даярлау университеттердің география факультеттерінде жүргізілуі керек. География басқа ғылымдарға қарағанда болашақтағы туризм мамандарына бар қажетті білім мен дағдыларын бере алады. Жоғарыда айтылғандай, география қоғамдық (әлеуметтік-экономикалық) үрдістерді кеңістіктегі орналасуына байланысты түрде қарастырады, ал туризм болса, ең алдымен кеңістікте орналасқан әлеуметтік-экономикалық құбылыс болып табылады.

Туризм географиясы – туризмнің аумақтық (кеңістіктік) ұйымдастырылуын зерттейтін ғылым, оның зерттеу пәні – кеңістіктегі туристік құбылыстар формалары мен қатынастарының және оларға байланысты үрдістердің анализы мен синтезін жасау болып табылады.

Туризм кешенді құбылыс ретінде пәнаралық зерттеулер объектісіне айналды. Осындай пәнаралық зерттеулер негізінде жаңа ғылым – туризмология аяғына тұрып келе жатыр; туризмологияның дамуына география, экономика, менеджмент, маркетинг, социология, психология, медицина, курортология, экология, педагогика, сәулет өнері мен қала құрылысы, заңтану, аудандық жоспарлау және басқа да жаратылыстану, гуманитарлық, қоғамдық және техникалық ғылымдар өз үлесін қосуда. Бұл жағынан, географиямен салыстырсақ, басқа ғылымдар туристік іс-әрекеттің тек бір бөлігін немесе кейбір қырларын ғана зерттеуімен айналысады (мысалға, туризм экономикасы туристік іс-әрекеттің экономикалық немесе өндірістік аспектілерін; туризм педагогикасы – туристік мамандарын даярлаудың педагогикалық негіздерін зерттейді және т.с.с.). Ал, географияны қарастырсақ, туризм жөніндегі кешенді интегралдық-синтетикалық ғылым ретінде ол қазір қалыптасып келе жатқан туризмология рөлін орындай алады.

Сондықтан туризмнің ғылыми зерттелуі мен туристік мамандарын даярлау жүйесі университеттердің география факультеттерінде пайда болып дамыған [2].

Қазіргі кезде егеменді Қазақстанның алдында бұрын болмаған мәселелерді шешу міндеттері тұр, оның ішінде туристік кадрларды даярлау мәселесі. Бұл жолда бірталай жетістіктермен бірге кемшіліктер де бар. Қазір туризм саласы үшін кадрларды 25 астам ЖОО дайындайды [3]. Бірақ, өкінішке орай, осы ЖОО-да көбінде білім беру деңгейі өте нашар, себебі оларда не білікті оқытушылар, не материалдық база, не оқу және кәсіби тәжірибелік базалары жеткілікті емес. Авторлардың пікірінше, осындай ЖОО санын қысқартып, дәрежесін көтеру қажет, атап айтсақ, Қазақстанның бес аймағында бір университеттен, Алматыда 2-3 университет қалдырып білім беру сапасын өңдеу керек. Тек осындай шаралар қолданылса ғана жоғары білікті туристік мамандарын даярлау сапасы қажетті деңгейге жетпек.

Алдымыздағы оқулықты әзірлеу жұмысының негізінде туризм ғылымына, оның ішінде ең алдымен рекреациялық туризм, туризм экономикасы ғылымдарына ойдағыдай үлес қосқан кеңесодақтық географтары мен экономистердің еңбектері жатыр: В.И. Азар, А.Ю. Александрова, М.А. Ананьев, М.Б. Биржаков, Ю.А. Веденин, В.Г. Гуляев, И.В. Зорин, В.А. Квартальнов, Б.Н. Лиханов, Н.С. Мироненко, Л.И. Мухина, В.С. Преображенский, И.И. Пирожник, И.Т. Твердохлебов, Н.И. Кабушкин, В.Б. Сапрунова, П.Г. Царфис және т.б.

Сонымен қатар, Батыс елдерінің бірталай авторларының еңбектері қолданылды: Ф. Ашер, П. Барнс, Р. Буркарт, Г. Ваккерманн, Т. Велан, Г. Гуибилато, К. Крапф, С. Медлик, В. Унцикер, Д. Уокер, А. Холден, С. Холл және т.б.

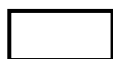
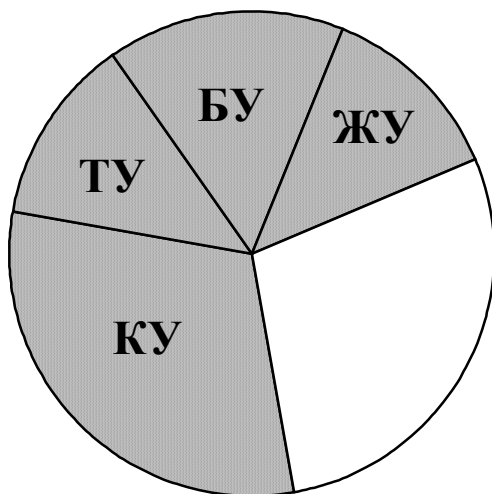
Бұл еңбекте С.Р. Ердәулетовтің Варшава, Лодзь, Познань, Ягеллон университеттеріне жасалған іссапарларындағы ғылыми тәжірибесі және поляк мамандарының (С. Лещицкий, А. Костровицкий, Я. Варшиньска, Я. Гезгала, С. Лишевский, А. Марш, М. Милеска, О. Рогалевский, К. Пшеславский, А. Яцковски, М. Бочваров, А. Ковальчик, В. Гаворецкий және т.б.) туризм географиясы мен экономикасы саласындағы жұмыстары қолданылды.

## 1-ТАРАУ

### РЕКРЕАЦИЯЛЫҚ ГЕОГРАФИЯНЫҢ ТЕОРИЯЛЫҚ НЕГІЗДЕРІ

#### § 1 Рекреациялық географияның негізгі түсініктері

Рекреациялық географияның негізгі түсініктері болып бос уақыт, демалыс, рекреация және туризм саналады. Бос уақыт – рекреациялық үрдісі дамуының алғышарты. Бос уақыт белгілі бір заманның, кластың, әлеуметтік топтың ерекшеліктеріне байланысты динамикалық категория. Ол көлемі және мазмұны жағынан өзгеріп тұрады. Бос уақытты жұмыстан тыс уақытпен шатастырмау керек: ол жұмыстан тыс уақыттың тек бір бөлігі ғана. Осындай шатастыру теориялық жағынан қате болғанымен бірге, шынында зиянды болып табылады, өйткені жұмыстан тыс уақыт шеңберіндегі бос уақыт көлемін көбейтудің қосымша мүмкіндігін іздеуді тежейді. Жұмыстан тыс уақыт өзінің мәні жағынан ерекшеленетін төрт топтан тұрады: 1) үйден жұмыс орнына дейін баруға және қайтуға арналған уақыт; 2) күнделікті қажеттілікті өтеуге арналған уақыт (ұйқы, тамақтану, жеке тазалық); 3) үй шаруашылығы және тұрмыстық қажеттілікті өтеуге арналған уақыт; 4) бос уақыт – демалуға, бұлшық ет және рухани күшін қалпына келтіруге және дамытуға арналған уақыт. Сонымен, жұмыстан тыс уақыт екіге бөлінеді: міндетті түрдегі уақыт және басқа іс-әрекеттерден босатылған уақыт (1-сурет). Бос уақыт адамның бұлшық ет және рухани күш-қуатын қалпына келтіріп, дамытуға жұмсалады. Бос уақыт, басқаша айтқанда, белсенді әрекетке жұмсалады. Осылай десек те, бос уақыт демалуға арналған деп айтамыз. «Белсенді іс-әрекет» пен «демалыс» ұғымдары бір-біріне сәйкес келмейтін секілді көрінуі



- жұмыс уақыты



- жұмыстан тыс уақыт

**ЖУ** – жұмыс орнына жету және қайтуға арналған уақыт

**ТУ** – үй шаруашылығына және тұрмыстық қажеттілікті өтеуге арналған уақыт

**КУ** – күнделікті қажеттілікті өтеуге арналған уақыт (ұйқы, тамақтану, жеке тазалық)

**БУ** – демалысқа және физикалық, интеллектуалдық дамуына арналған уақыт (бос уақыт)

1-сурет. Еңбекші халықтың тәуліктік-жиындық уақытының құрылымы [1]

мүмкін. Бірақ физиологтардың зерттеулері бойынша, жақсы демалыс дегеніміз адамның іс-әрекет түрлерінің алмасып тұруы екендігін көрсетеді. Бос уақыт кезіндегі әрекеттердің адамның басқа іс-әрекеттерінен мынадай айырмашылықтары бар: нәтижелі болуымен бірге өзіндік маңызына ие болуы. Себебі қажеттіліктердің үлкен бөлігі мұндай жағдайда нәтижелерімен емес, үрдіс кезінің өзінде өтеледі.

Бос уақыттың негізгі екі функциясы бар: 1) адамның күшін қалпына келтіру функциясы; 2) физикалық және рухани даму функциясы. Қалпына келтіру (психофизиологиялық) функциясына тамақтану, ұйқы, қозғалыс жатады. Даму (рухани-интеллектуалды) функциясына сауықтыру, танымдық, қатынас жасау жатады (В.М. Кривошеев, 1978).

Жоғарыда айтылғанға сүйеніп «рекреациялық іс-әрекет» анықтамасын беруге болады. Рекреациялық іс-әрекет – бұл адамның бос уақытында пайда болатын физикалық және психикалық күшін қалпына келтіру және өз-өзін жан-жақты дамыту мақсатында орындалатын іс-әрекет.

Рекреациялық іс-әрекет адамның қолы бос уақытында өтеледі. Қолы бос уақыт екі бөліктен тұрады: 1) бос уақыт немесе демалуға арналған уақыт және 2) бұдан гөрі күрделі жоғары дәрежелі іс-әрекеттерге арналған уақыт.

Пайдалану сипатына қарай бос уақыт күнделікті, апталық және жыл сайынғы бос уақыт болып бөлінеді. Бос уақыттың осылай бөлінуі демалыс құрылымын зерттеу кезіндегі әдістемелік негізі болып табылады. Сондықтан бос уақыт рекреациялық іс-әрекетті мерзімділік және территориялық белгісі бойынша қарастыруға мүмкіндік береді. Күнделікті бос уақытты пайдалану немесе күнделікті рекреация қала ішіндегі күнделікті демалыспен байланысады. Апталық рекреация қала маңындағы рекреациялық объектілердің орналасуына байланысты болады. Ал жыл сайынғы рекреация негізінен курорттық рекреациялық объектілерімен байланысады. Сондықтан, бос уақыттың бөлінуі бойынша рекреацияның келесі түрлерін айырамыз: қала ішіндегі рекреация; демалыс күндеріндегі (уикэнд), қала маңында іске асатын апталық рекреация немесе жергілікті рекреация; демалыс немесе каникул кездерінде болатын жыл сайынғы рекреация.



Тұрмыста, ғылымда бір-біріне жақын екі ұғым – демалыс пен бос уақыт ұғымдары қолданылады. Олардың мағынасы жақын болса да, дегенмен, айырмашылықтары да бар.

Демалыс деген «тәуелді» ұғым: оның мағынасы тек «еңбек» ұғымымен бірге қостасқанда түсінікті болады.

Әдебиетте қарама-қарсы категориялар – «еңбек» пен «демалыс» диалектикалық біртұтастықта қарастырылады. Демалыссыз еңбек те, еңбексіз демалыс та болмайды. Осындай формула «еңбек-демалыс» адамның әлеуметтік-биологиялық мәніне негізделеді. Биологиялық энергияны толықтырғызбайтын «абсолюттық» еңбек ағзаның азуына және өлімге апарып соғады. Бұған жаратылыс табиғи тосқауыл қойған: оның аты – шаршау, ал шаршаған адам белсенді болсын, пассивті болсын, демалыс арқылы қалпына келу әдісі бар. Белгілі социолог А.С. Орловтың айтуынша, демалыс дегеніміз – ол «ең жоғары деңгейдегі еңбек қабілетін сақтау әдісі» болып табылады [4].

Шектен шыққан «абсолюттық демалыс» та зиянды. Жүк түспеген ағза ақырында босап кетеді, төзімділігінен айырылады, адамның еңсесі түсіп қалады. Бұның бәрі шаршаудың салдары, бұл жолы еңбектен емес, демалыстан шаршау. Ағзаның тонусын дұрыс көтермелеу үшін ерекше бір жаттығу, яғни еңбек қажет.

Осындай «еңбек-демалыс» қос категориясын қолдансақ, демалысты адамның биологиялық тіршілігінің формасы ретінде түсінуімізге болады.

Демалыс адамның жұмыс істеу қабілетін қалпына келтіреді, жүйке жүйесіне және психологиясына тиетін қысымды бәсеңдетеді, ал ауыр жұмыспен айналысатын адамдардың физикалық қысымын да азайтады. Н.С. Мироненко мен И.Т. Твердохлебовтың айтуынша (1981), демалыс – бұл күнделікті қажеттіліктерін қанағаттандыруға бағытталмаған қандай да бір болмасын адамның іс-әрекеті. Демалыс халықтың қоғамдық өмірінің бір бөлігі, сондықтан ол әлеуметтік категория болып табылады. Демалыс кезіндегі адамның іс-әрекеттерінің жіктелуі мынадай:

1. Белгілі бір физикалық ауырлықпен байланысты іс-әрекет (серуендеу, спортпен шұғылдану);
2. Әуесқойлық әрекеттермен шұғылдану – аңшылық, балық аулау, саңырауқұлақ пен жеміс-жидек жинау және т. б.;

3. Өнер әлеміне бейімделу (театрға, концертке, мұражайларға бару), өнер саласындағы шығармашылық (көркем өнер, ағашты зерделеу және т. б.);

4. Интеллектуалдық іс-әрекет (көркем әдебиет, газет, журналдарды оқу, теледидарды көру);

5. Еркін тақырыпта әңгімелесу, сұхбаттасу, өз таңдауына байланысты сөз табысу;

6. Белсенді (ойнау, билеу) немесе пассивті түрде көңіл көтеріп, серігу;

7. Көңіл көтеру үшін саяхат жасау [5].

Аталған факторлар, әсіресе саяхат кезінде, өзара күрделі қатынастарда тұрады.

Демалыс түсінігімен қатар, география, социология мен қала құрылысы аяларындағы ғылыми жұмыстарында рекреация, рекреациялық іс-әрекет, рекреациялық үрдіс түсініктері де жиі қолданылады, себебі еңбек студінің және бос уақытты пайдалану түрлерінің өзгеруі демалысқа да қатты әсерін тигізеді. Жақсы демалыс – бұл жай жатып, тынығу емес, ол – адамның іс-әрекет түрлерінің ауысып тұруы. Шынында да, адам өзінің бос уақытын сауықтыру немесе спорттық, мәдени, танымдық мақсат үшін жұмсайды. Мысалы, санаторийлерде, демалыс үйлерінде, пансионаттар мен демалыс базаларында болған кезде адам жиі белсенді жорыққа және экскурсияларға шығып тұрғаны жөн. Осындай саяхаттар адамның тұрғылықты жерінен тыс жерде арнайы аумақтарда іске асады, яғни рекреация арқылы адам өзінің физикалық және рухани күшін қалпына келтіреді.

Рекреация дегеніміз этимологиялық мәндердің жинағы: *resreatio* (латынша) – қайта қалпына келу, *récréation* (французша) – демалыс, көңіл көтеру, іс-әрекеттің өзгеруі.

Рекреация ұғымының қазіргі мағынасының әлеуметтік мәні басым болып келе жатыр. «Рекреациялық іс-әрекет дегеніміз адамның бос уақытында физикалық және психикалық күшін қалпына келтіру, оның жан-жақты дамуы мақсатында өткізілетін іс-әрекеті. Адам іс-әрекетінің басқа бағыттарына қарағанда рекреациялық іс-әрекет адам жасайтын істерінің әртүрлілігімен және үрдістің өзіндік құндылығымен сипатталады» [6].

Осы анықтамада рекреациялық іс-әрекеттің әлеуметтік сипаты ерекше көрсетіліп, оның ең маңызды ерекшеліктері орын табады. Біріншіден, уақыттың бос уақытымен байланысы, екіншіден өзіндік құндылығы, яғни мұнда адам үшін мақсатқа жетуде іс-әрекет үрдісінің өзі де маңызды.

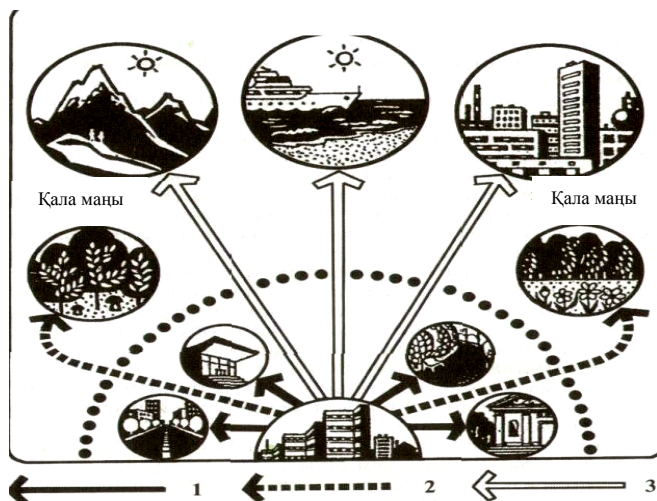
Сөйтіп бос уақытта көңіл көтеру мен рекреация ұғымдарының мағынасы бір біріне жақындап қалады.

«Рекреация – бұл халықтың тұрақты жерінен тыс жердегі арнайы мамандандырылған аумақтарда тәуліктік, апталық және жылдық өмір циклдеріндегі, адамның бос уақытын пайдалану кезінде іске асатын сауықтыру, танымдық, спорттық және мәдени-көңіл көтеруге арналған қатынастар мен құбылыстар жиынтығы» (Н.С. Мироненко, И.Т. Твердохлебов, 1981). Бұл анықтамада миграциямен бірге осыған байланысты барлық құбылыстар мен қатынастар кешені, оның ішінде экономикалық іс-әрекет пен қызмет көрсетудің барлық техникалық-экономикалық тетіктері орын табады.

Бос уақыттың күнделікті, апта және жыл сайын болатын демалысқа бөлінуі әдістемелік жағынан өте пайдалы: осының негізінде демалыс құрылымы мен бос уақытты рекреациялық мақсатта пайдалануды зерттеуге болады. Бос уақытты осындай жіктелуі арқылы рекреациялық іс-әрекетті кезеңдер мен аумақтар бойынша қарастыруға болады. Күнделікті бос уақыт пен күнделікті демалыс адам мекенжайымен, қала ортасымен және оның кеңістіктегі ұйымдастырылуымен байланысты. Апта сайынғы демалыс қала маңының рекреациялық нысандарының орналасуына тәуелді. Жыл сайынғы бос уақытты пайдалану курорттық түрлі рекреациялық нысандардың орналасуымен байланысты. Осындай жіктелуге орай елді мекен ішіндегі рекреацияны (демалысты); апта сайынғы уикэндтегі қала маңындағы рекреацияны (жергілікті рекреация); жүйелі демалыс немесе каникул кезіндегі жыл сайынғы рекреацияны (аудан ішіндегі, жалпы мемлекеттік, харықаралық) бөліп атауға болады (2-сурет).

Ұзақтығы жағынан рекреация қысқа және ұзақ (1 тәуліктен аса) мерзімді болып бөлінеді. Қысқа мерзімді рекреацияда демалушы өзінің тұрақты жеріне түнеуге қайтып келеді, ал ұзақ мерзімді рекреация кезінде адамдар өзінің тұрақты жерінен тыс

жерде түнейді. Қысқа мерзімді рекреация аумақтың табиғи зоналарымен (бір-екі сағат қашықтықта) шектелсе, ұзақ мерзімді рекреация тек қана аумақпен шектелмейді, функционалдық зонадан басталып, ғаламдық масштабқа дейін қамтылады. Ұзақ мерзімді рекреация өзінің мәні жағынан туризм сияқты терең ұғыммен сәйкес келеді.



1 – күнделікті демалыс; 2 – апта сайынғы демалыс;  
3 – жыл сайынғы демалыс

**2-сурет.** Бос уақыт мерзімдері мен рекреациялық кеңістіктерді таңдап алу арасындағы ұйқастығы (Н. Кючукова, Т. Крыстев, 1972)

Туризм – (француз сөзі *tourisme* – серуендеу, саяхат жасау) – бос уақытты тұрақты жерінен тыс жерде өткізудің бір түрі. Рекреацияға немесе демалысқа қарағанда, туризм – мағынасы тар түсінік. Қазіргі ғылыми әдебиеттер бойынша «туризм» – бұл адамдардың тұрғылықты жерінен тыс жерге саяхаттау және тұрақтау барысында пайда болатын қатынастар мен құбылыстар жиынтығы. Әрине, егер де бұл тұрақтау ұзақ уақыттық қоныстану немесе ақша табу мақсатымен уақытша қоныстануға айналып кетпесе. Сонымен, туризм – бұл тұрақты жерінен тыс

жерде 24 сағат немесе одан артық уақыт ішінде болатын рекреацияның барлық түрі. Басқаша айтсақ, туризм ұғымына туризмнің дәл өзі де (маршрут бойынша саяхат жасау, жорықтар, табиғи кедергілерден өту және т. б.), санаторлық-курорттық демалыс та, іссапарлар да жатады.

Туризмнің тұжырымдамалық ұғымын швейцар ғалымдары В. Унцикер мен К. Крапф, кейін туризм аясындағы ғылыми сарапшыларының халықаралық ассоциациясы берген. Бұл ұғым жүйелі тегікке негізделеді. Бұлар туризм деп «адамдардың өз мекендейтін жерінен тыс жерде табыс табу мақсатын іздемей саяхат пен қысқа уақыт болуларына қатынасты құбылыстар мен қатынастар жиынтығын» атаған [7].

Арнайы әдебиетте туризм белгілі бір «ұғымдар шеңберінде» көрсетіледі. Бұл шеңберге адамның үйренішті жерінен тыс жерде болған кезіндегі шаралары кіреді – сауығу, болмысты тану, туған-туысқандары мен жолдас-жораларына бару, іскерлік және кәсіби шараларда қатысу, мінажат ету, емделу және т. б. Әрине, туризмді құры жай шаралар тізімімен шектеу дұрыс емес, дегенмен, осындай анықтама туризмнің шекараларын шамалауға мүмкіндік береді.

Туризмнің рекреацияның «көлеңкесінен» шығып, өзіндік дамуына байланысты, туризм мен рекреацияны дұрыстап айыру мен ғылыми анықтамаларын түзету қажеттілігі пайда болды. Рекреация субъектінің ерекше бір биологиялық белсенділігі болып табылса (бұл рекреацияда әлеуметтік компоненті жоқ деген сөз емес, мұнда тек қана оның биологиялық басымдығы көрсетіледі), туризм ең алдымен әлеуметтік-экономикалық іс-әрекет сферасы болып анықталады.

Рекреацияға қарағанда туризм әлеуметтік мағынасы бойынша бос уақыт категориясына жақынырақ және оның экономикалық компоненті өте маңызды, сондықтан туризмді кейде «бос уақыт индустриясы» деп те атайды. Бұл жайт екі маңызды нәрсені бөліп көрсетеді: біріншісі – халықтың (әсіресе дамыған елдерде) бос уақыты туризммен толтырылады; екіншіден, туризм адамның қамын ойлайтын экономиканың жылдам дамып келе жатқан толыққанды саласына айналды [2].

Туризмнің әлеуметтік-экономикалық мағынасы, оның кең ауқымы, бұқаралығы және маңызы оны «демалыс», «бос

уақыт», «рекреация», «туризм» ұғымдарының қатарындағы орнын бөліп көрсетеді.

Мағынасымен бірге, туризм мен рекреацияның көлемі де бірдей емес. Рекреация қысқа мерзімді рекреациялық белсенділікті күнделікті өмір шеңберінде қамтиды. Туризм болса осындай әдеттілікті, күнделікті сипатын, қарапайымдықты жоққа шығарады. Осыған орай түрткі жағынан туристік іс-әрекетке ұқсас, бірақ адамдардың үйренішті ортасында өткізілетін қысқа мерзімді сауықтыру, көңіл көтеру, мәдени-танымдық және т. б. шаралар туризм шеңберіне кірмейді.

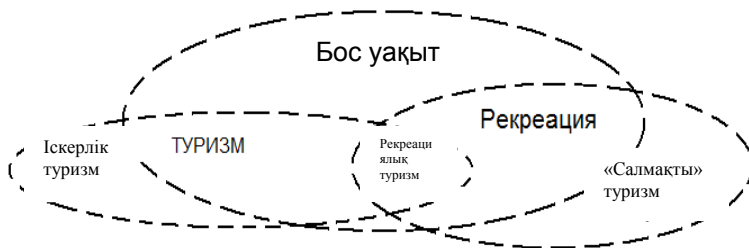
Тағы бір айырмашылық: қызмет бабындағы саяхаттар (іссапар өтетін жерде табыс табу мақсаты болмаса) туризмнің бір бөлігі болып табылса, адамның кәсіби іс-әрекеттері рекреацияға жатпайды. Дүниежүзілік туристік ұйым (ЮНВТО) іскерлік туризмге съездерге, жиналыстарға, ғылыми конгрестер мен конференцияларға, жармеңкелерге, көрмелерге қатысу мақсатында жасалған қызмет сапарларын жатқызады [2].

ЮНВТО – БҰҰ Дүниежүзілік туристік ұйымы, 1975 жылы құрылған. Оған әлемдік туризм индустриясында басты рөл ойнайтын елдер кіреді. Орталығы Испания астанасы Мадридте орналасады. ЮНВТО статистикалық мәліметтердің талдауымен, трендтерді (ұзақ мерзімді тенденцияларды) анықтаумен, мүшелеріне туризмді жоспарлау мен ұйымдастыруда көмек көрсетумен айналысады (С. Меллик, 1995).

Сөйтіп, туристік іс-әрекет әрқашан рекреациялық, ал рекреациялық іс-әрекет туристік іс-әрекет болмайды. Мұндай көзқарасты көптеген ғалымдар қолдайды, ал кейбіреулері, мысалға, ағылшын географтары С.М.Холл мен С. Дж.Пейдж [8] күрделі сұлбаларды құрастырады. 3-ші суретте еңбектің, бос уақыттың, рекреация мен туризмнің қатынастары көрсетілген: бұл сұлба рекреация ұғымының одан әрі әлеуметтену тенденциясын айқындайды. Штрих сызықтар қарастырылған ұғымдар арасындағы шекараларының анық еместігін көрсетеді. Еңбек бос уақытқа қарама-қарсы қойылады, бірақ еңбек пен бос уақыт әрекеттері ұйқасып кететін екі сфера бөлінеді. Біріншісі – өндірістік қажетімен жұмыс уақытында орындалатын іскерлік туризм. Басқа туристік сапарлардан бөлек тұрса да, ол бәрі бір туризмге жатады. Екінші сфера – «қомақты», «байыпты»,

«салмақты» туризм, яғни шығармашылық жұмыстың жалғаса беруі, кәсіби біліктілікті жетілдіру, жұмыстан тыс уақытта қоғамдық іс-әрекеттермен айналасу. 3-ші сурет рекреация мен туризмнің бір-біріне жанасатын, бір-біріне еніп тұратын салалар екенін анықтайды.

Арнайы батыс әдебиетінде «таза» туризм (іскерлік, білім алу), «таза» рекреация (күнделікті жердегі қысқа мерзімді рекреациялық белсенділік), өтпелі формасын – түйісу облысына жататын рекреациялық немесе емдеу және сауықтыру туризмі және туризмнің шекаралас түрлері бөлінеді. Олардың ішінде мәдени-танымдық, спорттық, діни туризм «таза» және рекреациялық туризмнің арасында, ал дачаға бару сияқтылары рекреациялық туризм мен «таза» рекреация арасында орналасады [2].



**3-сурет.** Бос уақыт, рекреация мен туризм арасындағы қатынастар  
(С.М. Холл, С. Дж. Пейдж, 1999)

Жоғарыда айтылғаннан мынадай қорытынды жасауға болады: «демалушы» және «рекреант» – кең мағынадағы түсініктер, ал «турист» – тар мағынаны білдіреді. Бос уақытын үйінде жатып, өткізетін адамдар демалушыларға жатса, рекреанттар бос уақытын тұрақты жерінен тыс жерде өткізетін адамдар болып есептеледі. Соңғы айтылғанға түнеуге қалмайтын адамдар да жатады. Ондай рекреанттарды «экскурсанттар» деп атаймыз. Ал «экскурсия» латын тілінен келген сөз – жол жүру, серуендеу, көрікті көз тартарлық

объектілерді аралап көру деген мағынаны білдіреді (мәдени ескерткіштер, мұражайлар және т. б.).

«Экскурсия – бұл танымдық, ағартушылық, ғылыми, спорттық немесе ойын-сауық мақсатты көздейтін, түнеуге тоқтамай 24 сағаттан аспайтын саяхат немесе серуен жасау». «Туризм» және «экскурсия» түсініктері өзара өте тығыз байланыста болады. Экскурсия қызметі барлық маршруттарда туристерге көрсетіледі. Автобус, пойыз немесе кемемен саяхат жасағанда, әрбір аялдамасында туристерді экскурсия жүргізушілері күтіп тұрады. Олар туристерге қызықты жерлер туралы толық мәлімет береді, олай болмаған жағдайда саяхат өзінің мәнін жоғалтар еді. Экскурсиялардың тақырыптары қызықты, мазмұнды және алуан түрлі болуы қажет.

Әрбір туристік саяхаттың міндетті бөлігі бола тұра, экскурсия оның танымдық мағынасын қамтамасыз етеді. Экскурсиялар туристі қызықтыратын жерлер туралы қажетті ақпарат беріп тұрмаса қандай да болсын саяхат не сапар қызықсыз, ішті пыстыратын әрекетке айналар еді. Осындай ақпарат беру қасиетімен бірге экскурсия жұртқа мәдени-бұқаралық қызмет көрсетуінің бір түрі болып табылады. Экскурсиялар елдің саяси, экономикалық және мәдени өміріндегі оқиғалар жөніндегі мағлұматтарды туристерге жеткізуі тиіс. Олардың тақырыптары кең ауқымды және әртүрлі.

Егер де, жоғарыда айтылғандардың барлығына қорытынды жасасак, мынаны аңғаруға болады: адамның бос уақытындағы әрекеттерінің барлығы да «демалыс» деген кең түсінікке жатады, ал қалғандары соған кіреді. Демалысқа адамның үйде де, үйден тыс жерде де айналысатын барлық рекреациялық іс-әрекеттері кіреді. Төменгі сатыға «рекреация» немесе үйден тыс жердегі демалысты қосуға болады. Оған «туризм» де, «экскурсия» да кіреді. Рекреация туризмнен кеңірек түсінік, өйткені оған экскурсия, саябақтағы демалыс және басқа да рекреация түрлері енеді. Ал туризм дегеніміз, демалыс пен рекреацияға қарағанда, өте тар мағынадағы түсінік. Туризм – демалыстың да, рекреацияның да бір түрі. Экскурсия демалыстың да, рекреацияның да бір түрі болуы мүмкін (мысалы, туған қаладағы экскурсияны демалысқа, басқа қаладағы экскурсияны рекреацияға жатқызуға болады); соңғы



мысалда экскурсияны туризм бөлігі ретінде де қарастыра аламыз. Сөйтіп, рекреацияға туризммен бірге экскурсияны, дачадағы демалысты және рекреацияның басқа да түрлерін жатқызуға болады (4-сурет).

«Демалыс», «бос уақыт», «рекреация», «туризм», «экскурсия» анықтамаларын бір-бірінен айыру туризм географиясының объекті мен пәнін анықтауды жеңілдетеді (ол жөнінде екінші тарауда айтылмақ).

### *Қайталау сұрақтары*

- 1. «Бос уақыт» деген не? Қазіргі адамның өмірінде қандай орын алады? Оның функциялары қандай?*
- 2. «Демалыс», «бос уақыт», «рекреация», «туризм», «экскурсия» анықтамаларын беріңіз.*
- 3. Рекреациялық іс-әрекеттің мезгілдері мен аумақтық белгілері бойынша сипаттамасын беріңіз.*
- 4. Рекреация мен туризм анықтамаларының қатынасы қандай?*

## **§ 2 Рекреацияның әлеуметтік-экономикалық мәні және негізгі функциялары**

Саяхатшылар жолға шыққан кезде алдарына түрлі мақсат қояды. Біреулері қызықтыратын жерлерді тамашалағысы келеді, басқалары – орманның не таудың тамаша таза ауасында демалып рахаттанғысы келеді, үшіншілері спорттық мақсатта туристік жорыққа аттанады. Рекреация мен туризм функциялары негізгі мақсатына қарай танымдық, спорттық-сауықтыру және емдік функцияларына бөлінеді. Сонымен қатар, танымдық функциясына барлығы да зор мән береді. Жергілікті қызықтыратын нысандарды тамашалаған кезде адам ақыл-ойын осыған бағыттайды, яғни адам миы психологиялық жүктемесінен босайды.

Танымдық функциясы туристердің табиғатты, мәдени-тарихи орындарды, этнографиялық, шаруашылық және басқа да ауданның көңіл қоятын, көз тартарлық көрікті орындарын білуге тырысуынан туады. Таным – адамның психологиялық күшін

<b>ДЕМАЛЫС</b>						
Демалыстың басқа түрлері	Белгілі бір физикалық ауырлыққа байланысты іс-әрекет (серуендеу, спортпен шұғылдану)		Әуесқой шұғылдану – аңшылық, балық аулау, саңырауқұлақ пен жеміс-жидек жинау және т.б.			Өнер әлеміне бейімделу (театрға, концертке, мұражайларға бару), өнер саласындағы шығармашылық
	<b>РЕКРЕАЦИЯ</b>					
Көңіл көтеру үшін саяхат жасау	Басқа түрлері	Санатролық-курорттық емделу		Туристтік-экскурсиялық қызмет көрсету		Дене шынықтыру
		<b>ТУРИЗМ</b>				
	Емдік		Спорттық-сауықтыру		Сауықтыру демалысы	
	Танымдық					
Саяжайлық демалыс	Экскурсия	Әуесқойлық кәсіп немесе білім алу	Техникалық Шығармашылық	Көркем өнерпаздық	Спортпен айналысу	Интеллектуалдық іс-әрекеттер (көркем әдебиет, газет, журналдарды оқу, теледидарды көру және т.б.)
Белсенді (ойнау, билеу) немесе пассивті түрде көңіл көтеріп сергу			Еркін тақырыпқа әңгімелесу, сұхбаттасу, өз таңдауына байланысты сөз табысу			

4-сурет. Негізгі түсініктердің ара-қатынасы

қалпына келтірудің ерекше түрі. Табиғи-климаттық орындарының оң қасиеттеріне қолайлы климат, желсіз ашық күндер, орман, тау, теңіз, көл, өзендер жатады.

Мәдени-тарихи орындары – бұл сәулет ескерткіштері, мұражайлар, көркем галереялары, театрлар және басқа да объектілердің жиынтығы. Этнографиялық объектілерге жергілікті халықтың салт-дәстүрі, киімі, аспаздық өнері, фольклор және басқа да халық шығармашылығының қырлары жатады. Шаруашылық объектілеріне белгілі бір аудан шаруашылығының жетістіктері жатады.

Сонымен қатар, белгілі жерге бару себептеріне жергілікті оқиғалар, мысалы, фестивальдар, конгрестер, мәжілістер, жәрмеңкелер, карнавалдар, ауқымды спорт жарыстары жатады.

Туризмдегі тану туризм маршрутына, туризм мүмкіншіліктері мен мүдделеріне байланысты. Бұл жағынан туризмді ғылыми және саяси білімдерді таратудың ең тиімді түрлерімен салыстыруға болады. Туризм қоғамның басты міндеттерінің бірі – адамды тәрбиелеу міндетін орындауға септігін тигізетін болғандықтан, оның танымдық қасиетін арттыру қажет.

Туризм арқылы сауықтыру – адамның физикалық және психологиялық шаршауын басу жолы болып саналады. Туризмнің бұл функциясының әлеуметтік-экономикалық түпкі мәні өте жоғары, себебі ол миллиондаған адамдардың денсаулығын шынықтыруға бағытталған, олай болса, ол адамның еңбек қабілетін көтереді.

Туристік жорықтарда адамның психофизиологиялық қасиеттері, дағдысы қалыптасады. Туризмнің ондай қасиетінің практикалық маңызы зор. Туризм ұйымшылдыққа, бір-біріне көмектесуге, қойылған мақсатты орындауға бейімдейді.

Соңғы кездегі туризмнің қарқынды дамуы ғылыми-техникалық революцияға байланысты. Адамның әлеуметтік жағдайының жақсаруы, білім мен мәдени деңгейінің өсуі, бос уақыттың көбеюі туризмнің дамуына қатты әсерін тигізеді.

Қазіргі шақта рекреация іс-әрекеттің таңдаулы түріне жатады, ол адамның күнделікті өмір сүру жағдайына айналып отыр. Қоғамдық көзқарас жағынан оның негізгі мақсаты – қоғамның әрбір мүшесінің физикалық және психологиялық күш-қуатын қалпына келтіру, оның рухани дүниесін жан-жақты

дамыту болып табылады. Рекреация дегеніміз дамыған қоғамның айырылмас бір бөлігі, қазіргі өмір салтының элементі.

Туризмнің патриотизмді тәрбиелеудегі зор маңызын атап айту қажет. Өз елінде саяхат жасағанда турист өз елінің жетістіктерін, сұлу табиғатын, жұрттың өмірін көріп тамашалайды. Сонымен қатар, туризм табиғатты қорғау санасын тәрбиелейді.

«Рекреация» мен «туризм» ұғымдары баршаға мәлім, бірақ ғалымдардың өздері де осы ұғымдардың дәл анықтамаларын бере алмай тұр. Дегенмен, олай болса да, соңғы кездегі «рекреациялық миграцияның» қарқынды дамуына ешқандай кедергі жоқ.

Халықаралық туризм әлем шаруашылығының жетекші салаларының бірі. Оған әлемнің жалпы ішкі өнімінің (ЖІӨ) 11%, әлем экспортының 6%, жұмыс орындарының 10,5% келеді. Туризмнің жаһандану үрдісі өтуде, халықаралық туристік байланыстар әлем халықтары арасындағы қатынастардың географиялық ауқымын кеңейтіне және олардың қарқындылығына себепкер болуда. Қазіргі кезде әлем халқының 10% өз елінен шетелге туристік мақсаттармен аттануда [9].

Туризмнің осындай дамуының бірнеше себептері бар. Оның ішінде ең басты себебі – бұқаралық туризм дамуы кезеңіне сәйкес болған, ғылыми-техникалық революциясы нәтижесінде көрініс тапқан материалдық өндіріс сферасындағы қоғамдық еңбек өнімділігінің қарқынды дамуы. Еңбек өнімділігінің деңгейі еңбекшілердің жеке және қоғамдық қажеттілігінің өтелуін көрсетеді.

Материалдық, оның соңынан мәдени деңгейінің өсуі тұтыну құрылымына өзгерістерді енгізеді: жұрттың материалдық қажеттіліктерінен қызметтерге деген сұранысы жылдамырақ өседі. Мұның себебі – адамның қарапайым қажеттіліктерінің (тамақ, киім мен баспана) белгілі шектелуі болады, ал адамның зиялылық, интеллектуалдық сұраныстары оған қарағанда шексіз. Бұрын тек ақсүйектер қолы жеткен артықшылықтар бүгін еңбекшілердің кең қауымы үшін асқар таудай емес.

Жоғары экономикалық көрсеткіштер бүгін адам қажеттіліктерін өтеу сайманы, өмір деңгейін жоғарту құралы болып табылады.

Материалдық өндіріс аясындағы еңбек өнімділігінің өсуі нәтижесінде қоғамдық өнім шығаруға бұрынғыға қарағанда аз уақыт жұмсалады. Бір жыл шамамен 9000 сағатқа тең. 1850 жылы осы уақыт былай жұмсалған: 5000 сағат – жұмыс уақыты, 3000 сағат – ұйқыға, 1000 сағат – жұмыстан тыс уақыт (ұйқы уақытынсыз). 200 жыл өткен соң: 3000, 3000 және 3000 сағат [1]. Сөйтіп, жұмыс уақытының қысқартылуы мен бос уақыттың көбеюі үшін экономикалық алғышарттар туды, яғни рекреациялық іс-әрекеттің дамуы факторларының бірі – еңбекшілер бос уақытының көбеюі болды.

Жұмыстан бос уақыт мөлшері жұмыс уақытынан асып кетуі күтілуде. Әрине, онда да өндіріс және адамның еңбекке деген ықыласы адам өмірінің мәні болып қала бермек.

Рекреацияға көпшілік қатысуының тағы бір алғышарты – көліктегі прогресс болды. Бұның себебі тек жылдамдықтың өсуі ғана емес: көлік тарифтерінің төмендеуі, қоғамдық көлік құралдары санының өсуі және жекеменшікті көлік құралдарының пайда болуы. Әлемде миллиардтан астам жеке көлік құралдары бар. Әрине, көлік сферасы жақсы дамыған көлік инфрақұрылымын қажет етеді. Ол бүгін шартараптың ең алыс аудандарын, мемлекеттердегі елді мекендерін бір-бірімен байланыстыратын көлік жүйесіне айналуға. Көлік жылдамдығы арқасында жолда болған уақыт қысқарады және де рекреациялық аудан немесе орталықта өткізген уақыт мөлшері өседі, сөйтіп, өз қонысынан өте алыс орналасқан жерге баруға мүмкін болады. Бүгін Еуропадан Жердің кез келген ауданына ұшақпен 24 сағат ішінде жетуге болады. Тарифтердің төмендеуі арқасында туризмге қаражаты төмен жұрт та қолы жететін болды. Көлік түрлері арасындағы ұлттық және халықаралық ауқымдағы үйлестіру шаралары туризм үшін өте маңызды.

Рекреациялық миграциялардың тағы бір факторы – халықтың ірі индустриялық орталықтарда шоғырлануының кері салдарлары. Механдандыру мен автоматтандыру нәтижесінде физикалық ауыртпалық төмендейді. Бұл, әрине, жеңілдік, бірақ жұмыстан тыс уақытта да физикалық ауыртпалықтың болмауы гиподинамияға яғни қозғалыстың жетіспеуіне әкеліп соғады. Осыған орай қозғалыстың жетіспеуін толықтыратын белсенді рекреациялық іс-әрекеттердің рөлі артады.

Гиподинамиямен бірге эмоциялық яғни сезімдік шаршау қос жүреді. Оның себебі – қазіргі өндірістің күрделілігі, өмірдің қиын жайлары және жұмыстан тыс ортаның кейбір ерекшеліктері, атап айтсақ, көрініс пен дыбыс тітіргендіргіштердің тез ауысып тұруы, ауаның ластануы, ақпараттың ағыл-тегіл келуі, жылу қолайсыздығы (жаздағы ыстық, қысты күнгі аяз). Рекреациялық іс-әрекет осылардан аз да болса құтқарады.

Бұлар капиталистік болсын, дамушы болсын елдерге тән рекреациялық «жарылыстың» басты себептері.

Елдер арасындағы туристік байланыстардың ұлғаюына саяси тыныштылық та әсер етеді.

Қазіргі таңда ішкі және халықаралық туризм тек маңызды құбылыс қана емес: бұл құбылыс қоғам алдында бұрынғыдай тек эмпирикалық әдістермен шешілмейтін күрделі міндеттерді артады. Туризм негіз салушы және қолданбалы ғылыми зерттеулерді қажет етеді.

Шынында да, рекреациялық миграциялар саны ондаған, тіпті жүздеген миллиондарға жетті. Қазірдің өзінде жыл сайын келетін туристер саны елдің халық санынан асып кететін мемлекеттер бар. Мысалы, 7,8 млн халқы бар Австрияға 9 млн. турист келеді, 6,9 миллиондық Швейцарияға – 7 млн., 250 мың ғана халқы бар Багам аралдарына – 1,5 млн.

Рекреацияның қарқындылығы мен ауқымдылығы осы әлеуметтік-экономикалық құбылыс мағынасы мен негізгі функциялары жөніндегі мәселені қойып тұр.

Қазіргі әдебиет көздері адамның тұратын орнынан уақытша сапарға аттануын әртүрлі себептермен (түрткілермен) түсіндіреді. Себептер мен түрткілер саны оңай, еркін түрде біресе көбейеді, біресе азаяды, дегенмен оларды әлеуметтік маңызы тең емес бірнеше дербес топтарға бөлуге болады.

Кейбір зерттеушілердің пікірі бойынша инстинкттерге негізделген миграция түрткісі бірінші орын алады. Олар саяхат-құмарлық барлық адамдарға тән қасиет деп есептеуде. Мұнда адам қылықтарының биологизациясы байқалады, қажеттілік пен инстинкт ұғымдары шатастырылады және қажеттілік орнына инстинкт қойылады.

Тағы да басқа зерттеушілер инстинкт ұғымына қарсы қажеттілік ұғымын енгізеді. Осы ұғым негізінде адам қылықта-

рының мотивациясы жөніндегі ілім инстинкт негізіндегі ілімге карағанда жаңа жолға қойылады. Қашан да болсын инстинкт адам дүниеге келгенімен бірге пайда болады. Ал қажеттілік болса, ол инстинкттен әлдеқайда күрделі және әлеуметтік жайларға негізделген. Сөйтіп, адам мәні оның әлеуметтік жағдайға негізделген қылықтарында тұрады. Өндіріс күштерінің заманауи деңгейі мен белгілі қоғамдық қатынастар адам өмірінің негізінде жатыр, олар рекреацияның өсу қарқындылығы мен оның бұқаралық сипатына, мазмұнына себепкер болып тұр.

Кейбір авторлар осы түрткілерді «еңбек қабілетін қалпына келтіру түрткілері», яғни белгілі өндірістік қатынастар жағдайларында өмір сүретін адамның физикалық және психикалық күштерін қалпына келтіру деп біріктіреді. Сондықтан рекреация демалу мен еңбек қабілетін қалпына келтірумен теңестіріледі, адамдардың күшін қалпына келтіру қажеттілігі бұқаралық қоғамдық құбылысқа айналғандығынан рекреация қоғамдық қажеттілік болып кетті.

Рекреация қазір адам өмірінің қажетті шартына, кернеулерді тыйю құралына, еңбек қабілетін қалпына келтіру сайманына және өндірістің өзін одан әрі жалғастыру шартына айналды. Қоғам мүддесі жағынан рекреацияның негізгі мақсаты – қоғамның әрбір мүшесінің физикалық және психикалық күштерін қалпына келтіру мен дамыту, оның рухани дүниесінің жан-жақты дамуы болып табылады. Ал ең алдымен қанағаттандыруға жататын ең жоғары қажеттілік – адамның рухани дүниесінің, шығармашылық қабілетін дамыту деп айтқан жөн. Рекреация дегеніміз дамыған қоғамның мызғымас бөлігі, қазіргі өмір салтының элементі.

Рекреацияның қоғамдық функциялары бес негізгі топқа бөлінеді: 1) медициналық-биологиялық; 2) мәдени-әлеуметтік; 3) экономикалық; 4) саяси; 5) экологиялық.

Медициналық-биологиялық функциясы санаторлық-курорттық емделу мен сауықтандыруда байқалады. Туризм арқылы сауықтыру – адамның өндіріс және өндірістен тыс уақыттағы психологиялық шаршауын басу жолы болып отыр. Әрине, бұл жалғыз әдіс емес. Мысалы, ғалымдар адамның қала жағдайларында адам мен қоршаған ортасы арасындағы өзара

әрекеттесуін реттейтін болашақтағы қалалардың ұтымды аумақтық жоспарлануын ойластыруда.

Мәдени-әлеуметтік функциясы – бұл рекреацияның ең басты, жетекші функциясы. Мәдени қажеттіліктер – бұл қоршаған ортаны, дүниені біліп-түсіну. Туризм еліміздегі ғана емес, бүкіл әлемдегі табиғаттың, тарихи-мәдени және әлеуметтік байлықтарымен адамның рухани түрде танысуына үлкен мүмкіндіктер туғызады.

Рекреацияның экономикалық функциясының ішіндегі бастысы – жұмыс күшін қарапайым және кеңейтілген түрде толықтыру. Рекреация қоғамға қажетті уақытты сақтап қалып үнемдейді. Саяси экономия бойынша демалыс пен туризм аясындағы еңбек әуелі жинақталады да, одан кейін материалдық өндіріс қызметкерлері арқылы затқа айналады. Рекреацияның арқасында адамның еңбек қабілеті артады, толыққанды еңбек қабілеті сақталатын мерзімі өседі, ал оның арқасында аурулардың азаюы мен өмір ширақтығы арқылы еңбек уақыты да ұзарады. Бұл жағынан рекреациялық эффект арқылы, мысалы, аурулар санының төмендеуі арқылы үнемделген адам-сағат санының үнемделуі жөніндегі есептер қызық болуы мүмкін.

Экономикалық көзқарастан рекреацияның тауарлар мен қызметтердің тұтынушылық сұранысының жаңа формасы ретіндегі рөлі маңызды. Рекреация арқылы өнеркәсіп пен ауыл шаруашылығы өнімдерінің ассортиментін кеңейтетін тұтас бір шаруашылық аясы қалыптасады.

Тауар-ақша қатынасында рекреация басқа да экономикалық функцияларды атқарады. Мысалы: 1) елдің белгілі бір бөлігінің шаруашылық құрылымын қарқынды дамыту; 2) еңбек сферасын ұлғайту, яғни рекреациялық қызмет көрсету арқылы халықты жұмыспен қамтамасыз ету; 3) рекреациялық аудандардың пайдасын көздеп, халықтың ақша кірісі мен шығын балансының құрылымына үлкен әсерін тигізу; 4) шетелдік валютаны алу көзі болатын шетелдік туризмді дамыту.

Туризм еңбекшілердің саяси-идеялық тәрбиесінің маңызды құралы болып есептеледі. Ішкі туризм басынан бастап патриоттық қозғалыспен байланысты болған. Туризм жұртты табиғатты, тарихи ескерткіштерді, оқиғалар орындарын тамашалау арқылы туған жерін құнттау сезімін тәрбиелейді.



Туризм халықаралық байланысты күшейтеді, адамдарды бір-бірімен жақындатады, сондықтан оның интернационалдық тәрбиедегі рөлі жоғары. Халықаралық туризм бейбітшілікті нығайту мен халықтар ынтымақтастығын бекітуде маңызды рөл ойнайды.

Туризмнің экологиялық функциясы халықтың денсаулығын сақтау мен жақсартуға байланысты. Демалыс пен туризм халықтың денсаулығы мен өмір сапасына әсерін тигізетін қоршаған табиғи ортаны қорғау және оны қалпына келтіру үшін өте қажет. Рекреациялық сұраныстың арқасында курорттар, демалыс зоналары және туризм желілері ұйымдастырылып, туризм жүйесі реттеледі. Ол үшін табиғаты шамалы өзгерген аумақтары бөлінеді, мелиоративтік, орманшылық жұмыстар жүргізіледі, табиғи орман саябақтары жабдықталады, су ресурстары мен ауа алабын қорғау шаралары өткізіледі, осы шаралар өмір сүру ортасын жақсартады. Табиғи рекреациялық аумақ қоры адам мен табиғи ортасы арасындағы өзара динамикалық әрекеттесуін урбанизация, индустриализация, жаңа жер игеру жағдайларында өңдеуге септігін тигізеді.

Басқа жағынан қарасақ, туризмнің жылдам дамуы, курорттық-туристік аудандарда туристердің тым көп шоғырлануы рекреациялық табиғатты оңтайлы пайдалануды және табиғи кешендерге түсетін салмақты реттеуді керек етеді. Туристердің табиғатты пайдалануы табиғатты қорғаудың түрлерін дамытады, ресурстық әлеуетті ұтымды пайдалану шарттарын қалыптастырады. Осы мақсатта рекреациялық игеру жобалары мен жоспарларын ғылыми тұрғыдан дәлелдеу, курорттар мен туристік орталықтарды табиғи кешендер тұрақтылығын ескерумен дамыту қажет.

Қоғам сұранысының өсуі мен оның құрылымының өзгеруі нәтижесінде қорғалатын аумақтардың жаңа түрі – ұлттық саябақтар ұйымдастырылады. Мемлекеттік табиғи ұлттық саябақтар құнды табиғи және мәдени ландшафттарды қорғау мен демалысты ұйымдастыру мақсатында ұйымдастырылады.

## Қайталау сұрақтары

1. Рекреацияның негізгі үш мақсаттық функциясын атап беріңіз.
2. Туризмнің ХХ ғасырдың екінші жартысындағы қарқынды дамуының басты себептері қандай болды?
3. Адамның тұрақты өмір сүретін жерінен тыс жерге баруының себептері (түрткілері) қандай?
4. Рекреацияның қоғамдық функцияларының 5 негізгі топтарына сипаттама беріңіз:
  - медициналық-биологиялық;
  - әлеуметтік-мәдениеттік;
  - экономикалық;
  - саяси;
  - экологиялық.

### **§ 3 Рекреациялық қажеттіліктер – рекреациялық іс-әрекеттің кеңістік-уақыттық ұйымдастырылуының негізі**

Бұрынғы КСРО рекреациялық география зерттеушілері рекреациялық іс-әрекеттің кеңістіктік-уақыттық динамикасы мен аумақтық ұйымдастырылуын қоғамдық, топтық және жеке рекреациялық қажеттіліктер анықтайды деп есептейді.

Адамның кез келген қажеттілігі сияқты, рекреациялық қажеттілік өмірдің объективті жағдайына байланысты өзгеріп тұрады. Оларды қанағаттандыру – өндіру, айырбастау және тарату жағдайына тәуелді. Рекреациялық қажеттіліктер әлеуметтік-экономикалық даму үрдісінде қалыптасады.

Рекреациялық қажеттіліктердің кеңістіктік-уақыттық динамикасы рекреациялық іс-әрекетті ұйымдастырудың аумақтық формаларында көрініс табады. Сондықтан рекреациялық қажеттіліктерді зерттеу барлық дәрежедегі рекреациялық аудандардың – демалыс пен туризм аясының жалпы мемлекеттік сұлбасынан нақты демалыс аудандары мен курорттардың функционалды зоналауына дейін – аумақтық ұйымдастырылуының қазіргі және болашақтағы формаларын зерттеуді керек етеді.

Табиғи ортадағы демалыс түрін таңдау мен белгілі ландшафтқа көз салу адам мінезі мен темпераменті сияқты көп нұсқалы болады. Дегенмен, таңдауы қандай да болса, осы сұраныстарды осыған арнайы бөлінген жерсіз қанағаттандыруға болмайды. Демалыс ұйымдастыру үшін жер таратылуы қолайлы физикалық-географиялық жайларынан бұрын жұрт қажеттіліктеріне орай өткізілуі қажет.

Жеке тұлғаның қолы бос уақытындағы әлеуметтік белсенділігі оның қажеттіліктері мен құндылықтарына байланысты. Рекреациялық қажеттіліктер дегеніміз – субъектілер мен сыртқы орта арасындағы, өмірдің шын мәніндегі және қажетті жағдайлары арасындағы қайшылықтарды рекреациялық іс-әрекеттер арқылы шешу формасы болып табылады. Рекреациялық қажеттіліктер әлеуметтік-экономикалық даму үрдісі кезінде сыртқы ортаның объективті факторлары әсерінен қалыптасады және өмір өнімдерінің өндіріс тәсіліне, алмасуына және таратылуына толығымен байланысты.

Рекреациялық қажеттіліктер адамның өмір сүру іс-әрекеті кезіндегі жоғалтатын физикалық және рухани күшін, денсаулығын және еңбекке жарамдылығын қалпына келтіру үшін қажет. Рекреациялық қажеттіліктер – қоғамдық, топтық және жеке-дара болып бөлінеді [5].

Қоғамдық рекреациялық қажеттіліктер – қоғамның барлық мүшелерінің денсаулығын және еңбекке жарамдылығын, физикалық және рухани күшін қалпына келтіруін анықтайтын қажеттіліктер. Олар рекреациялық шаруашылықтың құрылымын, оның территориялық ұйымдастыру түрлерін орнатуға себеп болады. Қоғамдық рекреациялық қажеттіліктер негізгі қажеттіліктер болып саналады.

Топтық рекреациялық қажеттіліктер – белгілі бір топтың әлеуметтік-демографиялық, кәсіптік немесе белгілі бір жастағы топтың қажеттілігін, мәнін анықтайтын қажеттіліктер. Рекреациялық қызметтерді тұтынатын арнайы тобына жанұяны жатқызуға болады. Олар емдеу, сауықтыру және танымдық қызметтерді кең түрде пайдаланады. Қазіргі кезде жастар туризмі де әлеуметтік топ туризмі ретінде қарқынды дамып келе жатыр.

Жеке-дара рекреациялық қажеттіліктер жеке тұлғаның денсаулығын қалпына келтіруге, танымдық, рухани дамуына арналған рекреациялық шараларға сұраныс туғызады. Қоғамдық, топтық және жеке-дара рекреациялық қажеттіліктер диалектикалық өзара байланыста болады. Жеке-дара рекреациялық қажеттіліктер әлеуметтік топтың рекреациялық қажеттілік құрылымына әсер етеді, олар арқылы жалпы қоғамдық қажеттіліктер іске асады.

Рекреацияның түрін таңдағанда адам немесе топ алдын ала белгілі бір мақсат қояды. Жеке адамның немесе бір топ адамдардың қажеттілігі әралуан белгі бойынша жіктеледі. Сондықтан рекреациялық қажеттіліктерді жүйелі түрде зерттеу қажет. Зерттеу жұмыстары экономикалық, медициналық-биологиялық, демографиялық, әлеуметтік-психологиялық аспектілерде жүргізіледі. Осыған байланысты рекреациялық қажеттіліктердің қалыптасуына белгілі бір фактор тобы әсер етеді.

Рекреациялық қажеттіліктің қалыптасуына әсер ететін факторлар:

1. Әлеуметтік-экономикалық факторлар: өндіріс күшінің даму деңгейі; туризм мен демалыс сферасының даму деңгейі; халықтың табысы; қызмет пен заттардың жеке бағалары (оның ішінде – рекреациялық қызмет пен заттардың жеке бағалары); көлік инфрақұрылымының даму деңгейі; демалыстың ұзақтығы; рекреациялық аудандар мен маршруттар туралы жарнама және ақпарат беру; халықтың әлеуметтік және кәсіптік құрамы; мәдени өмір деңгейі; халықтың көшіп-қонуы; ұлттық дәстүрлер.

2. Демографиялық факторлар: қала мен ауыл халқының қатынасы (урбандану дәрежесі); халықтың жыныстық-жас мөлшерлік құрылымы; отбасының құрамы мен мөлшері; қоныстану ерекшеліктері.

3. Әлеуметтік-психологиялық факторлар: іскерлік және мәдени байланыстардың тығыздығы, мәдени өмірдің түрі; сәннің (елігудің) әсері; жеке тұлғаның құндылық бағыты;

4. Медициналық-биологиялық факторлар: халық денсаулығының ахуалы;

5. Табиғи факторлар: адам тұратын табиғи аумақ; аумақтың географиялық ерекшеліктері.

Рекреациялық қажеттіліктерге экономикалық баға беру халықтың рекреациялық қажеттіліктерін қанағаттандыру дәрежесі арқылы жүргізіледі. Осындай анықтау мәселесі осы күнге дейін шешілген жоқ. Экономикалық ғылым азық-түлік, баспана және басқа материалдық игіліктерді жақсы зерттеген. Мұнда рекреациялық қызметтерді тұтынудың шынында қалыптасқан тұтынуды көрсететін төлеуге қабілеті жеткілікті сұраныс туралы сөз қозғалып тұрған жоқ, біз қажеттіліктер жөнінде әңгімелеп тұрмыз. Болашақта тұтыну құрылымының өзгеріс қабілетін көрсететін рекреациялық қажеттіліктерді ескеру керек. Рекреациялық қажеттіліктерге экономикалық баға бергенде қоғамның мүмкіншілігін, рекреациялық қажеттілікті өтеуге жіберетін қаржысын ескеру керек. Тек рекреациялық қажеттіліктер өзгерісінің экономикалық заңдарының негізінде рекреациялық іс-әрекеттің аумақтық ұйымдастырылу әдістері мен формаларын ойлап табуға болады.

Рекреациялық қажеттіліктер – бұл күнделікті өмірдегі қажеттіліктер. Оларды қанағаттандыру рекреациялық тауарлар мен қызметті өндірудің мүмкіншілігіне байланысты.

Рекреациялық қажеттіліктеріне экономикалық баға берудің бірнеше: медициналық-биологиялық, әлеуметтанулық (социологиялық) және әлеуметтік-психологиялық аспектілері бар. Оның себебі – баға берген кезде қоғам мен оның мүшелерінің экономикалық мүмкіншіліктері өте маңызды, яғни қоғам мен оның мүшелерінің рекреациялық қажеттіліктеріне жұмсай алатын қаражаттары ескеріледі. Осы қаражат көлемі ең алдымен жалпы қоғамдық өнім көлемі мен оның таратылуына байланысты.

Рекреациялық қажеттіліктерді өтеу рекреациялық тауарлар мен қызметтерді өндіру қажеті мен мүмкіндігіне байланысты. Қажеттілік пен мүмкіндік өзара әрекеттесіп, нақты елдегі және басқа елдердегі бүгінгі қажеттіліктерді қалыптастырады.

Рекреациялық қажеттіліктердің медициналық-биологиялық аспектісі санаторлық-курорттық емдеудің құрылымы мен көлемімен анықталады. Аймақтық медициналық статистиканың негізінде курортологтар тұтынушылардың санаторлық-курорттық емделу қажеттіліктерін және оларды қанағаттандырудың

жиынтық балансын есептейді. Курорттар торының қажеттілігін әдетте нормативтерге сәйкес анықтайды.

Сауықтыру қажеттіліктері медициналық-биологиялық аспектісі жағынан әзірше нашар зерттелген. Әдебиетте рекреациялық іс-әрекеттің медициналық-биологиялық функциялары (бұлшық етке салмақ түсіру) мен әртүрлілігіне (бір істен екіншіге ауысып тұру) ғана жалпы мәліметтер кездеседі. Рекреациялық іс-әрекеттің медициналық-биологиялық функцияларының жұмыс істеу себебі адамның орталық жүйке жүйесінде жатыр: адамның жүйке орталықтары толығымен тоқтағанда емес, басқа жүйке орталықтары жұмыс істегенде ғана белсене «демалады».

Адам ағзасына демалыс орны мен мезгілінің, жас мөлшерінің, әлеуметтік табының, жүйке жүйесі түрінің және т. б. тигізетін әсері де дұрыстап зерттелмеген.

Рекреациялық қажеттіліктің социологиялық және әлеуметтік-психологиялық зерттеулері әлеуметтік топ немесе жеке тұлғаның рекреациялық қажеттілігінің қоршаған ортамен диалектикалық өзара байланысына бағытталған.

Рекреациялық кеңістікті ұйымдастыру шарттары, кеңістіктің рекреант әрекеттеріне тигізетін әсері социологиялық және әлеуметтік-психологиялық сипатқа ие. Сондықтан рекреациялық іс-әрекетті зерттеуде осы екі ғылымның маңызы зор. Бос уақыт әлеуметтануы (социологиясы) әлеуметтік топтардың қажеттіліктерін, олардың кең әлеуметтік топтар мен бүкіл қоғам қажеттіліктері арасындағы байланыстарын анықтап, зерттейді. Әлеуметтік психология әлеуметтік топтар мен жеке тұлғалардың рекреациялық ортаға қоятын психологиялық талаптарын зерттейді. География үшін бір аумаққа байланған қоғам мүшелерінің әлеуметтік құндылықтары және осы территорияда бірге тұрғандықтан пайда болатын қатынастар, яғни «жұрттың аумақтық бірлестіктері» өте маңызды.

Рекреациялық іс-әрекет процесінде әрбір әлеуметтік топ немесе әртүрлі жастағы адамдар тобы арнайы талаптар қоя бастайды. Әрине, олардың барлық талаптарын ескеру мүмкін емес. Бірақ та рекреациялық әрекетті ұйымдастырғанда демалушылардың әралуан талаптарына ғылыми көзқарас болуы тиіс.

Таңдаулылық деп рекреацияның белгілі бір түрін, әдісін немесе ауданын қалайтын қала, ауыл, аудан, республика халқының пайызын түсінеміз.

Рекреациялық қажеттіліктің социологиялық зерттеулері кешенді түрде жүргізіледі. Олардың мынадай зерттеу кезеңдері болуы мүмкін:

1) демалыстың қазіргі шақтағы тенденцияларын статистикалық деректердің негізінде зерттеу;

2) рекреацияның мәні мен оның болашақтағы дамуы туралы алдын ала болжамдар жасау;

3) жұрт ішінде анкеталық сауалнама жүргізу;

4) рекреацияның даму болашағына ғылыми болжам жасау;

5) репрезентативтік деректерді тексеру негізінде теориялық ережелерді құрастыру. Мұндай әдіс статистикалық деректердің жетіспеуі жағдайында жүргізіледі, алайда осындай әдісті қолданғанда мәліметтерді зерттеу объектілерінен тікелей қолма-қол алуға болады.

Рекреациялық қажеттілікті зерттеу үшін сұраптаулы зондаж әдісі қолданылады, яғни бүкіл халықты емес, халықтың бір бөлігін ғана сұрап шығып «бүтінді оның бөлігі негізінде суреттеу». Бүкіл халық арасында сауалнама жүргізуді ұйымдастыру өте қиын және қыруар қаражат қажет етеді. Осындай сауалнаманың мысалы – ел халқының санағы. Зондаж болса, халықтың бір ғана бөлігін қамтиды және осыған негізделіп, кейбір сауалнама көрсеткіштерін бүкіл халыққа таратып қорытынды жасауға болады. Бұл әдістің өз қағидалары, артықшылықтары мен кемшіліктері бар. Сауалнама аумақтық қағида бойынша екі орталарда: 1) адамның жұмыс және тұратын орнында; 2) демалыс немесе туристік саяхат орнында, жүргізіледі. Сауалнама жүргізгенде халықтың әлеуметтік-демографиялық құрылымының моделі қолданылады. Жұмыс пен тұратын орнында жүргізілетін сауалнамалар рекреацияның жиілігін, ұзақтығын, маусымдылығын, құрылымын анықтайды. Тенденцияларды анықтау рекреациялық аумақтарды кеңістікте орналастыру ісінде, демалыс пен қызмет көрсету мекемелері номенклатурасын таңдауда көмектесетін болады.

Рекреациялық аудандағы сауалнамалар рекреацияның мазмұнын, демалушылардың бюджетін, олардың қанағаттануын, болашақтағы талаптарын анықтайды.

Сауалнама жүргізгенде стратификацияланған («қатпарларға» бөлу) сұраптау негізіндегі интервью әдісі қолданылады. Сұраптаудың қиындығы – халықтың біркелкі болмауында. Сондықтан бұл сұраптау зерттелген ауданның, ал жалпы мемлекеттік зерттеу болса, бүкіл ел халқының әлеуметтік, жас мөлшерлік, жыныстық құрылымына толығымен сәйкес болуы қажет. Әлеуметтанушылар талаптарға сай болған адамдарының саны көрсетілген кестелерді құрастырады. Сауалнама жасауға жататын тұлғалардың саны да репрезентативті болуы қажет.

Қолдағы ақпарат көлемін анықтаудың нақты алдын ала берілген статистикалық не социологиялық ережелері жоқ. Жалғыз бір жалпы ереже мынадай: статистика жағынан бас бірлестіктер біркелкі болған сайын, сұраптау тобының көлемі шағын болуы мүмкін, ал бас бірлестік жөніндегі ақпарат жетіспеген сайын сұраптау көлемі үлкен болуы керек.

Кеңес Одағы әдебиетінде емдеу-курорттық ғимараттардың ЦНИИЭП институтының әлеуметтану секторы жұмысының қорытындылары көрсетілген.

Осындай зерттеулер бойынша бұрынғы КСРО-да туристердің көбісі орман мен теңіз жағалауын, су алқаптарымен шекаралас аумақтарды таңдаған. Орманда демалуды халықтың 34,5%, теңізде – 28,2%, өзең-көлде – 29,5% және жақын орналасқан орман-теңізді, орман-өзенді (көлді) қалаған. Тауда тек 5,5%, ал дала ландшафтында тіпті мардымсыз 0,1% демалғысы келген. Және де қалаулар құрылымы барлық жағдайда немесе әдетте адамның рекреация мүмкіншіліктері жөніндегі білімімен айқындалады. Осы жәйтті болашақтағы туризм мен демалыс қажеттіліктерінің болжамын жасағанда қате жібермеу үшін ескеру қажет. Келешекте қалаулар құрылымы өзгерістерге ұшырамақ, мәселен, туризмнің бұрын дамымаған немесе беймәлім түрлерінің пайда болуына, олардың іске асырылу шарттарының немесе ұйымдастырылу аумағының өзгеруіне байланысты, жұрт осыларды таңдауы мүмкін.

Демалыс ландшафтын таңдауына халықтың жас сатылары құрылымы ең үлкен әсер ететіндігі анықталды. Жасы келген



сайын қала жұрты орманда демалуды көп таңдай бастайды: 16-24 жасарлардың 31,3% ғана демалысын орманда өткізгісі келсе, 60 жасар және одан үлкендердің 47% осындай демалысты қалайды. Керісінше, демалысын тауда өткізгісі келгендердің арасында жастар үлесі жоғары (9%).

Шипалы суларда зейнеткерлер демалғысы келеді. Бір қызығы, сауалнама бойынша орман мен өзен жағасындағы демалыс теңіздегі демалыстан гөрі көп таңдаулы болады екен. Бірақ, қала тұрғындары арасында Қара теңіз жағалауындағы демалысты таңдайтындардың саны өсуде. Осы ауданда ересектердің 24% демалғысы келеді. Теңіз жағалауында демалғысы келетіндердің арасында 16-39 жасар адамдар көп. Осындай демалыстың ең сүйікті аудандары – Қырым мен Кавказдың Қара теңіз жағалауы болған.

Рекреациялық қажеттіліктерді зерттеу – территориялық рекреациялық жүйелердің (ТРЖ) қалыптасуы, істеуі мен дамуының заңдылықтарын анықтау жолындағы тек алғашқы маңызды кезеңі болып табылады.

Социологиялық зерттеулердің нәтижелері медицина қызметкерлерінің, экономистердің, экологтардың, курортологтардың және басқа да мамандардың ұсыныстарымен толықтырылуы керек, өйткені жұрттың талаптары медициналық ғылымның, табиғат қорғау мақсаттарының және мемлекеттің экономикалық мүмкіншіліктерінің ғылыми тұрғыдан дәлелденген талаптарына барлық жағдайларда сәйкес болуы мүмкін емес.

Халықтың сұранысы қажеттіліктердің әсерімен бірге ұсынылатын туристік қызметтердің көлемі мен құрылымының, рекреациялық шаруашылықтың материалдық базасының дамуына байланысты қалыптасады. Сөйтіп, туристік сұраныс, бір жағынан халықтың жеке, топтық және қоғамдық төлеу қабілеті мен қоғамдық тұтыну қорларымен өтелетін қажеттіліктермен анықталады, ал, екіншіден, рекреациялық қызмет көрсету жүйесі мен туристік қызметтер ұсынысына байланысты.

Рекреациялық қажеттіліктер мен туристік сұраныс халықтың белгілі әлеуметтік-демографиялық тобының қалауы бойынша таңдалған туризм түрімен, осы топтардың төлеу қабілетімен және олардың экономикалық аудандағы немесе бүкіл ел көлеміндегі жалпы санымен анықталады.

Рекреациялық қажеттіліктерге болжам жасағанда, бір жағынан демалыс пен туризмнің қазіргі құрылымын, ал екінші жағынан халықтың таңдауларын, оның ғылыми-техникалық прогресс пен тез өзгеріп тұратын өмір жағдайы әсерінен болатын динамикасын ескеру қажет.

Рекреациялық қажеттіліктер құрылымы мен болашақтағы туристік ағымдар көлемін анықтау үшін халық топтарының бос уақыты балансының зерттеулеріне негізделген әдістерімен бірге нормативтік көрсеткіштер әдісі қолданылады. Нормативтік әдістер демалыс пен туризм мекемелерінің 1 мың адамға есептелетін нормаларға сүйенеді. Туризмді ірі экономикалық аудандарда ұйымдастыру сұлбаларын жасағанда халық топтарының бос уақыты балансының зерттеулеріне негізделген әдістер ең дұрыс нәтижелерге жеткізеді, ал жеке ТРЖ аудандық жоспарлауы деңгейінде – табиғи ландшафтарға зиян келтірмейтін жүктемелерді ескерген нормативтік әдісі қолайлы.

#### *Қайталау сұрақтары*

- 1. «Рекреациялық қажеттіліктер» деген не?*
- 2. Қоғамдық, топтық және жеке рекреациялық қажеттіліктер деген не?*
- 3. Рекреациялық қажеттіліктерінің қалыптасуына әсер ететін факторлардың бес тобына сипаттама беріңіз.*
- 4. Демалушылар топтарының демалыс орындарын таңдау себептерін атап беріңіз.*
- 5. Халықтың рекреациялық қажеттіліктерін зерттеу әдістері жөнінде айтып беріңіз.*

#### **§ 4 Рекреациялық іс-әрекет, оның құрылымдық және функционалдық ерекшеліктері. Рекреациялық аумақтардың негізгі түрлері**

Біз рекреациялық қажеттіліктердің өндіріс күштері дамуының белгілі деңгейі мен өндірістік қатынастар сипаты жағдайындағы адамның еңбек қабілеттілігін қалпына келтіру шарттарына қойылатын жеке, топтық және қоғамдық талаптары

ретіндегі анықтамасын бердік. Рекреациялық қажеттіліктер рекреациялық іс-әрекет түрлері арқылы қанағаттандырылады. Мұнда рекреациялық іс-әрекет дегеніміз – адамның физикалық, психикалық және рухани күшін қалпына келтіру мақсатындағы адамның бос уақыт кезіндегі әрекеттері [6].

Адамның бос уақытындағы іс-әрекет құрылымының күрделілігі жұмыс әрекетіндегі іс-әрекеті құрылымының күрделілігінен кем емес. Тіпті одан асып түседі, өйткені жұмыс кезінде өндіріс технологиясы мен ұйымдастырылуы адам әрекеттері еркіндігін шектейді. Ал бос уақытында адам күшін қалпына келтіру әдісін саналы немесе бейсаналы түрде таңдауға өз еркі бар.

Рекреациялық іс-әрекет белгілі бір тәсілдер арқылы жүзеге асады. Мұндай тәсілдерді «рекреациялық шаралар» деп атайды. Сонымен, «рекреациялық шаралар» – бұл рекреациялық іс-әрекет түрлерін іске асыру тәсілдері. Шаралар жинағының ішінде мынадай рекреациялық шараларды бөліп қарауға болады: суға шомылу, жаяу қыдыру, саңырауқұлақ пен жеміс-жидек жинау, ескерткіштер мен мұражайларды аралап көру және т.с.с. Рекреациялық шараларды екі топқа бөлуге болады, олар негізгі төрт шараның басын қосады (1-кесте) [6].

Рекреациялық-емдеу шаралары – бұл арнайы шаралар жүйесі, санаторлық-курорттық емдеу әдістерімен қатаң анықталады: климатпен емдеу, бальнеологиялық емдеу, балшықпен емдеу және т. б. Рекреациялық-сауықтыру шараларының түрлері әралуан болып келеді. Бұған кіретіндер: қыдыру, суға шомылу, күн және ауа ванналарын алу, ойындар, жай демалыс, саңырауқұлақ теру және т. б.

Рекреациялық-спорттық шаралары, негізінен, адамның күш-қуатын дамытуға бағытталған. Бұған кіретіндер: спорттық ойындар, желкенді және моторлы су спорты, шаңғы спорты, ұзақ жаяу жорықтар, тау шыңдарына көтерілу және т. б.

Рекреациялық-танымдық шаралар адамның рухани дамуына арналған. Бұған жататындар: мәдени ескерткіштерді тамашалау, табиғат құбылыстарымен танысу және т. б.

Рекреациялық шаралардың бірнеше түрі шынында бірігіп орын алады. Мысалы, жаңа жерлерде серуендеу қозғалыс пен

таным функцияларын бірге орындайды. Рекреант өз еркімен белгілі уақыт ішінде бірнеше рекреациялық шараларды біріктіруі мүмкін. Осындай үйлестіру саны өскен сайын рекреациялық әрекет тиімділігі де артады, себебі бір уақыт бірлігінде рекреациялық қажеттіліктердің үлкенірек көлемі қанағаттандырылады.

1-кесте

### Рекреациялық шаралардың типологиясы

Қалпына келтірілген топ		Даму тобы	
Рекреациялық емдеу шаралары	Рекреациялық сауықтыру шаралары	Рекреациялық спорт шаралары	Рекреациялық танымдық шаралар
Қатаң түрде анықтау әдісі бойынша санаторлық-курорттық емдеу шарасы: бальнеологиялық (минералды сумен) емдеу, батпақпен емдеу	Таза ауада жүру және мөлшерлі физикалық салмақпен қыдыру, суға жүзу, әр түрлі ойындар, саңырауқұлақ және жеміс-жидек теру, күн мен ауа ваннасы, пассивті тынығу және т. б.	Адамның күш-қуатын өсіру шарасы (спорттық ойындар, моторлы су спорты, шаңғы спорты, ұзақ уақытқа сапарға шығу, тау шындарына шығу және т. б.)	Адамды рухани дамыту шарасы (мәдени және табиғи ескерткіштерді көру, мұражайларға бару, табиғи және қоғамдық құбылыстармен танысу және т. б.)

Жоғарыда айтылған рекреациялық шараларды қарапайым рекреациялық шаралар дейді.

Қарапайым рекреациялық шара – бұл ішкі бүтіндей біркелкі технологиялық компоненттерге бөлінбейтін рекреациялық қызметтің элементтері.

Қарапайым рекреациялық шара (ҚРШ) демалыс бағдарламасын құрастыру негізі болып табылады. Социологтар 100 мың жуық ҚРШ есебін шығарып отыр, оның саны әрбір 10 жылда екі есе өседі. Сондықтан ҚРШ-ды ірі топтарға (рекреациялық іс-әрекет түрлеріне) біріктіру қажет [10].

Рекреациялық іс-әрекеттің түрі (РӘТ) дегеніміз – қарапайым рекреациялық шаралардың біртекті тобы, олардың әрқайсысы өзара алмаса алады. Басқаша айтсақ, рекреациялық іс-әрекеттің

бір түріне өзара алмасатын қарапайым рекреациялық шаралар жата береді. Туроперейтингтің тәжірибесінде мұндай жағдайлардың маңызы зор, өйткені қандай да болмасын қарапайым рекреациялық шараны өткізуге мүмкіндік болмай қалғанда, оның орнын толтыру үшін туристке қарапайым рекреациялық шараның басқасын ұсынады. Мысалы, саңырауқұлақ болмай қалғанда, туристерге жеміс-жидек жинауды ұсынады [10].

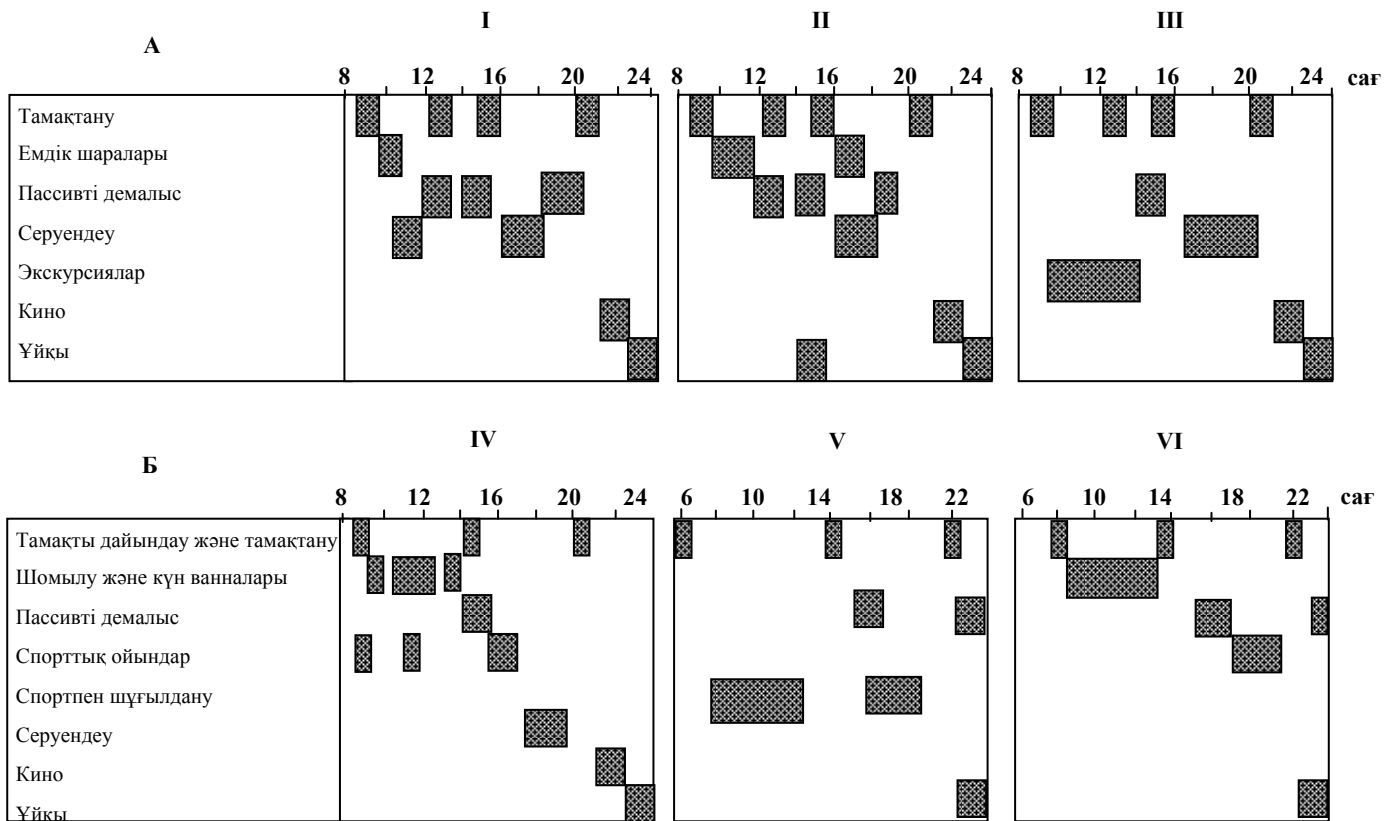
Барлық рекреациялық іс-әрекет түрлері рекреациялық іс-әрекет циклымен бірігіп, соның құрамына кіреді. Белгілі уақыт ішінде қайталанатып тұратын рекреациялық шаралардың тұрақты комбинациясы «рекреациялық іс-әрекет циклы» деп аталады (Ю.А. Веденин, 1975).

Тірі жүйелердің өмір сүру шартының бірі – тірі материяға тән биологиялық үрдістердің ырғақтылығы (ритмі). Тәуліктік (циркадтық) ырғақтар биологиялық ырғақ болып табылады, бұл тірі жандардың қасиеті және олардың өмір сүру шартының бірі. Сондықтан рекреациялық іс-әрекеттің тәуліктік циклын бір мезгілде немесе бірнеше шағын мезеттерде орындалатын әрекеттер үйлесуінің бастауыш бөлігі болып қарастыруға болады (5-сурет).

Тәуліктік циклдар белгілі уақыт ішінде бірнеше рет қайталанып тұрады. Мынадай циклдар болуы мүмкін: ұзақ демалыс циклы, өмір циклы, белгілі жас сатыларының циклы (балалық шақ, жастық шақ, есейген шақ) және т. б.

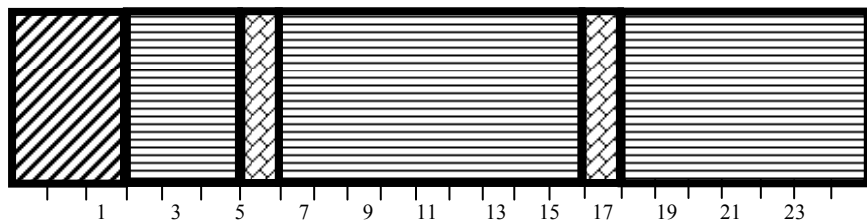
Ұзақ демалыс циклы тәуліктік циклдардан құрылады. Бірақ бұл кезде бірдей тәуліктік циклдары қайталанбайды. Мысалға, санаторлық-курорттық емдеу бір-біріне тең емес: адаптациялық (бейімделу), емделу, экскурсиялық кезендерге бөлінеді. Әр кезеңнің өзінің тұрақты тәуліктік циклдары қалыптасады. Күн тәртібі деп аталынатын қатаң тәуліктік циклдары санаторлық-курорттық емдеу кезінде, ал қатаң емес тәуліктік циклдары – өз бетімен ұйымдастырылған демалыс кезінде пайда болады (6-сурет).

Рекреациялық іс-әрекеттің өмір циклдары рекреация түрлері мен формаларының, географиялық аудандардың кезекпен-кезек ауысуында және т. б. көрініс алады. Рекреациялық іс-әрекет циклдарын олардың қоғамдық функциялары мен технология-



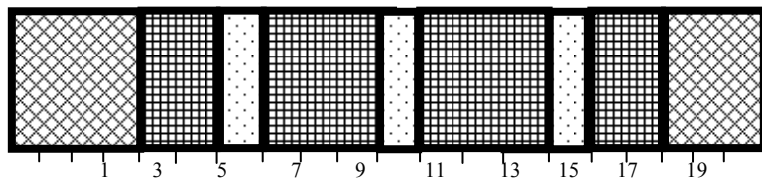
А – емдік, Б - туристік циклдар; Периодтары: I – адаптациялық, II – емдік, III – экскурсиялық, IV –турбазада демалу, V – жорықтар, VI – тұрақтарда демалу  
**5-сурет.** Шаралардың тәуліктік циклының сұлбасы (Ю.А.Веденин, 1975)

А

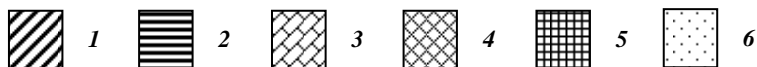


Күндер саны

Б



Күндер саны



А, Б – емдік және туристік циклдары;  
1-6 белгілері 5-ші суреттегі I-VI белгілеріне  
сәйкес келеді

6-сурет. Шаралардың демалыс циклының сұлбасы  
(Ю.А. Веденин, 1975)

лары бойынша да айыруға болады (Ю.А. Веденин, 1975): емдік, сауықтыру, спорттық және танымдық циклдары.

Күнделікті өмірде рекреациялық шаралар алмасып тұрады. Шаралар неғұрлым аралас болса, рекреациялық іс-әрекет соғұрлым әсерлі болып, рекреациялық қажеттілік қанағаттанарлықтай бола түседі.

Соңғы уақытта көбінесе рекреациялық іс-әрекеттің негізгі үш түрі туралы әңгіме қозғалуда. Оларға емдеу, спорттық-сауықтыру және танымдық рекреациялық іс-әрекет жатады. Рекреациялық-сауықтыру және рекреациялық-спорт шаралары түрлі рекреациялық шаралар тобына кіргенімен, өзінің функциялық бағыты бойынша бір-біріне өте жақын. Өйткені екеуі де негізінен адамның күш-қуатын сауықтырып дамуына әсерін тигізеді.

Рекреациялық шаралардың әралуандылығы, араластығы және ауысып тұруы рекреациялық аумақтардың қасиеттерімен тығыз байланысады. Шаралардың әралуандылығы рекреациялық ресурстардың (табиғи және әлеуметтік-экономикалық ресурстар) әралуандылығына сәйкес келуі керек. Рекреациялық ресурстардың әралуандылығы шаралардың араласып және ауысып тұруына мүмкіндік береді.

Аудандық жоспарлауда рекреациялық аумақтың көп функциялық сипаты (табиғи кешендерді таңдау мүмкіндігі, инженерлік құрылыстардың құрылымы мен орналасуы, т. б.) рекреанттың қолындағы уақыт мезгіліне байланысты яғни істейтін шаралар тізімі мен ұзақтығына байланысты. Өз еркімен орындалатын рекреациялық іс-әрекет циклдары әзірше жақсы зерттелмеген.

Рекреациялық циклдардың жаһандық және макроаумақтық деңгейдегі әсерлері рекреациялық саланың аумақтық ұйымдастырылу мәселесі ретінде қарастырылады.

Рекреациялық қажеттіліктер құрылымының өзгерістері себепкер болған рекреациялық іс-әрекет эволюциясының екі негізгі тенденцияларын атап шығу қажет. Бірінші тенденция: бір жағынан, сауықтыру-спорттық және танымдық рекреациялық шаралар маңызының артуымен бірге, барлық шаралардың өсуі жағдайындағы емдеу шараларының азаюы. Ең көзге түсетін ерекшелік – табиғи (өзгертілмеген немесе шамалы өзгертілген)



ландшафтарды пайдаланатын рекреация түрлерінің тез дамуы. Екінші тенденция – жаңа, дәлірек айтсақ, бұрын көп айналыспаған рекреациялық шаралардың пайда болуы.

Ғылыми әдебиетте рекреациялық іс-әрекеттің неше түрлі жіктелуі мен топтастырылуы кездеседі. Олардың негізінде ең жиі кездесетін критерийлері мынадай: саяхат мақсаты, оның ұйымдастыру сипаты, құқықтық статусы, саяхаттың ұзақтығы, рекреанттың қозғалыс түрі, оның жас мөлшері, шаралар жиілігі және тағы басқалары – бұлардың барлығы рекреациялық іс-әрекеттің құрылымы деп аталады (2-кесте).

Емдеу рекреациясы негізгі емдік табиғи факторлары бойынша бөлінеді: климат, минералды су көздері, емдік балшықтар және тағы басқалар. Осындай ресурстарға байланысты ол үш негізгі топқа бөлінеді: климатпен емдеу, бальнеологиялық емдеу және балшықпен емдеу. Олардың үйлесім келуіне қарай бальнео-балшықпен емдеу, бальнео-климатпен емдеу, климат-бальнео-балшықпен емдеу топтары болып та бөліне алады. Емдік-курорттық рекреация жайлары медициналық-биологиялық нормаларға мұқият сәйкес болулары қажет. Жұртты емдеуге арналған курорт аумақтары белгілі шарттарға ие болуы керек.

Бұрынғы КСРО-да табиғи ландшафтық зоналарға сәйкес курорттар мынадай типтерге бөлінген: 1) теңіз жағалаулық жазықтық, көбінесе жерортатеңіздік климаты, дала, шөл, ылғалды субтропиктер ормандарының климаты, қоңыржай ендіктерінің орман климаты, шөлейт климаты тән курорттар; 2) жазықтық континенталдық курорттар қоңыржай белдеуінің тайга, орман зоналарында, қоңыржай белдеуінің муссондық ормандар климатының зонасында, дала мен орманды дала, субтропиктік ормандар мен шөлейт зоналарында орналасқан; 3) Тау курорттары тау етегіндегі, аласа таудағы (500-1000 м), орта таулардың төменгі белдеуіндегі (1000-1500 м), орта таулардың жоғарғы белдеуіндегі (1000-1500 м) және биік таулы (2000 м-ден астам) курорттарына бөлінген.

Спорттық-сауықтыру рекреациясы да алуан түрлі. Әлем бойынша кең тараған түрлеріне суға шомылу, жағажайда демалу жатады. Суда немесе су жағасында демалу түрлі рекреациялық шараларды қамтиды: суға түсу, күн ваннасы, жағалау бойымен серуендеу, жағалауда доп ойнау, су шаңғысы және т. б.



Серуендеу және кәсіби-серуен демалысына мынадай шаралар кіреді: ашық-таза ауада демалу, көрікті-көз тартатын жерлерді тамашалау, саңырауқұлақ пен жеміс-жидек, теңіз моллюскаларын және басқа да табиғат «сыйлықтарын» теру.

Соңғы жылдары тіпті құнды асыл тастар мен минералдарды, құпия қоймаларды іздестіру сияқты туризм түрі дамуда. Мысалы, «Панамерикэн» әуе компаниясы құнды минералдарды іздестіру мақсатында Аустралия мен Жаңа Зеландияға 24 күндік саяхат ұйымдастырады. 3 миллионнан астам американдықтар бос уақытында теңіз түбіндегі құпия қоймаларды іздеумен айналысады.

Танымдық рекреация. Танымдық аспектісі рекреациялық шаралардың едәуір бөлігіне тән. Бірақ тереңірек тануды қажет ететін рекреациялық шаралар да болады, яғни мәдени-тарихи ескерткіштерді, сәулетті ансамбльдерді тамашалау, сонымен қатар жаңа аудандармен, елдермен, этнографиямен, фольклормен, табиғи құбылыстарымен және шаруашылық объектілерімен танысу.

Мысалы, Ресейде танымдық туризм объектісі – Камчаткадағы Гейзерлер Алқабы, АҚШ-та – Йеллоустонның табиғи кереметтері, Қазақстанда – Шарын каньоны, Шетен орманы, Тұйықсу мұздықтары және т.с.с. Рекреациялық іс-әрекеттің танымдық түрлерінің бірі – жануарлар өмірін бақылау. Мысалы, теңіз жануарларының отарларын бақылау үшін көптеген туристер келеді. Қасиетті Павел аралында (АҚШ) котик жануарының он қонысы бар. Біреуінде туристер үшін кәдімгі галерея мен бақылау мұнарасы салынған.

Рекреацияның көптеген түрлері табиғи және әлеуметтік-экономикалық себептерден маусымдық сипатына ие. Рекреацияның осындай маусымдылығы көптеген әлеуметтік және экономикалық мәселелерді туындырады. Ең алдымен рекреациялық инфрақұрылымының пайдалану тиімділігі төмендейді, еңбекпен қамтылу мен қызмет көрсету және көлік жұмысында «шыңдар» мен «шұңғымалар» пайда болады. Мысалы, теңіз жағалаулық рекреациялық аудандарда қысты күні шілде-тамызға қарағанда еңбекпен қамтылу 3-4 есе төмендейді. Жұрттың көбі жазда, шұрайлы күн көзінде демалғысы келеді. Сөйтіп, күн көзі маусымдықтың маңызды факторы екені анық.

Сонымен қатар, рекреациядағы маусымдылықтың тағы бір себебі – өнеркәсіп орындары мен мекемелердің жұмыс тәртібі бойынша олар қызметкерлеріне жүйелі демалысты жазды күні беруге тырысады. Білім беру жүйесінің де жұмыс тәртібі осындай.

Рекреацияның кейбір түрлері, әсіресе емдік-курорттық түріне жататын түрлері жыл бойы істейді, дегенмен мұнда да рекреациялық ағымның толқындары болады.

Туристік қозғалыс ырғағын зерттеудің теориялық маңызымен бірге тәжірибелік қасиеті бар. Туристік ағымның қарқындылығына туристерге қызмет көрсету жүйесі: көлік, қоғамдық тамақтандыру, материалдық-техникалық қамтамасыздандыру және басқалары толығымен сәйкес болуы қажет. Және де, маусымдық құйқылжуларды азайту үшін туристік ағым қарқындылығының маусымдылығы мен оған себеп болатын факторлар арасындағы байланыстарын зерттеу қажет.

Ұзақ мерзімді қаладан тыс жердегі демалыс ареалдарын тауып, оған жер бөліп пайдалану мәселелерін шешу барысында үш тенденция анықталды: 1) курорттық елді мекендер немесе тұтас курорттық агломерациялар негізінде «урбанданған» рекреациялық аумақтарды дамыту; 2) рекреациялық саябақтарды қалыптастыру арқасында рекреацияны елді мекен аралықтарындағы аумақтарда дамыту; 3) ауыл жерлеріндегі демалыс ареалдарында орналасқан өтпелі рекреациялық аумақтарды игеру.

Бірінші түріне жататын аумақтардың ішінде теңіз жағалаулық демалыс аудандары, емдік-санаторлық бөлек курорттар мен курорттық аудандар, тау-шаңғы туристік кешендері ең жиі кездеседі.

Теңіз жағалаулық рекреациялық аудандар қазіргі рекреациялық аудандары ішіндегі ең жылдам дамып келе жатқан аудандары. Келіп жүрген рекреанттар саны бойынша олар әлем астаналарынан кейінгі екінші орын алады деп айтсақ қате болмас. Теңіз жағалауларының өте қарқынды, кейде тым асығыс игерілуі – 50-ші жылдарында басталып, қазір де жалғасып жатқан туристік бум салдары.

Теңіз жағалауындағы демалыс сұранысы, оны қанағаттандыру қажеті құрылыстың индустриялық әдістерін қолдануымен түйдей келді. Курорттық аудандарда құрылыстың

үйренішті индустриалдық әдістері қолданыла берген, кейде тіпті курорттық кешендердің аудандық жоспарлануының жай қалалардан ешқандай айырмашылығы болмаған. Сөйтіп Испания, Франция, Болгария, басқа елдерде урбанданған рекреациялық кешендер пайда болды. Әдетте бұл аудандар жағалау бойымен ұзынынан ұзақ созылып, аумаққа терең кірмей дамыған. Және де теңіз жағалаулық кешендер қазір де жағалаудан алыстамай жаға бойымен одан әрі созылуда. Сөйтіп, ірі сызықтық рекреациялық агломерациялар құрылады, мұның теріс салдарлары мынадай: кәдімгі қала өмірінің сипаттары жойылмағандықтан демалыс тиімділігі төмен, табиғи кешендерге ауыртпалық түседі, жергілікті жұрттың әлеуметтік проблемалары ұлғаяды және т. б.

Жағалау бойымен созылу сұлбасы курорт аумағының функциялық зоналауын қиындатады. Дегенмен, Гагра маңындағы аумақтың ішкі жағына тереңдетілген жоба жасалған. Аспалы жол демалушыларды теңіз жағалауынан альпілік зонаға дейін жеткізеді. Бұдан да батыл жоспарлар Франциядағы теңіз жағалаулық Лангедок-Руссильон рекреациялық зонасының құрылысында іске асырылды.

Мұнда кейбір туристік құрылыстар теңізден 10-15 км арақашықтықта орналасқан. Қолайлы көлік байланыстары арқасында күнде күн және теңіз ванналарын алуға болады. Ал оңтайлы функциялық зоналау мен жағажай көлемін үнемдеу үшін құрылысты жағалау бойымен емес, оған перпендикуляр түрінде жүргізеді, мұнда негізгі жаяу жол жағалауға перпендикулярлы өтеді, ал жағалауға параллелді тас жол одан алыс жерде орналасқан. Жағалауға перпендикулярлы үш функционалдық зона орналасады: 1) дәл судың жанында – спорттың су түрлері мен ойын-сауық зонасы; 2) одан кейін жер үстіндегі спорт түрлері мен ойын-сауықтар зонасы; 3) туристерді орналастыру орындары (қонақ үйлер, кемпингтер, тамақтандыру орындары, паркингтер және т. б.). Су спорты зонасының ортасында туристік жүзу құралдарының порты орналасады. Әрбір зонаның көлемі белгілі нормалармен шектелмеген. Олар аумақтың ерекшеліктерімен анықталады. Осындай жоспарлау арқылы жағажай аумағын үнемдеуге болады, екіншіден, функционалды

зоналарды дұрыстап белгілеп, бір-бірінен бөліп топтастыруға болады.

Теңіз жағалаулық рекреациялық аудандарының аумақтық ұйымдастырылуының ең маңызды мәселелерінің бірі – рекреациялық құрылыс орнын таңдау болып табылады, ал құрылыс үшін ең ұтымды жерді таңдап алу көптеген қарсылық туғызады.

Балтық теңізіндегі демалыс орындарында, арнайы зерттеулер бойынша, күн ашық болған кезде рекреациялық кентте ешкім отырмайды (мысалы, Палангада пансионаттар, демалыс үйлерде және т.с.с. 6-7% демалушылар ғана қалады). Олар құрылыстар өте әдемі жерде орналасса да, кенттен кетіп қалуға тырысады. Себебі – кенттің өзі емес, оның айналасы демалушыларды нағыз тартатын жері болып табылады. Сондықтан рекреациялық кенттерді ең әдемі де қолайлы жерде орналастыруға тырыспау керек – мұндай жерді өз қалпында сақтап қалған жөн. Ғимараттар үшін қарапайым орын да жарай береді.

Теңіз жағалаулық аудандарда рекреациялық шараларының жиынтығы бойынша көбінесе полифункционалды орталықтар құрастырылады. Сонымен қатар, соңғы жылдары мамандандырылған орталықтардың, мысалы, балық аулаушыларға, көңіл көтеруге және т. б. арналған орындардың құрылысы байқалуда.

Сонымен қатар, рекреациялық іс-әрекетті ұйымдастырудың «урбанданған» формаларына алдын алу және емдеу-қалпына келтіру мақсатында географиялық орта факторларын пайдаланатын санаторлық-емдеу курорттары да жатады. Климат, минералды сулар мен балшықтардың көптеген ауруларға ем болатыны және оларды алдын алатыны баяғыдан белгілі. Кең тараған және құрылымы, қасиеттері, шипалық қасиеті бойынша алуан түрлі минералды сулар мен балшықтар, жайлы климат жағдайлары көптеген курорттық орталықтар мен аудандардың пайда болуына себепкер болды.

Соңғы кезде емдік туризм көрсеткіштері, әсіресе дамыған капиталистік елдерде, аздап төмендеуде. Дегенмен санаторлық-емдік рекреация ішкі де, халықаралық туризмінің де маңызды факторы болып қала береді. Кейбір курорттар туристерді өзіне тарту үшін функцияларын өзгертуде. Осындай өзгерістер өте

жиі көңіл көтеру мен спорттық-сауықтыру функцияларын кеңейту жолымен өтеді.

Санаторлық-емдік рекреация – бұл туризмнің еуропалық түрі деп те айтуға болады, себебі ол әлемнің басқа жерлерінде Еуропаға қарағанда онша дамымаған. Мысалы, АҚШ-та туризмнің бұл түрі тіпті аз тараған.

Бұрынғы КСРО-да бальнеологиялық емдеуге үлкен назар аударылған, ол кезде 500 жуық курорт жұмысын атқарған. Олардың ішінде әлемге әйгілі Солтүстік Кавказ курорттары – Ессентуки, Пятигорск, Железноводск, Грузиядағы Цхалтубо, Қырымдағы Саки мен Феодосия, Карпатыдағы Трускавец, Қазақстандағы Сарыағаш пен Алмаарасан және т. б.

Соңғы жылдарда халықаралық тау шаңғы курорттарының саны жылдам өсуде. Осындай курорттардың дамуы үшін мынадай табиғи алғышарттары: қалыңдығы 50-60 сантиметрден кем емес қардың үш айдан кем болмай жатуы, жайлы климат жағдайы, беткейлерінің көлбеуі орташа есеппен 17° жететін орташа немесе аз тілімделген жер бедері, қар көшкіні жағынан қауіпсіз болуы қажет.

Елді мекендер аралығындағы қала маңындағы және ұзақ мерзімді қаладан тыс жердегі рекреациялық іс-әрекет алдыңғы қатарға шықты. Мұның себептері – демалыс белсенділігінің өсуі, оның центрден тепкіш бағыты мен көшпелі сипаты. Туризм мен демалысқа арналған аумақтарды ұйымдастыру формасының бірі – табиғи рекреациялық саябақтарды ұйымдастыру болып табылады.

Табиғи-рекреациялық саябақ арқылы рекреацияны ұйымдастыру мен табиғат қорғау мақсаттары үйлесіп орындалады.

Алғашқы ұлттық саябақ – Йеллоустон саябағы 1872 жылы ұйымдастырылды. Ұлттық саябақта экологиялық, тарихи және эстетикалық құндылығы бар табиғи кешендер мен объектілер орналасады. Ұлттық саябақта табиғатты қорғау мақсаттары экологиялық білім берумен, туризммен және халықтың демалуымен үйлеседі. Ұлттық саябақтардың негізгі мақсаттары мынадай: 1) ең тамаша табиғи (немесе адам әсерінен аз өзгерген) ландшафттарды қорғау; 2) табиғи ортада ғылыми зерттеулер базасын ұйымдастыру; 3) танымдық туризм үшін жағдай жасау; 4) табиғат қорғауға арналған тәрбие жұмысын

жүргізу. Яғни ұлттық саябақ рекреациялық қажеттерді қанағаттандыруға бағытталған.

Ұлттық саябақтардағы рекреациялық іс-әрекет маңызды болса да, ең басты функциясы емес. Сондықтан елді мекен аралығындағы аумақтарда туризм мен демалыс мақсаты ең маңызды болып есептелетін рекреациялық саябақтар ұйымдастырылғаны жөн. Қазіргі орман-саябақтары мен қала маңы ормандарына қарағанда, рекреациялық саябақ құрылымы жағынан ұлттық саябаққа, ал рекреациялық функциясы жағынан орман-саябаққа ұқсауы керек. Орман-саябақтың екі анықтамасын келтірейік.

1. Орман-саябақ – демалуға арналған орманның бір бөлігі. Ол демалысқа керек құралдарымен жабдықталған орман. Рекреациялық саябақ адамның рекреациялық қажеттілігін толығымен қанағаттандырады. Кесіп сатуға арналған ағаштарды өсіру тек қосымша кәсіп болуы мүмкін.

2. Орман-саябақ дегеніміз – қысқа мерзімді еркін демалысқа арналған және қайта құрылу арқылы белгілі бір ландшафттық жүйеге келтірілген жабдықталған орман. Бұл жағдайда орман-саябақ рекреациялық, сәулеттік-көркем өнерлік, санитарлық-гигиеналық, танымдық және орман шаруашылық функцияларын біріктіріп үйлестіретін кешен болып табылады. Орман-саябақтарда демалыс күнгі туризм, экскурсиялар мен серуендеу, тыныш демалыс, жағажайлар мен су станцияларындағы демалыс, жеміс-жидек пен саңырауқұлақ теру, басқа да, саябақтың жергілікті ерекшеліктеріне байланысты рекреациялық шаралардан тұратын еркін демалыс ұйымдастыруға болады.

Елді мекен аралық аумақтардағы рекреациялық саябақтарды пайдаланудың ғылыми негізделген технологиясы мынадай шаралардан тұрады: 1) жайлы рекреациялық қасиеттеріне және табиғи де, әлеуметтік-экономикалық та жоғары сапалы рекреациялық ресурстарына ие рекреациялық жер қорын қалыптастыру; 2) рекреациялық жер қорын демалыс пен туризм мақсатында пайдаланатын рекреациялық кәсіпорындарды ұйымдастыру.

Рекреациялық саябақтарындағы рекреациялық кәсіпорындары туристерге қызмет көрсетеді, рекреациялық ресурстарға күтім жасайды, парк бөліктеріндегі оларға түсетін рекреациялық



жүктемелерді реттейді. Табиғатты рекреациялық саябақтарда тиімді пайдалану дегеніміз рекреациялық мамандандырылудың жетекші рөлін сақтай тұра, жерді басқа да түрлі мақсатта пайдалануды жокқа шығармайды. Ол үшін рекреациялық саябақтарда орналастыруға болмайтын, тыйым салынатын өндірістер мен жер пайдаланушылар тізімін жасау керек. Әрине, мұнда жекеменшікті дачаларды, зиян келтіретін кәсіпорындарды, пайдалы қазбаларды ашық әдіспен өндіру кәсіпорындарын орналастыруға болмайды. Сонымен қатар, саябақтарда егіншілік, су энергетикасын, балық шаруашылығын, ағаш тұқымын өсіру орындарын дамытуға болады.

Рекреациялық ресурстарды қорғау мен толыққанды демалысты ұйымдастырудың сайманы – бұл рекреациялық саябақ аумағының ғылымға негізделген функционалды зоналау болып табылады. Зоналар пайдалану режимы бойынша бөлінеді. Рекреациялық құндылығы төмен зоналар рекреанттардың шоғырланатын жерлері мен оларға қызмет көрсету орындарын (түнеу орындары, паркингтер, спорттық құрылыстар, сауда мен тамақтандыру орындары және т. б.) жайғастыруға арналады. Мұнда рекреациялық емес функциялар рекреациялық функциялармен үйлеседі. Нағыз құнды, әсем жерлері рекреациялық іс-әрекеттің өзіне (экскурсиялар, балық аулау, аң аулау, таза ауадағы демалыс) бөлініп беріледі. Рекреациялық ресурстарды сақтап қалу үшін жолдар мен соқпақтарды дұрыс жоспарлап, жабдықтау қажет.

Елді мекен аралық аумақтарда орналасқан рекреациялық саябақтардың функциялары рекреациялық қажеттіліктерге сәйкес болуы керек.

ТРЖ типологиясын И.В. Зорин, В.С. Преображенский мен Ю.А. Веденин жасаған (1975). Оның негізінде рекреациялық іс-әрекет функцияларының типологиясы жатыр. Осыған орай рекреациялық саябақтар 1) сауықтыру; 2) спорттық; 3) танымдық үш негізгі функционалды түріне бөлінеді.

Сауықтыру және спорттық рекреациялық саябақтар рекреациялық шаралардың белгілі бір циклының басымдылығы бойынша төрт шағын типтерге бөлінеді: а) серуендеу, ә) спорттық, б) аң және балық аулау, в) екі немесе үш шаралар циклының басымдылығы тән аралас саябақтар.

Танымдық рекреациялық саябақ адамның рухани дамуы функциясын орындайды. Оларды екі түріне бөлуге болады: а) танымдық мәдени саябақтар, оларға сәулеттік-тарихи, этнографиялық және басқа да парктері жатады, ә) танымдық табиғи саябақтары, оларға қайталанбайтын және экзотикалық табиғи құбылыстары мен объектілері бар жерлерімен бірге белгілі зона, белдеу, ландшафт тек осыларға тән үлгілі қасиеттеріне ие кеңістіктер жатады.

Ұзақ демалыс ареалдары түріне ауыл жерлерінде орналасқан өтпелі рекреациялық (урбанданған курорттар мен рекреациялық саябақтар арасындағы) аумақтар жатады. Осындай ареалдар тuroператорлар мен турагенттер ұйымдастырған жеке туристердің ауылды жердегі туризм мақсатында пайдаланады. Туризмнің бұл түрі ауыл туризмі деп аталады және бүгін арнайы туризмнің бір қалыптасқан тармағын құрады.

#### *Қайталау сұрақтары*

- 1. «Рекреациялық іс-әрекет» деген не? Оның құрылымдық және функционалдық ерекшеліктері қандай?*
- 2. «Рекреациялық шаралар» деген не? Олардың түрлерін атап шығыңыз.*
- 3. «Рекреациялық іс-әрекет циклы» деген не? Адам өміріндегі қандай циклдерді білесіз?*
- 4. Рекреациялық іс-әрекет жіктелуінің негізі қандай? Рекреациялық іс-әрекет формаларына сипаттама беріңіз.*
- 5. Рекреациялық аумақтардың үш түріне сипаттама беріңіз.*
- 6. «Ұлттық саябақ» пен «табиғи рекреациялық саябақ» арасындағы айырмашылығы неде? «Орман-саябақ» деген не?*

### **§ 5 Рекреациялық саланың территориялық ұйымдастырылуының шарттары мен факторлары**

Рекреациялық қызмет көрсету өндірістің материалдық емес сферасына жатады. Рекреациялық қызмет көрсету мен рекреациялық іс-әрекетті ұйымдастыру жұмысының объекті – адам және оның демалыс өткізетін жерінің жағдайлары болып

табылады. Рекреациялық сала қызметкерлерінің еңбегін нәтижелері бойынша халық шаруашылығының кез келген саласымен салыстыруға болады. Бұл іс-әрекеттің тиімді болуы шарты – жақсы ұйымдастырылған, жоспарланған және дұрыс басқарылатын саланың болуы. Дегенмен, О.А. Кибальчич (1973) айтқандай, рекреациялық саланың «азаматтық құқығы» әзірше шектелген. Біздің елімізде рекреациялық қызмет көрсетудің жеке рекреациялық салаға айналуына барлық мүмкіндіктер бар. Рекреациялық сала дегеніміз не? Әрбір салада бірнеше кәсіпорындар, мекемелер, ұйымдар бірігіп, белгілі бір функция атқарады, яғни салада шаруашылық бірліктер топтасады. Рекреациялық салаға келетін болсақ, рекреациялық саланың құрылымын анықтау өте қиын. Не себептен? 1-ші қиындығы: туризмнің мультипликаторлық эффектісі, яғни көп қосымша салалар рекреанттарға қызмет көрсетуге кіріседі; 2-ші қиындығы: рекреанттар санын дәл анықтау өте қиын, яғни статистикалық есептің жоқтығы. Осы себептен рекреациялық саланың шекарасы нақты болмайды. Сондықтан рекреациялық саланы жоспарлау, оның экономикалық рөлін, мысалы, одан түсетін табысын анықтау, саладағы қызметпен қамтылуды есептеу де қиынға түседі.

Халық шаруашылық саласын бөліп көрсету үшін ең алдымен еңбектің қоғамдық бөлісіндегі ондағы тек өзіне тән еңбек түрін анықтап бөлу қажет. Рекреанттар өндірістің материалдық та, материалдық емес те аяларында өндірілген тұтыну заттарын пайдаланады. Атап айтсақ, бұлар – көлік құралдары мен орналастыру орындары, тамақтандыру жүйесінде өндірілген өнім, туристік жабдыктану заттары, тұрмыс қызметтері және т. б.

Материалдық және материалдық емес игілікті пайдалану белгісі бойынша рекреантқа қызмет көрсететін барлық мекемелерді рекреациялық салаға жатқызуға болады. Кейбір зерттеушілер бұл жиынтықты «туризм индустриясы» деп атайды. Бірақ, «рекреациялық сала» мен «туризм индустриясы» ұғымдарын ажырата білген жөн. Рекреациялық салада негізгі технологиялық үрдістер іске асады, ал туризм индустриясында сонымен қатар, рекреантқа қызмет көрсетуді ұйымдастырғанда шаруашылық байланыстар да пайда болады. Егер рекреациялық

сала мен «туризм индустриясы» арасындағы ерекшеліктерді аңғармай, саланы қалыптастыру критеріі ретінде тек тұтынуды қарастырсақ, бұл сала, өндірістері шаруашылықтың әртүрлі салаларында «шашылып» жатқан алапес бір салаға айналып кетеді. Қазіргі кезде көптеген елдерде рекреациялық сала рекреациялық тұтынудың кешендік сипатына орай «туризм индустриясы» тұжырымдамасына негізделеді [5].

Рекреациялық қызмет көрсету элементтерін тек жоспарлау мен реттеу арқылы бір-бірімен үйлестіруге болады. Ең алдымен, рекреациялық саланы халық шаруашылық жоспары мен өндіріс пен таратудың материалдық балансына енгізу қажет. Рекреациялық сала бір жерден басқарылуы керек. Бұрынғы КСРО-да курорттық емдеу мен туризм кәсіподақтар жүйесі арқылы ұйымдастырылған. Курорттық емдеу, демалыс пен туризм Курорттарды басқару орталық кеңесі мен Туризм және экскурсиялар орталық кеңесі қарамағында болған. Кәсіподақтар қоғамдық ұйым болған. Жалпы, халықтың санаторлық-курорттық емделуі, демалысы мен туризм ол кезде жақсы ұйымдастырылған және өз міндеттерін орындаған деп айтуға болады. Дегенмен сала дамуының деңгейі көптеген мәселелерді де туғызды. Бір жағынан, саланың өзінде жоспарлау мен реттеу саясаты онша үйлесімді болмаған. Екіншіден, рекреациялық сала мен жанама салалары арасындағы байланыстары жөнді ұйымдастырылмаған.

Аталған себептерден сала дамуында, оның жоспарлануында, басқарылуында неше түрлі қиын мәселелер туындайды, ал олай болса, рекреациялық қызмет көрсету сапасы төмендейді, қаржы дұрыс жұмсалмайды, ресурстар тиімді қолданылмайды. Осындай жағдайда жоспарлау, үйлестіру, бақылау функцияларына ие болатын салааралық реттеу органын қалыптастыру қажет. Оның ұсыныстары мен ережелері рекреациялық қызмет көрсетуіне қатысы бар министрліктер мен ведомстволар үшін міндетті болуы қажет.

Рекреациялық шаралардың диверсификациясы (тарамдалуы) рекреациялық саласындағы еңбек бөлісін күшейтеді де аумақтық рекреациялық мамандандырылуына әкеліп соғады: белгілі бір медициналық бағыттағы курорттық емдеу аудандары, теңіз жағалауындағы демалыс, тау шаңғы орталықтары және т. б.

Рекреациялық саланың территориялық ұйымдастырылуына ең елеулі әсер ететін жағдайларды фактор деп, басқа жағдайларды – шарттар деп атайды. Туризмнің дамуы мен оның территориялық ұйымдастырылуына көптеген факторлар мен шарттар: әлеуметтік-экономикалық, табиғи-географиялық, демографиялық, ғылыми-техникалық, саяси және т. б. әсерін тигізеді. Рекреациялық қажеттіліктер рекреациялық саланың территориялық ұйымдастыруының басты факторы болып саналады. Ал рекреациялық қажеттіліктердің қалыптасуы әлеуметтік-экономикалық факторларымен айқындалады.

Сондықтан барлық факторлар туризм мен халық демалысы дамуының әлеуметтік-экономикалық және саяси шектеуші факторларын ескере тұра талдануы керек.

Көрсетілген факторларды жүйелей отырып, оларды 2 топқа бөледі. Осылай бөлуді В.С. Преображенский, В.И. Азар, И.В. Зорин, П. Мариот сияқты атақты ғалымдар ұсынды.

1. Туризмдегі қоғамдық қажеттіліктерді туғызатын факторлар. Олар демалыстың түрлі формаларына сұраныс туғызады. Сонымен қатар, олар рекреациялық шаруашылықтың құрылымын анықтайды.

2. Рекреациялық қажеттіліктерді іске асырушы факторлар. Олар жұртты туризмнің түрлі формаларымен айналысуға тартады. Бұл факторлар туризмнің табиғи, мәдени-тарихи ресурстарымен, халықтың әлеуметтік-экономикалық өмір жағдайымен (табыс деңгейі, бос уақыттың болуы) байланысты.

Бұл екі фактор территория жағынан шоғырланған және шоғырланбаған болып бөлінеді.

Шоғырланбаған факторлар – рекреациялық шаруашылыққа халық шаруашылық деңгейінде әсер ететін, бүкіл халық шаруашылық кешенінің қоғамдық-экономикалық үрдісімен байланысатын туғызушы және іске асырушы факторлар. Туристік-рекреациялық жүйеге талдау жасағанда бұл факторлар ескеріледі.

Шоғырланған факторлар – туризмдегі еңбектің аумақтық бөлінуін анықтайтын, рекреациялық функцияларды белгілі бір жерге бекітетін, кеңістікте нақты жіктелген туғызушы және іске асырушы факторлар. Мұндай факторларға тау, орман, жылы теңіз бен өзендер, минералды сулар, мәдени ескерткіштер

жатады. Себебі, олар туризм индустриясы мекемелерінің орналасуын анықтайды.

Рекреациялық қызметтер белгілі бір ауданда өндіріледі және тұтынылады. Ал Н.Н. Баранский айтқандай, өндірілетін орын мен тұтынатын орынның арасындағы аумақтық үзілістің болуы туризмде туристің тұрғылықты орны мен демалыс орнының арасындағы үзіліспен айқындалады. Рекреациялық іс-әрекеттегі аумақтардың бірге орналаспауы аудандар арасында оның функцияларының бөлінуінде де орын табады.

Рекреациялық іс-әрекеттің рекреациялық ауданнан «шығарылатын өнімі» – денсаулық пен көңіл, физикалық және рухани дамуы болып табылады.

Қоғамдық өндірістің даму деңгейі, халықтың тұрмыс жағдайы, денсаулығын, еңбекке жарамдылығын қалпына келтіру қажеттілігі туғызушы факторлардың ішінде маңызды рөл атқарады.

Әлеуметтік-экономикалық сипаты бар рекреациялық қажеттіліктер туризм дамуының негізгі факторы болып саналады. Солар арқылы халықтың физикалық және рухани күшін қалпына келтіру қажеттілігі іске асады.

Адамның психикасына кері әсерін тигізетін ғылыми-техникалық революция, урбандану үрдісінің дамуы туризммен айналасуға қажеттіліктерді туғызатын факторлар болып табылады. Урбандалған үлкен қалаларда табиғатта демалу сұранысы өседі. Мұның себебі – урбандану өмір шарттарын өзгертеді, адамдарды табиғи ортадан алшақтайды, табиғи үрдістерді өзгертеді, осының барлығы қала тұрғындарының денсаулығына зиянды.

Туғызушы факторларға халықтың орналасуымен байланысты туристік сұраныс аумағының біркелкі еместігі жатады.

Іске асырушы фактор тобына халықтың туристік саяхатқа қатысуы жатады. Бұған кіретіндер: туристік-рекреациялық ресурстар, материалдық, мәдени, білім деңгейінің өсуі, көлік, қызмет көрсету сұранысындағы прогресс. Іске асырушы факторлар объектінің экономикалық-географиялық орналасуына байланысты.

Авторлардың көпшілігі іске асырушы фактордың маңызы демалыс пен туризмді шағын көлемді аумақтарда ұйымдас-

тырғанда өте жоғары, ал ауқымды территорияларда туғызушы факторлардың маңызы одан да жоғары деп есептейді.

Іске асырушы факторлардың аумақтың рекреациялық ұйымдастырылуына жасайтын әсері санаторлық-курорттық және туристік-экскурсиялық қызмет көрсету кәсіпорындары торының аумақтық таралуы мен дамуында орын алады.

Рекреациялық аудандарындағы функциялардың аса шоғырлануы адам денсаулығы мен демалысы үшін зиянды екені түсінікті. Табиғаттың өзгермеген күйі рекреациялық ауданға туристерді тартатын ең маңызды қасиеті болып табылады.

### *Қайталау сұрақтары*

- 1. «Рекреациялық сала» деген не? Осы ұғымды бұрынғы КСРО-да енгізген кім?*
- 2. «Рекреациялық сала» мен «туризм индустриясы» ұғымдарын және олардың өзара қатынасын, айырмашылықтарын түсіндіріп беріңіз.*
- 3. Рекреациялық іс-әрекеттің аумақтық ұйымдастырылу факторлары мен шарттары қандай? Оларды анықтаған кеңес және шетел ғалымдары кім болған?*
- 4. Қажеттіліктерді (сұранысты) туғызушы факторларға сипаттама беріңіз.*
- 5. Рекреациялық қажеттіліктерді іске асыратын факторларға сипаттама беріңіз.*

## **§ 6 Рекреациялық география – жаңа қоғамдық-географиялық ғылым**

Қазіргі шақта рекреациялық іс-әрекет маңызды әлеуметтік-экономикалық факторлардың біреуіне айналып отыр. Халық шаруашылығының жаңа саласы қалыптасуда. Бұл саланың дамуы ресурстарға, қызметкерлеріне сүйенеді, басқа салалармен байланыстарын ұлғайтады және ойдағыдай әлеуметтік-экономикалық нәтижелерге жетіп отыр.

Рекреациялық іс-әрекетті ұйымдастыру кешенді түрде жүргізілуі қажет, өйткені рекреациялық жүйе қандай түрде

болмасын, өзара әрекеттесуде болады: демалушылар тобы, табиғи кешендер, техникалық инфрақұрылым, қызмет көрсету сферасы, өндіріс сферасы, еңбек ресурстары, орналастыру жүйелері және басқалары. Жердің географиялық ортасының сипаттарына байланысты ғылыми зерттеулерді дамыту кезінде, рекреацияның мәселелері және оның географиялық сипаты пайда болады. Рекреациялық мәселелерді қазіргі өмір талабында зерттеу, ғылыми жетістіктердің сөз жүзінен іске асырылуы – міне, осылардың барлығының жинағы қоғамдық географияның жаңа саласы болатын рекреациялық географияны туғызды. Бұрынғы КСРО-да география саласында рекреациялық мәселелерін зерттеу жұмыстарымен КСРО ҒА академигі И.П. Герасимов басқарған География институті айналысатын. Бұндай жұмыстармен негізінен В.С. Преображенский басқарған физикалық география бөлімі және А.А. Минц басқарған экономикалық география бөлімі айналысқан.

Рекреациялық жүйені объективті және әлеуметтік құрылым ретінде тұңғыш рет ұсынған В.С. Преображенский болды. В.С. Преображенскийдің ұсынысы кеңестік рекреациялық географияның аяғына тұру жолында ең алғашқы ірі кадам болып саналады. В.С. Преображенскийдің пікірінше, рекреациялық жүйе дегеніміз функционалдық мәні бойынша объективті және әлеуметтік құрылым, басқа материалдық (өнеркәсіп, ауыл шаруашылығы, көлік) және материалдық емес (тұрмыста қызмет көрсету, қоғамдық тамақтандыру, денсаулық сақтау) салаларымен теңдес халық шаруашылық жүйесі (саласы) болып табылады. Рекреациялық қызметтерді өндіруге және халықтың рекреациялық қажеттіліктерін қанағаттандыруға мамандандырылған аумақтық-шаруашылық құрылымның географиялық сипаты пайда болды. Зерттеу практикасында жиналған мәліметтер геожүйенің ерекше концепциясын – территориялық рекреациялық жүйесін (ТРЖ) жасады, ол рекреациялық географияның жаңа оқу пәні болмақ [6].

«Территориялық рекреациялық жүйе» – бұл әлеуметтік географиялық жүйе. ТРЖ-де белгіленген қоғамдық функциялар жиналған, оның ішінде адамның (рекреанттың) денсаулығы мен еңбек қабілеті, физикалық және психозмоциялық күш-қуатын қалпына келтіру ең бастысы болып табылады. Құрылымы



жағынан ТРЖ бір-бірімен байланысты элементтерден (шағын жүйелерден) тұрады: табиғи және мәдени кешендер (ТК), техникалық құрылыс (ТҚ), қызмет көрсету (ҚК), басқару органы (БО) және демалушылар тобы (ДТ) – рекреанттар (7-сурет).

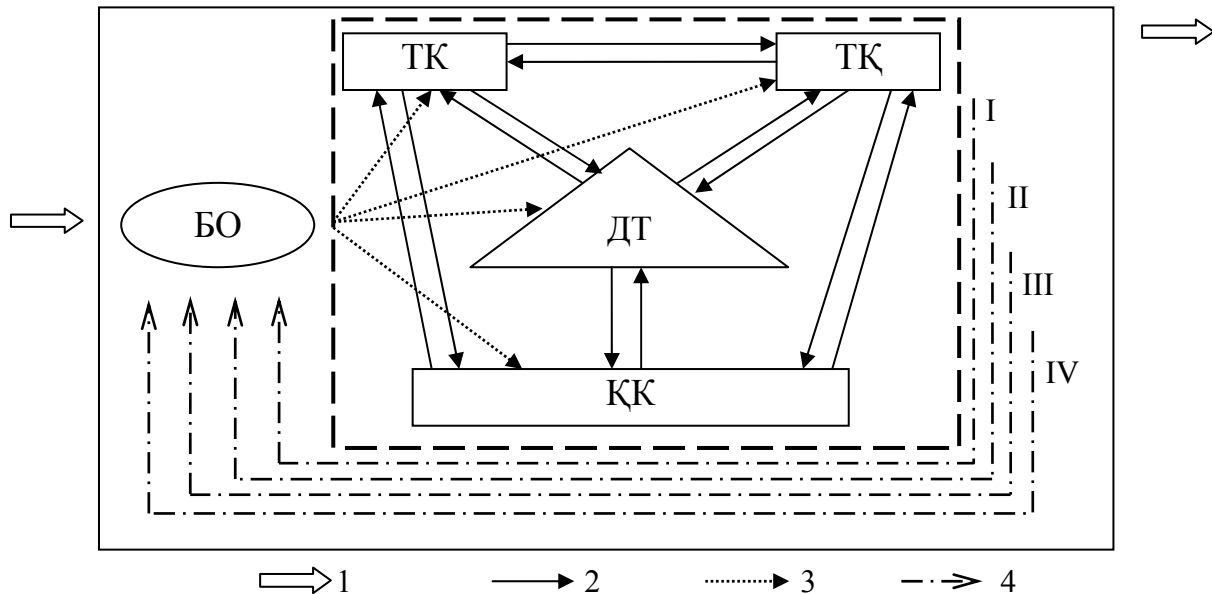
«Демалушылар тобы» атты шағын жүйе – ең негізгісі, ол туристердің әлеуметтік-демографиялық, жергілікті және ұлттық ерекшеліктеріне байланысты, ТРЖ-нің басқа да элементтеріне қойылатын талаптарды анықтайды. Бұл жүйе рекреациялық қажеттіліктің құрылымы мен мөлшерін, туристік сұраныстың географиясы мен таңдауын, туристік ағымдардың әртүрлілігі мен маусымдық сипатын анықтап отырады.

«Табиғи және тарихи-мәдени кешендер» шағын жүйесі ресурс ретінде қарастырылып, ТРЖ құрылуының жергілікті базисы болып табылады. Табиғи және тарихи-мәдени кешендердің белгілі бір сыйымдылығы, сенімділігі, комфорттылығы, тұрақтылығы және аттрактивтілігі (тартымдылығы) болады. Олар пайдалану қорының көлемі, тарау мөлшері, пайдалану кезеңдері арқылы сипатталады және демалушыларға қызмет көрсету процесінде бірнеше рет қолданылады.

«Техникалық құрылыстар» шағын жүйесі – демалушылар мен қызмет көрсетушілердің тіршілік әрекеттерін (орналастыру, тамақтандыру, көлік қызметтері), сонымен қатар арнайы рекреациялық қажеттіліктерін де (емдеу, сауықтыру қызметі; экскурсиялық, мәдени және тұрмыс қызметтері) қамтамасыз етеді. Рекреациялық және қызмет көрсету кәсіпорындарының кешені рекреациялық инфрақұрылымды құрайды. Олар сыйымдылық, әртүрлілік, комфорттылық, экологиялық, технологиялық (пайдалануға дайындық) көрсеткіштерімен сипатталады.

«Қызмет көрсетушілер» шағын жүйесі демалушыларға рекреациялық қызмет көрсету функциясын атқарады және рекреациялық мекемелердің өндірістік-технологиялық жабдықталуын қамтамасыз етеді. Бұл шағын жүйе мамандандырылған мекемелерде рекреациялық қызмет көрсетушілердің санымен, туристік мамандардың кәсіптік және білім деңгейімен сипатталады.

«Басқару органы» шағын жүйесі ТРЖ элементтерінің өзара әрекеттерін реттеп отырады және барлық жүйелерінің бүтіндей әсерлі жұмыс істеуін қамтамасыз етеді. Қазіргі уақытқа және



ДТ – демалушылар тобы; ТК – табиғи және мәдени кешен; ТҚ – техникалық құрылыс; ҚК – қызмет көрсетушілер тобы; БО – басқару органы; 1 – жүйенің сыртқы байланыстары; 2 – шағын жүйелер арасындағы байланыстар; 3 – басқару командалары; 4 – шағын жүйелер туралы мәліметтер; I – демалушылардың қанағаттандырылуы туралы, II – демалушылардың сұранысы бойынша табиғи кешендердің сақталу дәрежесі, III – техникалық жүйелердің мүмкіндіктері мен пайдалы қасиеттерінің сақталу дәрежесі, IV – қызмет көрсетушілердің жағдайы туралы.

7-сурет. Рекреациялық жүйенің сұлбасы. (В.С. Преображенский, 1975)

болашаққа жоспарлау мен басқару жүйесі арқылы ТРЖ желілерінің әр түрлі салалары мен деңгейлерінің кешенді түрде дамуын жүзеге асырады, рекреациялық қажеттіліктерді болжамдайды, рекреациялық ресурстарға баланс жасайды, рекреациялық іс-әрекеттердің ақпараттық, нормативтік-құқықтық және материалдық-техникалық жағынан қамтамасыз етілуін жүзеге асырады.

Рекреациялық география ТРЖ-ні бүтін бір жүйе ретінде зерттеп, оның қалыптасуын, динамикалық дамуын, әртүрлілігін, ТРЖ-нің басқа да географиялық жүйелерімен өзара әсерлерін және өзара байланысының заңдылықтарын анықтайды.

Басқа ғылымдармен бірігіп, рекреациялық география а) жүйелердің оңтайлы түрде жұмыс істеуі бойынша; б) алдын ала қажет етілген шарттарымен сипатталатын жүйелерді жоспарлау: рекреациялық қажеттіліктерді анықтау; жүйелердің іске қосылу салдарларын болжау; аумақтар бойынша жасалған нормаларды тағайындау; ТРЖ зерттеу мен жобалау әдістемелерін анықтау бойынша ұсыныстар жасайды. Сонымен қатар, рекреациялық география жұртқа ТРЖ жергілікті ерекшеліктері жөніндегі ақпарат береді.

Демек, рекреациялық география – бұл халықтың рекреациялық іс-әрекетін ұйымдастыруын зерттеп түсіндіретін интегралдық-синтетикалық ғылым. Мұндай жағдайда территориялық қоғамдық жүйенің рекреациялық шағын жүйесі (ТҚЖ немесе ойкумена) зерттеу объектісі болып қарастырылады, ал зерделеу пәні ретінде территориялық рекреациялық жүйе алынады. «Рекреациялық іс-әрекетті территориялық тұрғыдан ұйымдастыру» термині қоғамдық географиядағы «қоғамның территориялық ұйымдастырылуы» ұғымына сәйкес келеді.

Жалпы айтқанда, қоғамның территориялық ұйымдастырылуы түсінігі еңбектің территориялық бөлінісін, өндіріс күштерінің орналасуын, өндірістік қатынастардағы аймақтық айырмашылықтарын, халықты орналастыру, қоғам мен табиғаттың өзара қатынастарын, аймақтық әлеуметтік-экономикалық саясат мәселелерін және т.б. қамтиды. Бұлардың барлығы адамның рекреациялық іс-әрекет тұжырымдамасына сәйкес келеді.

Рекреациялық география тарихи, салыстырмалы, картографиялық, аналитикалық, статистикалық, математикалық моделдеу, баланс әдістерін, социологиялық зерттеулерді кең түрде қолданады.

ТРЖ-ні зерттеу барысында осы әдістерді кешенді түрде пайдалану қажет, яғни басқаша айтсақ рекреациялық география жүйелі талдау әдістерін қолданады. Зерттеу тақырыбының әлеуметтік сипатына орай рекреациялық география басқа қоғамдық ғылымдарда (баланстық, әлеуметтік зерттеулер және т.б. әдістер), медициналық-биологиялық және басқа ғылымдарда қалыптасқан әдістерді қолданады.

Зерттеу нысанының (ТРЖ мен рекреациялық аудандар) кешендік сипатына; кең ауқымды ішкі, салааралық және ауданаралық байланыстарына; қоғамдық функцияларының, даму факторлары мен шарттарының әртүрлілігіне; рекреациялық іс-әрекет ұйымдастырылуының аумақтық формаларына байланысты рекреациялық географияда жүйелік тетік пен жүйелік талдау әдістері кең қолданылады. Жүйелі әдістердің қолданылуы арқасында рекреациялық жүйе тұжырымдамасын, базистік және жеке функционалдық моделдер жиынтығын жасау, пәнаралық зерттеулер бағдарламасын әзірлеп олардың үш деңгейін: 1) зерттеу нысанын іздестіру мен моделдеу деңгейі; 2) бастапқы ақпаратты жинақтау мен талдау, әлеуметтік-экономикалық критерийлерді, нормативтер мен шектеулер жүйесін анықтау деңгейі; 3) мәселені шешу алгоритмін табу, алдын ала берілген мақсат етілген функцияларына сәйкес ТРЖ-ның тиімді құрылымын анықтау деңгейі – белгілеу мүмкіншілігі пайда болды. Жүйелі тетік жүйелердің қалыптасуы, динамикасы мен дамуының компоненттік, функционалдық және тарихи аспектілерін үйлесімді түрде талдауға бағытталған.

ТРЖ мен рекреациялық аудандардың жүйелі зерттеулерінің компоненттік аспектісі екі өзара байланысты мәселелерден тұрады: 1) қалалық, қала маңы мен сырттағы демалыстың ТРЖ-сі қандай элементтерден (шағын жүйелерден) тұратынын анықтау (компоненттік талдау); 2) осы элементтердің (шағын жүйелердің) бір-бірімен қандай байланыста тұрғанын анықтау (құрылымдық талдау). Осындай талдау арқылы жүйенің

біртұтас болуын (жүйе қасиеттері тек оның элементтерінің сипаттамаларымен шектелмей, жүйе компоненттерінің өзара әрекеттесуімен анықталатын жағдайда) ескере тұра, күрделілігін анықтауға, элементтерінің өзара әрекеттесуінің заңдылықтарын білуге, осы жүйені басқа жүйелермен салыстыруға болады.

ТРЖ жүйелі талдауының функционалды аспектісі оның құрастырушы элементтерінің өзара әрекеттесу үрдісінде және қоршаған орта әсеріндегі жағдайда функцияларын орындау тетігін зерттеуге бағытталған. ТРЖ-ның ішкі өзара әрекеттесуін талдау арқасында объектке және субъектке көзделген ТРЖ моделі жасалған (Ю.А. Веденин, 1982), ал сыртқы байланыстарын және қоршаған ортамен өзара әрекеттесуін анықтау арқылы рекреациялық аудан тұжырымдамасы пайда болды.

Жүйелі зерттеулердің тарихи әдісі де екі бағытта жүргізіледі:

1) генетикалық талдау – ТРЖ-нің пайда болуын, оның қалыптасу мен даму кезеңдерін қарастырады;

2) болжам әдісі – болашақта болатын рекреациялық қызмет көрсету мен оның территориялық ұйымдастыру түрлерін анықтайды.

Экспедициялық зерттеулер әдісі әдеттегі географиялық әдіс бола тұра, рекреациялық географияда рекреациялық шаруашылықтың қалыптасуы, дамуы мен аумақтық ұйымдастырылуы жөніндегі мәліметтерді жинақтау үшін кең қолданылады. Кейбір жағдайларда (өзіндік, ұйымдастырылмаған демалысты, қала маңындағы рекреациялық ағымдарды, табиғи кешендердің тұрақтылығын зерттеуде) экспедициялық зерттеулер әдісі шынайы ақпаратты жинаудың, талдаудың басқа әдістері (картографиялық, математикалық, баланстық) үшін мәліметтер банкі қалыптастырудың жалғыз әдісі болып табылады.

Картографиялық әдіс рекреациялық географияда кең қолданылады. Картада рекреациялық ресурстардың орналасуын, туристік ағымдардың қозғалысын, туристік инфрақұрылымды көрсетуге болады. Сонымен қатар осы әдіс картадан жаңа мәліметтер алу үшін және олардың функционалдық заңдылығын анықтау үшін қолданылады.

Математикалық талдау мен моделдеу әдісі жиналған мәліметтерді тез өңдеу үшін қолданылады. Есеп машиналарын

қолдану арқылы статистикалық өрістер, әлеуеттер және т. б. карталарды жасауға болады. Рекреациялық географияда рекреациялық таңдау, корреляциялық және регрессиялық талдау жасау үшін статистикалық сұраптау әдістері кең қолданылады.

Сонымен қатар, рекреациялық таңдаудың жасырын құрылымын талдау үшін, рекреациялық ортаны бағалау, қызмет көрсету сапасын анықтау үшін, ТРЖ динамикасын, бүтіндігін, жайлылығын білу үшін латенттік-құрылымдық және факторлық талдау әдістері қолданылады.

Социологиялық зерттеулерде негізгі пайдаланатын әдістер – сауалнама әдісі, интервью әдісі, құжаттарды оқып-зерттеу тәсілі (мысалға, туристік жолдамаға тапсырыс журналдары, ұсыныстар кітабы).

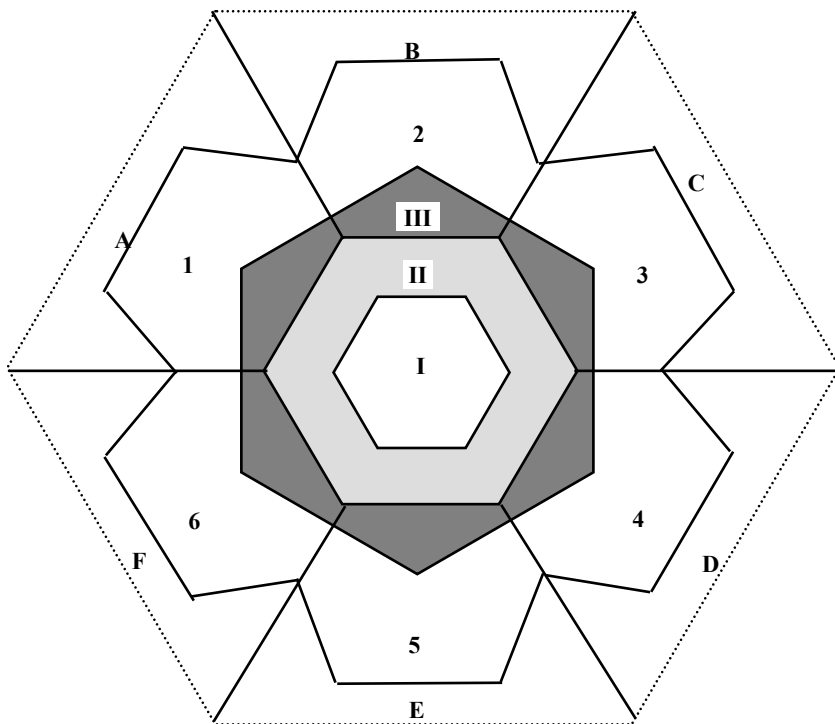
Баланс әдісі рекреациялық қажеттіліктерді, рекреациялық ресурстарды, материалдық-техникалық базаның сыйымдылығын ескеріп, ТРЖ-нің дамуын жоспарлау мен болжамдау және талдау жасау үшін қолданатын есептеу әдістерінің жинағы. Бұл әдіс жұрттың табысы мен демалысқа жұмсалатын шығынын жоспарлау үшін, еңбек ресурстарымен қамтамасыздандыру үшін, қажеттіліктер көлемін ескере тұра, қажетті рекреациялық аумақтар көлемін анықтау үшін, ауданаралық туристік ағымдарды (сұраныс көлемі мен қолдағы ресурстарды ескере тұра) реттеу үшін қолданылады.

Жоғарыда айтылған әдістермен қатар рекреациялық географияда экономикалық, медициналық-биологиялық әдістер және рекреациялық қызмет көрсетудің экономикалық әсерлігін анықтау үшін, туристік сұраныс пен ұсыныстарды болжамдау үшін сараптау әдісі қолданылады.

### **Рекреациялық жүйелерді зерттеудегі ғылымдардың өзара әрекеттесуі**

Рекреациялық география өзге де ғылымдармен, әсіресе географиямен, оның ішінде экономикалық және әлеуметтік географиямен, халық географиясымен, физикалық және медициналық географиямен тығыз байланыста болады (8-сурет).

Экономикалық және әлеуметтік география рекреациялық қызмет көрсетуді территориялық әлеуметтік-экономикалық



**I** - жалпы рекреациялық география (теориялық негіздері мен әдістердің қалыптасу аясы).

**II** - аумақтық рекреациялық география.

**III** - ТРЖ-нің функционалдык моделдерін зерттеудегі салалық географиялық ғылымдардың өзара әрекеттесу аясы.

1 – экономикалық география, 2 - әлеуметтік география, 3 - физикалық география, 4 – инженерлік география, 5 – медициналық география, 6 – басқару географиясы және аумақтық АБЖ.

A – қоғамдық ғылымдар, B – әлеуметтік ғылымдар, C – жаратылыс ғылымдары, D – инженерлік-техникалық ғылымдар, E – медициналық ғылымдар, F – басқару ғылымдары (кибернетика, эргономика)

**8-сурет.** Рекреациялық жүйелерді зерттеудегі ғылымдардың өзара әрекеттесуі (И.И. Пирожник, 1985)

кешендердің элементі тұрғысынан қарастырып, ел шаруашылығының салалық және аумақтық құрылымына туризмнің тигізетін әсерін біліп-түсінуге қатысады. Экономикалық және әлеуметтік географияның әдістері рекреациялық аудандардың сыйымдылығын анықтау үшін, рекреациялық қажеттіліктер мен ресурстардың балансын құрастыру үшін қолданылады.

Халық географиясы рекреациялық қызмет көрсетудің орналастыру жүйесіне тигізетін әсеріне талдау жасап, курортты қалалар мен ірі курорттық агломерациялардың қалыптасуы мен дамуын қарастырады. Халық географиясының әдістерін рекреациялық қажеттіліктер мен туристік ағымдардың географиясына болжам жасау үшін және рекреациялық жүйелерді қызметкерлермен қамтамасыз ету үшін қолданады.

Физикалық география табиғи кешендердің құрылымы, тұрақтылығы және өзгеріп тұруы туралы ақпарат береді. Сонымен қатар физикалық география ландшафттарды технологиялық, физиологиялық және эстетикалық жағынан бағалап, табиғи кешендердің рекреациялық салмаққа деген шыдамдылығы мен сыйымдылығын анықтап тұрады. Физикалық география әдістері ландшафттарға тиетін рекреациялық салмақтың нормаларын анықтау үшін, табиғатты қорғау шараларын ұйымдастыру үшін және ландшафттарды рекреациялық құлдыраудан сақтау үшін қолданылады.

Медициналық география адам ағзасына табиғи жағдайдың тигізетін әсерін, жаңадан игерілген рекреациялық аудандарда организмнің бейімделуін зерттеп түсіндіреді. Сонымен қатар медициналық география санаторлық-курорттық ем алуға деген адамдардың қажеттілігін, рекреациялық ортаның психофизиологиялық комфорттылығын анықтайды. Медициналық географияның әдістері рекреациялық қызмет көрсетудің әсерлігін анықтау үшін және әртүрлі ауруларды алдын алу үшін (профилактикалық шараларды ұйымдастыру) қолданылады.

Рекреациялық география географиялық емес ғылымдарының әдістері мен мәліметтерін қолданады. Осы ғылымдар шеңберінде рекреациялық жүйелер мен белсенді демалысты ұйымдастыру мәселелерін зерттейтін пәндер қалыптасуда. Қоғам ғылымдарында осындай пәнге туризм экономикасы жатады; медициналық ғылымдар жүйесінде ТРЖ емдік түрлерін ұйым-



дастырғанда қолданылатын курортология мен физиотерапия бағыттары қалыптасуда; инженерлік-техникалық ғылымдар тобында рекреациялық сәулет өнері, ал әлеуметтік ғылымдар жүйесінде рекреациялық әлеуметтану қалыптасып келеді.

Жоғарыда айтылған пәндер рекреациялық аудандарды аумақтық бірлік, яғни объекті ретінде қарастырмайды. Сондықтан жалпы рекреациялық географиямен қатар аймақтық рекреациялық географияны дамыту қажет.

Аймақтық рекреациялық география рекреациялық географияның бір бөлігі болып, бір жағынан оның теориясы мен әдістеріне сүйенеді, ал екінші жағынан рекреациялық аудандардың қалыптасуының заңдылығын анықтау үшін салалық географиялық ғылымдардың ақпараттарын пайдаланады.

Аймақтық рекреациялық география әрбір рекреациялық аудандардың заңдылығын және табиғат пен экономика жағдайына сәйкес олардың қалыптасуын анықтайды. Аймақтық рекреациялық географияның негізгі міндеттері – аудандастыру, аумақтың рекреациялық мақсатын анықтау, халық шаруашылық саласының дамуын үйлестіру, қоршаған ортаны қорғау және рекреациялық ресурстарды тиімді пайдалану.

Рекреациялық география бірнеше маңызды мәселелерді шешуге бағытталған. Ең алдымен рекреациялық географияның басты міндеті – аумақтың рекреациялық функциялары мен туризм аясындағы географиялық тұрғыдан еңбек бөлісінің өзгерістері тенденцияларын анықтау мақсатында, халық шаруашылық салаларының дамуын үйлестіру үшін, рекреациялық ресурстарды тиімді пайдалану мен қоршаған ортаны қорғау мақсатында аудандастыру болып табылады. Осыған орай аймақтық рекреациялық география аудандық жоспарлаумен тығыз байланысты.

«Аудан аумағының оңтайлы ұйымдастырылуының географиялық, экономикалық, сәулеттік-қала құрылыстық және инженерлік факторлардың жүйелі анализі негізіндегі теориясы мен тәжірибесі» (Е.Н. Перцик, 1976) ретіндегі аудандық жоспарлау рекреациялық ауданның жалпы құрылымының қалақұрылыстық интерпретациясы болып қарастырылуы мүмкін. Олай болса аудандық жоспарлау әртүрлі деңгейдегі ТРЖ-ны нақты бір жерге «байланыстырылуына» ерекше назар

аударса, аймақтық рекреациялық география рекреациялық шаруашылығының аумақтық құрылымы тұжырымдамасын жасауға, ТРЖ-дің басқа да теңдес функционалды жүйелерімен өзара байланыстарына көңіл бөледі.

Аудандық жоспарлау жұмыстары басталмай мынадай сұрақтарды:

1) туристік сұраныстың аймақтық ерекшеліктерін халықтың әлеуметтік-демографиялық сипаттамаларына байланысты зерттеу және туристік кәсіпорындар құрылымы мен рекреациялық инфрақұрылым бойынша аймақтық нормативтерді тағайындау;

2) рекреациялық ресурстар түрлері мен олардың аумақтық жиынтықтарын кешенді түрде зерттеу, оларды игерудің негізгі бағыттары мен тенденцияларын анықтау;

3) құрамына а) рекреациялық сұраныс пен ресурстарына сәйкес ТРЖ-нің өндірістік-технологиялық құрылымы; б) ТРЖ-нің басқа функционалды жүйелерімен байланыстарының жүйесі; в) туристік сұраныстың, ресурстар сипатының және туризм мен демалыс аясындағы еңбек бөлісінің ерекшеліктеріне байланысты рекреациялық аудандастыру негізінде құрылған иерархиялық басқару жүйесі кіретін күрделі динамикалық жүйе ретіндегі рекреациялық ауданның оңтайлы аумақтық құрылымын анықтау – алдын ала шешу керек.

Рекреациялық география алдында бірқатар өте маңызды мәселелерді шешу міндеті тұр. Ең алдымен, бұл рекреациялық қажеттіліктерді дамыту, қазіргі және болашақтағы ТРЖ тиімділігін арттыру мәселелері.

Осыған орай, рекреациялық география рекреациялық іс-әрекетінің тиімді аумақтық орналастырылуының Бас сұлбасын әзірлеу жұмысында белсене қатысуы өте маңызды. Осы мақсатта рекреациялық географияның үлесі мынадай болуы керек: жаңа ТРЖ ұйымдастыру үшін жаңа орындарды таңдау мен олардың жалпы мемлекеттік жүйесін құрастыру мақсатында рекреациялық қажеттіліктерінің географиялық өзгешеліктерін анықтау (оның ішінде әртүрлі функционалды типтерге жататын ТРЖ-ғы рекреация сұранысын), рекреациялық ағымдарды реттеу, табиғи және мәдени-тарихи кешендерге, әлеуметтік-экономикалық жағдайға баға беру, рекреациялық аумақтардың сыйымдылығын анықтау және т. б.

Рекреациялық географияның міндеттері арасында әралуан түр мен деңгейлерге жататын ТРЖ-ды олардың мамандандырылуы мен шоғырлану деңгейін дәлелдеу, олардың ішкі құрылымдық бөліктері арасындағы өзара байланыстары мен тәуелділіктерді анықтау мақсатында зерттеу ерекше орын алады.

Рекреациялық география әдістерін жетілдіру мен теориясын одан әрі дамыту жүйелі түрде қолға алынбаса практикалық мәселелерде дұрыс шешім қабылдау мүмкін болмайды. Теориялық міндеттерді дамыту екі бағытта іске асырылуда. Біріншісі, халық шаруашылығының арнайы саласы ретінде рекреациялық қызмет көрсетуді аумақтық ұйымдастыруының заңдылығын анықтау. Екінші бағыт – рекреациялық аудандастыруды терең зерттеу, әсіресе аудан қалыптасуының жағдайы мен факторларын анықтау, рекреациялық аудандар сипаттамасының бағдарламасын жасау, олардың ұқсастығын табу.

Рекреациялық география әдістерін жетілдіру мақсатында статистикалық талдауды, математикалық және картографиялық моделдеуді одан әрі кеңейте отырып, географиялық және басқа да ғылымдардың әдістеріне сүйеніп, рекреациялық заңдылықтарды белгіленген нормаға, стандартқа келтіру үшін арнайы әдістерді табу қажет. Сонымен қатар рекреациялық географияның маңызды міндеттерінің бірі – халыққа рекреациялық іс-әрекет түрлері туралы, еліміздегі және шетелдік ТРЖ жөнінде толық ақпарат беріп тұру. Басқаша айтсақ, потенциалды рекреациялық мигранттардың танымдық сұраныстары қанағаттандырылуы қажет. Ол үшін университеттердің география факультеттерінде арнайы рекреациялық география курстарын ұйымдастыруға болады, сонымен қатар, рекреациялық география мәселелері мектеп пен ЖОО оқулықтары мен оқулық құралдарында, ғылыми-көпшілік әдебиетте, анықтамалар мен өлкетанулық баспаларда қарастырылуы қажет.

### *Қайталау сұрақтары*

*1. Бұрынғы КСРО-да рекреациялық мәселелерімен кім айналысқан?*

2. В.С. Преображенскийдің рекреациялық жүйе (РЖ) мен территориялық рекреациялық жүйе (ТРЖ) ұғымдарына сипаттама беріңіз.
3. ТРЖ элементтерінің (шағын жүйелерінің) сипаттамаларын беріңіз. Осы жүйеде қандай байланыстар болады?
4. Рекреациялық географияның нысаны, зерттеу пәні мен анықтамасын атап беріңіз.
5. Рекреациялық географияның зерттеу әдістері: жүйелі тетік пен жүйелік талдау әдістері жөнінде айтып беріңіз.
6. ТРЖ жүйелік талдаудың компоненттік, функционалдық және тарихи аспектілері жөнінде айтып беріңіз.
7. Рекреациялық географияның географиялық және басқа ғылымдар арасындағы байланыстары жөнінде айтып беріңіз.
8. Жалпы және аймақтық рекреациялық география ұғымдарын түсіндіріңіз.
9. Рекреациялық географияның міндеттері қандай?

## **§ 7 Территориялық рекреациялық жүйелер және оларды зерттеу мәселелері**

ТРЖ-нің негізгі қасиеттері оның жеке элементтерінің қасиеттерімен ғана емес, сонымен қатар оның құрылымының қасиеттерімен және элементтер арасындағы байланыспен де айқындалады. ТРЖ элементтерінің өзара байланыстары туралы мәліметті жинақтау матрица байланысы түрінде болуы мүмкін, оларды ТРЖ-нің элементтері құрайды (3-кесте). Ол үшін В.М. Кривошеев пен И.В. Зорин (1979) ұсынған әдіс-амалдарын пайдаланады. ТРЖ элементтері матрица жолымен талданатын, белсенді шағын жүйе ретінде алға шығып, тапсырысты қабылдаушы болып саналады. Матрица бағанындағы мұндай элементтер тапсырыстарды қанағаттандыратын ресурстар ретінде қарастырылады.

ТРЖ-нің басты элементі демалушылар тобы (ДТ) басқа элементтерімен рекреациялық шаралардың циклдері мен ТРЖ-нің кеңістік-уақыттық құрылымның таңдауы арқылы байланысады.

«Демалушылар тобының» «табиғи кешенмен» байланысы аттрактивтілік (тартымдылық), сыйымдылық, тұрақтылық және

## ТРЖ-нің жүйелік сипаттамалар жинағы

Шағын жүйелердің талаптары	Шағын жүйенің жағдайы				
	Демалушылар тобы	Табиғи кешен	Техникалық құрылыс және инфрақұрылым	Қызмет көрсетушілер	Басқару органы
Демалушылар тобы		Аттрактивтік Сыйымдылық Тұрақтылық Комфорттық	Әртүрлілік Сыйымдылық Комфорттық	Кәсіптілік	Ақпараттық
Табиғи кешен	Ырғақтылық таңдаушылық		Экологиялық	Реттеушілік Қайта өңдеушілік	Нормативті қамтамасыз ету
Техникалық құрылыс және инфрақұрылым	Гомогендік (біртұтастылық)	Ресурспен қамтамасыз ету Сенімділік		Еңбекпен қамтамасыз ету, бос уақытсыздық	Қормен қамтамасыз етілгендік
Қызмет көрсетушілер	Технологиялық	Комфорттық	Қормен қаруланғандық		Профилактикалық
Басқару органы	Бірқалыптылық	Гигиеналық	Толығымен пайдалану Технологиялық дайындық	Біліктілік	

комфорттық қасиеттері арқылы жүзеге асырылады.

Табиғи кешеннің аттрактивтілігі (тартымдылығы) экзотикалық және объектілер мен құбылыстардың қайталанбайтындығымен немесе пейзаждың әртүрлілігімен сипатталады. Осыған байланысты рекреациялық географияда табиғи кешендеріне баға берудің ерекше бір түрі – эстетикалық баға беру түрі бар.

Табиғи кешендердің сыйымдылығы мен тұрақтылығы – бұл рекреациялық іс-әрекет кезіндегі демалушылар тобы мен табиғи кешен арасында болатын байланыстарды көрсетіп тұратін көрсеткіш. Шектелген аумақта демалушылардың мөлшерден тыс жиналуы табиғи кешендерді рекреациялық дағдарысқа әкеліп соғады. Сондықтан, табиғи кешендерге түсетін рұқсат берілген салмақты анықтау және ландшафты қалпына келтіру қабілетін бұзбайтын рекреациялық шараларды ұйымдастыру қажет.

Табиғи кешендерге технологиялық баға бергенде, рекреациялық шараларды өткізуге олардың сыйымдылығы мен жарамдылығы анықталғанда, пайдалану кезіндегі олардың тұрақтылығын ескеру қажет, сонымен қатар рекреациялық аумақтардың қабілетін арттыру үшін арнайы шараларды ұйымдастыру керек. Табиғи кешеннің комфорттылығы – бұл адам организміне жағымды жағдайдың әсер ету ұзақтығы. Бұл көрсеткішті медициналық-биологиялық (физиологиялық) баға бергенде қолданады. Бағаланатын объектісі климат болса, оны бағалау субъектісі – демалыс кезіндегі адам организмінің хал-күйі.

Адам организмнің хал-жағдайы мен метеорологиялық көрсеткіштердің (ауаның температурасы, желдің жылдамдығы, күн радиациясы) байланыстарының анализі ауа райы кластарының рекреациялық типологиясын құрастыру және демалуға арналған комфортты кезеңінің ұзақтығын анықтауға мүмкіндік береді.

«Демалушылар тобының» «техникалық құрылыстар» шағын жүйесімен байланысы сыйымдылық, әртүрлілік және комфорттылық сияқты жүйелі қасиеттер арқылы көрсетіледі. Рекреациялық ағым өзінің құрылымы жағынан әртекті болғандықтан, рекреациялық шаралар жүргізу үшін арнайы мекемелер мен аумақтарды қажет етеді. 60-шы жылдары болған сұраныс пен рекреациялық жүйенің ұйқаспауы туристік мекемелер торының одан әрі дамуы мен сұранысы жоғары әлеуметтік топтарға

(жанұялық туризм, автотуризм) қызмет көрсету саласына ықпал етті. Сонымен қатар орналастыру орындарының сыйымдылық және комфорт жағынан бірдей еместігі рекреациялық мекемелерді кластарға (люкс, жоғарғы, бірінші және т. б.) бөлуді қажет етеді.

«Демалушылар тобы» «қызмет көрсетушілерден» жоғары сапада қызмет көрсетуін талап етеді, олардың өз ісін терең білетін, мұқият және әдепті болғанын қалайды және олардан демалушылардың сұранысына ықыласпен қарауын күтеді. Өз ісін жоғары дәрежеде білу біліктілік ұғымымен анықталады. Қызмет көрсетушілер жұмысы құрамына екі компонент кіреді: 1) материалдық-заттық іс-әрекет (заттар мен еңбек құралдарымен жұмыс істеу); 2) коммуникативтік іс-әрекет (демалушылармен қатынас орнату). Жоғары сапалы қызмет көрсету мақсатына жету ісінде субъективтік фактор рөлі өте маңызды. Тұтынушылардың қызмет көрсету сапасына баға беру арқылы қызметшілердің кәсіби деңгейін анықтауға болады. Ол үшін анкета сауалнамасы жүргізіледі немесе шағым және ұсыныстар кітапшасына талдау жасалады. Қызмет көрсетудің тағы бір көрсеткіші – демалушылар саны мен қызмет көрсетушілер санының арасындағы қатынас.

Туристік саяхатқа (туристік тұтыну акты) дайындық және оны өткізу кезінде демалушылар тобы ақпарат қызметтерін талап етеді. Мысалға ТРЖ-нің жеке шағын жүйелерінің жағдайы, туристік қызметтің түрлері, демалатын жерлердегі көрсетілетін қызметтердің технологиялық ерекшеліктері туралы олар толық ақпарат алғысы келеді. Мұндай ақпараттарды рекреациялық жүйенің басқару органы беріп тұруы қажет. ТРЖ-нің бұл қасиетін ақпараттық қасиет деп сипаттауға болады. Жарнамалық-ақпараттық қызметтер баспа құралдарын, кино, теле-, радиожарнамаларын пайдаланып рекреациялық қызмет түрлері туралы мәліметтерді ұсынып тұрады. Жоғары дәрежеде хабардар болу рекреациялық ағымдарды реттеп тұруына үлкен әсерін тигізеді.

Табиғи кешен мен ТРЖ басқа элементтері арасындағы байланыстары мынадай.

Табиғи үрдістердің маусымдық сипатына байланысты табиғи кешен (ТК) демалушылар тобына бірқатар шектеулерді

орнатады. Мысалы, рекреациялық шаралардың кейбір түрлері жылдың белгілі мезгілінде ғана іске асырылуы мүмкін (шомылу-жағажай циклы жазда, шаңғы туризмі қыста), басқаларына белгілі мезгілде толығымен тыйым салынады (уылдырық шашу кезінде балық аулау, орнатылған уақыттан тыс мезгілде аң аулау). Сөйтіп, табиғи үрдістердің маусымдық динамикасы туристік ағымдардың оған сәйкес ырғағын талап етеді. ТРЖ-нің осы ерекшелігі демалыс күнтізбесінде орын табуы мүмкін. Осындай күнтізбе табиғи кешенге технологиялық баға беру кезінде құрастырылады, онда экологиялық және технологиялық критерийлері бойынша анықталатын бөлек маусымдардағы рекреациялық шаралар тізімі мен олардың ұзақтығы жөніндегі мәліметтер көрсетіледі.

«Табиғи кешеннің» «инженерлік-техникалық» шағын жүйесімен өзара байланысы туризмнің материалдық-техникалық базасының (орналастыру орындары, көлік) экологиялық қасиетімен сипатталады. Табиғи кешен оның рекреациялық ауыртпалыққа деген төзімділігіне қарай орналастыру орындарының көлемі мен түріне белгілі шектеулер салады. Рекреациялық ауыртпалық инженерлік-мелиоративтік шаралар мен абаттандыру арқылы күшеюі мүмкін екенін ұмытпау керек. Рекреациялық қызмет көрсетудің технологиялық процестері экология жағынан таза болуы қажет және табиғи кешендердің құнды рекреациялық қасиеттерінің азғындап кетуіне жол бермеуі керек. Осындай талап алдын ала, инженерлік-техникалық құрылыстарының жобалау кезеңінде, туристік тауарлар мен жабдықтардың жоспарлануы кезеңінде қойылуы керек. Екінші қатардағы шаралар, мысалы, демалыс орындарында қайық моторларын пайдалануға тыйым салу (суаттардың мұнай өнімдерімен ластануына жол бермеу үшін), автомобильдер мен мотоциклдарды пайдалануға тыйым салу (шу мен газбен ластануынан қорғау) аталған конструкциялардың (моделдердің) нашар экологиялық сипаттамаларының салдары болып табылады.

Байланыстардың осы сипаттамасын құрылыс түрлерінің тығыздық нормалары, технологиялық үрдістердің қарқындылығының нормалары және ТК технологиялық тұрақтылығының коэффициенті көрсетеді (шаңғы желілері мен жаяу соқпақта-



рының аудан бірлігіне есептелген саны, акватория ауданына келетін кемелер саны және т. б.).

Табиғи кешенді пайдалану барысында оның тұрақтылығы мен құнды рекреациялық қасиеттерін сақтап қалу үшін, қалдықтарды жою үшін арнайы шаралар жүргізілуі қажет. Табиғи кешеннің жерін өңдеу мен рекультивация жұмыстарын қызмет көрсетушілер белгілі учаскелердің пайдалану мерзімі нормалары мен табиғи үрдістердің маусымдық динамикасына сәйкес жүргізеді. Реттеушілік табиғи кешен мен қызмет көрсетушілер арасындағы өзара байланыстардың жүйелі қасиеті ретінде, қайта өңдеу шараларының (рекультивация) кезектігін және оның бағасын айқындайды. Сонымен қатар, табиғи кешен құнды рекреациялық жер көлемі арқылы қызметкерлер саны мен тығыздығына, әлеуметтік-тұрмыстық инфрақұрылымына әсер етеді. Олардың аз болуы (немесе асып түсуі) бүкіл жүйе жұмысына әсер жасауда.

Табиғи кешен мен басқару органының арасындағы қарым-қатынас актілер мен стандарттар ережелерін орындау, табиғи рекреациялық аумақтар мен мәдени-тарихи объектілерді тиімді пайдалану мен оларды сақтау арқылы орындалады. Сонымен қатар бұған жататындар: курорт пен демалыс зоналар туралы заңдар мен ережелер, рекреациялық аудандарда табиғи ортаның жағдайы туралы ережелер (ауа, су, жер), жобалау және құрылыс нормалары, рекреациялық салмаққа табиғаттың төзімділігі жөніндегі нормалар және т. б. Демалыстың ландшафтық жағдайы рекреациялық қызмет көрсетудің құқықтық, нормативтік камтамасыздануын қиындатып жібереді, сондықтан салалық нормативтер мен стандарттарды дайындаумен қатар аймақтық жергілікті нормативтер мен стандарттарды әзірлеу қажет.

Техникалық құрылыс және инфрақұрылым шағын жүйесі ТРЖ-нің басқа да элементтерімен өзара байланысы жоғарыдағыдай ерекшеліктермен сипатталады. Рекреациялық мекемелер туристік ағымның біртұтастылығын қажет етеді, себебі олар туристерге қызмет көрсетуге мамандандырылады. Ағымның біртектестігі орналастыруға ыңғайлы және барлық техникалық циклді өткізуге қолайлы. Ағымда әр түрлі топтардың болуы (осы циклде қызмет көрсетуге сәйкес келмейтін, мысалы, бел-

сенді маршруттарға денсаулығы нашар адамдардың қатысуы), қызмет көрсетудің технологиялық тізбегін бұзады.

Техникалық құрылыстың табиғи кешен шағын жүйесімен байланысы сенімділік және ресурспен қамтамасыз ету арқылы сипатталады. Әсерлі жұмыс істеу үшін рекреациялық мекеменің ресурстық базасы болуы қажет. Оған жағажай орындары, серуендейтін жерлер, шипалы су көздері, экскурсиялық объектілердің саны және т. б. жатады. Ресурспен қамтамасыз етілу пайдаланатын қорлардың көлемімен, аумақ пен объектілердің өткізу қабілетімен сипатталады. Қолайсыз аумақтарды мелиорациядан кейін пайдаланады, сонда олар ресурстарды көбейтіп, жүйелердің сенімділігін арттырады.

Рекреациялық қызметтің технологиясына сәйкес техникалық құрылыстар жұмыс күшімен қамтамасыз етілуі қажет. Еңбекпен қамтылу техникалық шағын жүйе мен қызмет көрсетушілердің өзара байланысының сипаттамасы ретінде рекреациялық шаруашылықтың дамуына әсерін тигізеді. Еңбек ресурстарының жетіспеушілігі жаңа аудандарды игеруді тежейді және туристік маусымда қосымша қызметкерлерді шақыруды қажет етеді.

Техникалық құрылыстар шағын жүйесінің басқару органымен байланысы қордың қамтамасыз етілуімен сипатталынып тұрады. Қордың қамтамасыз етілу көрсеткіштеріне рекреациялық мекеменің нормативті және айналымындағы құралдардың көлемі, сонымен қатар материалдық базасыны кеңейтуге арналған қаражаттың мөлшері жатады.

Қызмет көрсетушілердің ТРЖ-нің басқа да элементтерімен өзара байланысы өз алдына бір күрделі жүйе болып есептеледі. Қызмет көрсететін адамдардың саны туристердің (рекреанттардың) жылдық ағым санына байланысты, салалық мөлшер бойынша демалушылардың санымен немесе қызмет көрсететін орынның санымен анықталады. Технологиялық үрдістің ерекшелігіне демалушылар тобының сәйкес болуын қызмет көрсетушілер талап етеді. Рекреациялық мекемелер біртекті әлеуметтік-демографиялық топтарға қызмет көрсетуді қалайды, себебі гомогендік ағымдардың технологиясы жоғары болып келеді. Осыған байланысты рекреациялық мекемелер белгілі бір топқа қызмет көрсетуге мамандандырылады. Мәдени-білім деңгейінің және рекреациялық ағымның әлеуметтік-демогра-

фиялық құрылымның көрсеткіштері рекреациялық ағымға қызмет көрсету дайындығын (технологиялық дәрежесін) ашып көрсетеді.

Қызмет көрсетушілер мен табиғи кешеннің өзара қатынасын табиғи ортаның адам өмірі үшін қолайлы комфорттылық қасиеті анықтайды. Табиғи ортаға еңбек ету және тұрғылықты мекендеу үшін берілген баға демалуға арналған бағалармен әрқашан сәйкес келе бермейді. Мысалға, биік таулар мен аз қонысталған аудандар – спорттық туризм үшін қолайлы болса, қызмет көрсетушілердің өміріне (нұсқаушылар, бақылау-құтқару қызметтерінің жұмысшылары және т. б.) және олардың еңбек етуіне бұл аудандар қолайсыз болып есептеледі.

Қызмет көрсетушілер мен техникалық құрылыстардың өзара байланысы еңбек әрекетінің қормен жарақталу қасиетімен сипатталады. Сонымен қатар қызмет көрсетушілер рекреациялық инфрақұрылымның кешенділігін талап етеді.

Рекреациялық мекемелердің жұмысшылары мен олардың жанұя мүшелеріне қызмет көрсету үшін техникалық жүйенің жеткілікті түрде әлеуметтік-тұрмыстық және мәдени-ағартушылық мекемелер желісі болуы қажет.

Қызмет көрсетушілер басқару органына жұмыс кезінде денсаулығын сақтауына және қауіпсіздіктің қамтамасыз етілуіне өз талаптарын қояды. Кәсіптік аурулар мен өндірістік жарақаттарға қарсы бағытталған шаралар ТРЖ-нің профилактикалық деңгейін анықтайды.

Басқару органы мен демалушылар тобының өзара байланысының ішінде рекреациялық ағымға қойылатын ең негізгі талабы – бірқалыптылық. Өйткені, тұрақты және бір қалыпты демалушылар ағымы ТРЖ-нің барлық элементтерінің біркелкі жұмыс істеуіне, экономикалық тиімділігін жоғарылатуға, қызметкерлерді еңбекпен қамтуға жағдай туғызады. Қызметтер номенклатурасын кеңейту, рекреациялық инфрақұрылымын дамыту, табиғи орта күйіне онша назар аудармайтын топтар үшін демалыс бағдарламаларын әзірлеу (музыкалық фестивальдар, ұлттық-этнографиялық мерекелер, көрмелер, жармеңкелер, спорттық жарыстар) шараларының жүйесі туристік қызмет көрсетудің маусымдық сипатын төмендетуге және туристік ағымның бірқалыптылығын қамтамасыз етуге бағытталған.

Демалыс ауданының медициналық-географиялық жағдайына байланысты басқару органы табиғи кешенге бірқатар талаптар қояды. Жұқпалы аурулар мен улы өсімдіктер мен жәндіктердің болмауы, сондай-ақ табиғи кешеннің санитарлық нормаларға сәйкестігі гигиена қасиеті (гигиеналық) арқылы анықталады. Физиологиялық және технологиялық баға бергенде, табиғатты пайдалану кезінде санитарлық нормаларды құрастырғанда табиғи кешеннің медициналық-биологиялық қасиеттеріне талдау жасау қажет.

Басқару органының техникалық құрылыспен байланысы инфрақұрылымды (орналастыру, тамақтандыру орындары, туристік көлік және т. б.) толығымен пайдалану арқылы сипатталады. Технологиялық дайындық пайдаланатын орын санының тізім құрамының қатынасымен анықталады. Егер де кейбір себептерден (бұзылып қалу, техникалық жұмыстар жүргізу, бөлшектердің жетіспеуі) эксплуатациялық қоры жұмысқа пайдаланбаса, жүйенің жалпы көрсеткіштері төмендейді. Басқару органының міндеті – жоспарланған сыйымдылыққа сәйкес материалдық-техникалық базаны алдын ала дайындап, толығымен пайдалану.

Басқару органы қызмет көрсетушілердің білім деңгейіне үнемі талдау жасап, мамандарды оқытып, олардың білімін көтеруге арнайы шараларды курстар, семинарлар, мектептер жүйелері арқылы ұйымдастырып тұруы қажет. Жоғары және орта арнайы білімді және біліктілігін жоғартқан мамандардың саны қызметкерлер біліктілігінің дәрежесін көрсетеді.

ТРЖ-нің барлық сипаттамаларын зерттеп, оларға талдау жасау – рекреациялық географияның маңызды міндеті болып саналады.

### *Қайталау сұрақтары*

- 1. В.М. Кривошеев пен И.В. Зориннің байланыстар матрицасы деген не және ол ТРЖ элементтері арасындағы өзара байланыстарын қалай суреттейді?*
- 2. ДТ-ның ТРЖ басқа шағын жүйелерімен болатын өзара байланыстарын суреттеп беріңіз.*

3. ТК-нің ТРЖ басқа шағын жүйелерімен болатын өзара байланыстарын суреттеп беріңіз.
4. ТҚ-дың ТРЖ басқа шағын жүйелерімен болатын өзара байланыстарын суреттеп беріңіз.
5. ҚК-дің ТРЖ басқа шағын жүйелерімен болатын өзара байланыстарын суреттеп беріңіз.
6. БО-ның ТРЖ басқа шағын жүйелерімен болатын өзара байланыстарын суреттеп беріңіз.

## 2-ТАРАУ

### ТУРИЗМ ГЕОГРАФИЯСЫНЫҢ ТЕОРИЯЛЫҚ НЕГІЗДЕРІ

#### § 1 Рекреациялық география және туризм географиясы түсініктердің арақатынасы

Соғыстан кейінгі кезеңде, әсіресе 60-70-ші жылдарында рекреациялық география мен демалыс географиясы атаулары кең тарады, осы атаулар кейбір елдерде бұрын жиі қолданылатын туризм географиясының орнына қолданыла бастады. Өте жиі бұл атаулар, кейбір авторлардың пікірінше теңдес болмаса да, тең мағынада қолданыла берген. Ал, ГФР-да бос уақыт географиясы түсінігі жиі пайдалануына жол ашылды.

Осыдан кейінгі жылдары көптеген ғалымдар туризм географиясы, рекреациялық география мен демалыс география пәндерінің бір мағынада болуына қарсы келді. Осы пәндерді бір-бірінен бөліп түсіндірген ғалымдар П. Жорж (Франция), В.С. Преображенский мен Ю.А. Веденин (КСРО), И. Матцнеттер (ГФР), Б. Барбье (Франция), Ф. Хеллайнер (Канада) және т. б. болды.

Бұрынғы Кеңес Одағында «рекреациялық география» мен «туризм географиясы» ұғымдары әртүрлі ғылым пәні ретінде қабылданды. Ең алдымен рекреациялық география (В.С. Преображенскийдің теориясы бойынша, 1975) пайда болды. Туризм географиясы болса Кеңес Одағының ыдырауына шейін дұрыс дамымаған. Бұл екеуінің арақатынасы мынадай: рекреациялық география – бұл мәні жағынан демалыс пен туризм географиясы. География ғылымдарының ішінде де бұлардың алатын орны туралы пікірлер әр түрлі болған. Кейбіреулері оларды пәнаралық ғылымдарға жатқызса, басқалары оларды қоғамдық

география ғылымдарының шеңберінде кіргізді. Бұл мәселені шешу үшін талдау жасауымыз қажет. Біріншіден, ғылымдардың зерттеу объектісі мен пәнін қарастырайық.

Көп ғалымдар ол екеуін бір мағыналы емес десе де, бір-бірімен тығыз байланысып тұратын екі түрлі ғылыми пән деп айтады. Олар бұл екі ғылымды қоғамдық география (әлеуметтік-экономикалық) пәнінің саласына жатқызады. Олардың айтуынша, аталмыш ғылымдар халық шаруашылығының екі саласын – рекреациялық сала мен туризм жүйесін зерттеп түсіндіреді. Өйткені, бұл екі сала өндірістік заттар шығармайтын сфераға жатады. Олардың негізгі өнімі – рекреациялық және туристік қызметтер. Олар халықтың әлеуметтік-мәдени қажеттіліктерін демалыс кезінде өтей отырып, елге әлеуметтік және экономикалық табыс әкеледі. Осыған орай, бұл ғылымдардың объектісі мен пәндерін қоғамдық географияның зерттеу объектісі мен пәнінен бастаған жөн. Э.Б. Алаевтың айтуынша (1983), «қоғамдық географияның объектісі ретінде қарастырылатын «ойкумена» – қоныстанған, игерілген, немесе, басқаша айтқанда, қоғамдық өмірдің орбитасына кіретін жердің географиялық қабығының бір бөлігі» [11]. Ойкумена деген ұғым қоғамды ғана емес, қоршаған ортаны да қамтиды. Қоғамдық географияның объектісі ретінде ол қоғамдық өмір мен оның айналасындағы барлық экономикалық (өндірістік), әлеуметтік, саяси, демографиялық, рекреациялық және басқа да сфераларын қамтиды. Осы аялардың барлығы дербес түрде де, біріккен түрде де іске асырылады. Яғни осы аяларды бөліп көрсету бір жағынан дерексіздену әрекеті, себебі олар тек бірлесіп гармониялық түрде жүзеге асырылады.

Ойкуменаның әрбір сферасы кеңістікте күрделі түрде ұйымдастырылған. Мысалы, экономикалық сферасы кеңістікте әр түрлі деңгейдегі әлеуметтік-экономикалық аудандар түрінде, демографиялық сферасы – халық орналасуының аумақтық жүйесі ретінде, әлеуметтік сферасы – халықтың территориялық орта түрінде, саяси сферасы – мемлекеттер түрінде және т.с.с. ұйымдастырылған. Осындай кеңістік сфералардың әрқайсысында өзіне сай қоршаған ортасы бар және онымен олар үнемі байланыста болып тұрады.

Қоғамның кеңістіктегі ұйымдастырылуының саяси, медициналық, әскери және басқа да аспектілерінің зерттеулері географияның саяси, медициналық, әскери және басқа да салаларының қалыптасуына ықпал етті.

Территориялық қоғамдық жүйе (ТҚЖ) қоғамдық (әлеуметтік-экономикалық) географияның пәні болады (А.И. Чистобаев, М.Д. Шарыгин, 1990). Территориялық қоғамдық жүйе дегеніміз – ойкуменаның кеңістік-уақыттық бөлігі, онда қоғамның өмір сфералары үнемі өзара байланыста болып, бір-бірін толықтырып тұрады. Зерттеу пәні мен объектісін түсініп, қоғамдық географияға мынадай анықтама беруге болады: «Экономикалық және әлеуметтік география біртұтас интегралдық-синтетикалық ғылым ретінде табиғи ортаның нақты бір жағдайында қоғамның кеңістікте ұйымдастырылуын зерттейді» (А.И. Чистобаев, М.Д. Шарыгин, 1990) [12].

Қоғамдық географияның еншілес ғылымдары ойкуменаның белгілі бір сферасының кеңістікте ұйымдастырылуын зерттейді. Олардың өз зерттеу объектісі мен пәні болады. Сондықтан рекреациялық география да, туризм географиясы да қоғамдық (әлеуметтік-экономикалық) географияның салалық пәндері болып саналады.

XX-шы ғасырдың 70-ші жылдарының соңында және 80-ші жылдарының басында «демалыс», «рекреация», «туризм», «экскурсия» деген түсініктер қабылданды. Н.С. Мироненко мен И.Т. Твердохлебовтың айтуынша (1981): «демалыс – бұл күнделікті қажеттіліктерін қанағаттандыруға бағытталмаған қандай да бір болмасын адамның іс-әрекеті»; «рекреация – бұл халықтың тұрақты жерінен тыс жердегі арнайы мамандандырылған аумақтарда сауықтыру, спорттық, танымдық және мәдени қажеттіліктерін қанағаттандыруға арналған адамның бос уақытында іске асатын қатынастар мен құбылыстар жиынтығы»; туризм – бос уақытты тұрақты жерінен тыс жерде өткізудің бір түрі. Қазіргі ғылыми әдебиеттер бойынша, «туризм дегеніміз – бұл адамдардың тұрғылықты жерінен тыс жерге саяхаттау кезінде пайда болатын қатынастар мен құбылыстар жиынтығы. Әрине, егер де бұндай саяхаттар ұзақ уақыт қоныстану немесе ақша табу мақсатымен уақытша қоныстануға айналып кетпесе». Сонымен, туризм деген түсінік – ол тұрақты жерінен тыс



жердегі 24 сағат немесе одан артық уақытта болатын рекреацияның барлық түрі. «Экскурсия – бұл танымдық, ғылыми, спорттық немесе көңіл көтеру мақсаттарын көздейтін, түнеуге тоқтамай 24 сағаттан аспайтын саяхат немесе серуен жасау». Осындай анықтамалар жалпы халықаралық ұғымдарға сәйкес. Енді осы ұғымдарды зерттейтін тиесілі географиялық пәндердің анықтамаларын да атау қиын емес сияқты.

Дегенмен бұл мәселе әлі де толық шешілмеген. Мұның себебі – аталған ұғымдардың бір-біріне деген қатынасында. Осы ұғымдардың ішіндегі ең бастысы – өзіне басқалардың барлығын қамтитын демалыс ұғымы.

Осындай болса, рекреанттар, туристер мен экскурсанттар дегеніміздің барлығы демалушылар болып табылады. Ал рекреацияға туризм мен экскурсия да кіреді, яғни туристер де, экскурсанттар да рекреанттар екені түсінікті. Экскурсант болса, ол турист болмауы да мүмкін, мұндай жағдайда ол тек қана рекреант.

Сөйтіп, демалыс географиясының құрамына рекреациялық география да, туризм географиясы да кіру керек. Ал бұрынғы КСРО-да шын мәнінде рекреациялық географияны туризм географиясы мен демалыс географиясының «қосындысы» деп түсінген. Шынында да, рекреацияның жоғарыда келтірілген анықтамасына ұстансақ, егер демалыс «мамандандырылған» аумақтарда іске асырылса, онда рекреациялық географияны өзіне туризм географиясы мен демалыс географиясы кіретін пән ретінде қарастыру керек.

Туризмнің зерттеулері өткізілген бірталай елдерде, оның ішінде Кеңес Одағында рекреациялық география мен туризм географиясы ұғымдарының түсіндірілуінде осындай екіталайлық кездеседі. Мысалы, туризм географиясы атауы кездесетін жұмыстарда (Е.А. Котляров, 1978; И.И. Пирожник, 1985) бұл ұғым шын мәнінде рекреациялық географияға жатады [13, 14].

1971 жылы кеңес одағы әдебиетіне В.С. Преображенский мен Ю.А. Веденин енгізген рекреациялық география ұғымы біраз эволюциялық өзгерістерге ұшырап, 1975 жылы оның соңғы нұсқасы қабылданды. Сол нұсқа бойынша рекреациялық география географиялық пәндерге жатады. Территориялық рекреациялық жүйелердің пайда болуы, орналасу заңдылығын

зерттеу, сонымен қатар тұрақты жерден тыс жердегі қоғамның бос уақытында іс-әрекетінің ұйымдастырылуы рекреациялық географияның зерттеу пәні болып табылады. Басқа сөзбен айтқанда, рекреациялық география табиғи орта мен демалыс арасындағы өзара байланыстарын анықтап, ТРЖ-нің тиімді жұмыс істеуін қамтамасыз ететін әдістемелік жұмыстарды жүргізіп тұрады.

Туризм географиясы экономикалық пәндерге жатады. Оның зерттеу пәніне:

– шаруашылық кешенінің қалыптасуында туризм мен туристік әрекеттің рөлі;

– туристік қозғалыспен байланысатын шаруашылық әрекеттердің аумақтық түрлері кіреді.

Әлемдегі туризм зерттеулерінде туристік ресурстар мен туристік қозғалыстың шоғырлануы арасындағы тәуелділікке ерекше назар аударылады. Осындай тәуелділік нәтижесінде кеңістікте біршама өзгерістер пайда болады, ал осындай өзгерістер географиялық зерттеулерде орын табуы қажет. Туристік кеңістіктер «бет-әлпеті» мен олардың жіктелуін зерттеуде де географияның рөлі жоғары.

«Рекреациялық іс-әрекет» пен «туристік іс-әрекет» анықтамалары қос мағыналы. Бір жағынан, бұл анықтамалар адам мен халық топтарының іс-әрекеттерін түсіндіріп тұрса, олармен рекреациялық шаралар, шаралар циклдері ұғымдары байланысты. Ал екіншіден, бұл ұғымдар қоғамның халықтың демалыс қажеттіліктерін қанағаттандыруға арналған іс-әрекеттерін (бұл демалыс ұйымдастырушылардың іс-әрекеті деп аталады) камтиды.

Негізгі категория ретінде «іс-әрекет» категориясын қолдансақ, рекреациялық (туристік) іс-әрекет іліміне кеңістік пен уақыт қос ұғымдарын енгізуіміз қажет. Біріншіден, қандай да іс-әрекет болмасын, кеңістік пен уақытта іске асырылады, екіншіден, осындай іс-әрекетте уақыт пен кеңістіктің ерекше түрлері қалыптасады – элеуметтік уақыт бөлігі болып табылатын рекреациялық уақыт және рекреациялық кеңістік – элеуметтік кеңістіктің бір бөлігі. Әрине, уақыт пен кеңістікті бөліп көрсету – бұл зерттеу тәсілі, шын мағынадағы рекреациялық (туристік) іс-әрекет біртұтас «кеңістік-уақытта»

өтеді. Өкінішке орай, әзірше рекреациялық «кеңістік-уақыттың» зерттеу стратегиясы анық емес. Сондықтан аталған пәндердің нысанасы жөнінде айтсақ, біз тек рекреациялық кеңістік немесе ойкуменаның рекреациялық шағын жүйесі туралы айтамыз.

Рекреациялық кеңістік – рекреациялық іс-әрекетті ұйымдастыруымен байланысатын әлеуметтік және мәдени кеңістіктің бөлігі. Және де әлеуметтік кеңістік яғни адамдар іс-әрекетінің кеңістігі рекреациялық кеңістік ретінде қарастырылуы мүмкін (мысалы, өндірістік кәсіпорындарының өзі де қысқа мерзімді демалыс немесе туризм орындары болуы мүмкін). Алайда рекреация кеңістіктің басты функцияларының бірі болатын, оны ұйымдастыратын кеңістік алқаптары болып бөлінуі мүмкін. Рекреациялық кеңістік жеке және әлеуметтік кеңістікті кеңейтеді, ел аймақтары мен әлемнің мәдени құндылықтарын қамтиды, мәдени түйісудің ерекше кеңістігі болып табылады.

Туристік кеңістік рекреациялық кеңістікпен ұласады, себебі, біріншіден, туризм – рекреацияның бір бөлігі, екіншіден, туристік іс-әрекет рекреациялық іс-әрекет сияқты белгілі бір кеңістік пен уақытта іске асады.

Осыдан мынадай қорытынды жасауға болады: рекреациялық география мен туризм географиясының зерттеу объектісіне ойкуменаның рекреациялық шағын жүйесі жатады. Ал екеуінің зерттеу пәндері «рекреация» мен «туризм» анықтамалары тең болмағандықтан әр түрлі болып келеді. Рекреациялық географияның пәніне халықтың рекреациялық әрекетінің аумақтық ұйымдастырылуы, ал туризм географиясының пәніне туристік әрекетінің аумақтық ұйымдастырылуы жатады. Ал осы пәндердің әрқайсысы өз саласының іс-әрекетінің аумақтық ұйымдастырылуын ТРЖ арқылы зерттейді [2].

Занды түрде мынадай сұрақ туады, олай болса «демалыс» және «экскурсия» дегеніміз не? Біздің көзқарасымызша, бұл екі түсінік рекреациялық іс-әрекеттің бір бөлігі болып, рекреациялық географияның зерттеу шеңберіне кіреді. Ал туризм географиясына тек адам іс-әрекетінің бір түрі ретіндегі туризм кіреді. Адамның қандай да болсын іс-әрекеті кеңістік пен уақытта іске асырылады, бірақ туристік іс-әрекет ерекше географиялық сипатына ие. Тіпті туристік іс-әрекет кеңістік пен

уақыттың ерекше түрлерін – туристік кеңістік пен туристік уақытты қалыптастырады деп айтсақ қате болмас.

Туризм де рекреацияның бір бөлігі болса да, өзінің бұқаралық сипатына байланысты рекреациялық іс-әрекеттен бөлек ерекшеленеді.

Сайып келгенде, рекреациялық географияның нысанасы – бұл демалыс пен экскурсия, ал туризм географиясы – бұл тек қана туристік қозғалыс географиясы.

Сонымен, «рекреация» деген түсінік «туризм» деген түсініктен қаншалықты кең болса, рекреациялық география да өзінің зерттеу кеңділігінен туризм географиясынан соншалықты асып түседі.

### *Қайталау сұрақтары*

- 1. Рекреациялық география мен туризм географиясының бір-бірінен айырған кеңес және шетелдік ғалымдарды атап беріңіз.*
- 2. Рекреациялық география мен туризм географиясының бұрынғы КСРО-дағы дамуы жөнінде айтып беріңіз.*
- 3. Рекреациялық география мен туризм географиясы қандай ғылымдарға жатады? Неге?*
- 4. Рекреациялық география мен туризм географиясын дүниеге келтірген «ана» ғылымының нысаны мен зерттеу шеңбері жөнінде айтып беріңіз.*
- 5. Рекреациялық географияның нысаны мен зерттеу пәні.*
- 6. Туризм географиясының нысаны мен зерттеу пәні.*
- 7. Туристік-рекреациялық іс-әрекеттің «дуализмінің» (қос мағынасы) мәні неде?*
- 8. Рекреациялық кеңістік деген не?*

## **§ 2 Туризмнің даму тарихы**

Туризм қоғамдық, шаруашылық және кеңістіктік құбылыс ретінде ежелгі замандарға терең кең тамыр жайған мол дәстүрге ие. Туристік әдебиеттерде туризмнің дамуын кезеңдерге бөлу жайында, әсіресе Унцикер, Мариотти, Пжеславский секілді ғалымдардың ортақ еңбегінде көптеп айтылады.

Туризм келесі кезеңдерге бөлінеді:

1. XVIII ғасырдың соңына дейінгі туризм:

а) ежелгі туризм;

ә) орта ғасырлар мен Қайта өрлеу дәуірі кезіндегі туризм;

б) XVII және XVIII ғасырлардағы туризм.

2. XIX және XX ғасырлардағы – II Дүниежүзілік соғысқа дейінгі туризм.

3. Қазіргі заманғы туризм [15].

Туристік саяхаттар, сауда-саттық сапарлар өзінің мәнін жоғалтқанда басталды деп есептеледі. Біздің заманға дейінгі IV мыңжылдықта көне Мысырда аталынып жүрген, осындай алғашқы көшіп-қонушылыққа жататыны – діни негізіндегі саяхаттар. Тұңғыш саяхаттардың бірі – б.з.д. 1501-1484 ж. хош иістер елі Пунт жеріне жасалған саяхат. Оны Мысыр ханшайымы Хатшепсут ұйымдастырған. (Шаповал Г.Ф. История международного туризма. М.: «Экоперспектива», 1998. – С. 18-53). Б.з.д. 2000 ж. мысырлық Синухит Кедемге яғни Шығысқа сапар жасап, оны «Синухиттың шытырман оқиғалары» атты папирусында суреттеген. Біздің заманға дейінгі VI ғасырда Мысыр перғауыны Нехао Африка төңірегінде атақты үш жылдық саяхат жасаған. Мысырдағы туристік саяхаттар қалаларды көріп, жасанды көлдер, шипалы бұлақтарға барумен байланысты болды; кейініректе жиілеп салына бастаған пирамидалар саяхаттаушылардың назарын аудара бастады. Алайда, жақсы дамыған жол торлары мен сапалы түнеу үйлері және арзан асханалардың тек қана ежелгі Грекия мен Римде пайда болуы бұл саяхаттарды белгілі мөлшерде тежеді. Туризм ол кездері ешқандай табыс көзі болып есептелмеген.

Жол тораптарының маңызын тек қана парсылар айтарлықтай ұғынып, өз мемлекеттерінің территориясында қатынасу жолдарының жүйесін құрды. Бұл қатынас жолдары дегеніміз жақсы қалыптағы патшалық жолдары болды (ұзындығы 3 мың км). Бұл жолдар Вавилон, Сузы және Екбатан қалаларын мемлекеттің шеткей аймақтарымен байланыстырып тұрды. Әрбір 30 миля сайын парсы жолдары бойында саяхатшыларға демалыс жағдайларын қамтамасыз ететін тұрақтар (керуен-

сарайлар) орналастырылды. Көрсетілген қызметке төленетін ақы байлар мен кедейлерге бірдей болды.

Алайда, антикалық туризмнің гүлденуі ежелгі Грекия және Риммен байланысты болды. Аталмыш мемлекеттерде туризмнің экономикалық жағына көп көңіл бөлінді. Бүгіннен 2300 жыл бұрын Ксенофонт Пирей портында сауда орындары мен мемлекеттік қонақ үйлер құрылысын ұсынған, оның пікірінше, бұлар үлкен табыс әкеледі деген сенімде болған. Гректер мен римдіктер кейде алыс сапарға аттанған; гректер жолдары нашар болғандықтан көбінесе теңіз арқылы саяхат жасаған.

Ежелгі гректер б.з.д. VIII ғасырдың өзінде саяхаттарға аттанады. Олар, мысалы, Олимпиада ойындарына қатысушылар немесе көрермендер ретінде қатысқан. Алайда, бұл саяхаттың жалғыз түртікісі болмаған. Геродот елдер салт-дәстүрлері мен өмірін зерттеп б.з.д. V ғасырда талай жерді аралап шықты.

Римдіктер өте жақсы дамыған және сапалы жолдар торын салған. Жолдар алғашқыда әскери мақсатында салынған, кейін бұл жолдар басқа да мақсаттарда пайдалынып бүкіл Ежелгі Рим өмірінде маңызды рөл ойнайтын болды. Римдіктер сауықтыру мақсатында жылы су көздеріне және курорттарға барып тұруды жақсы көрді. Емдеу құдайы Асклепийдің храмдары көне замандарда құрыла бастайды, классикалық кезеңде (б.з.д. V-VI ғғ.) олардың саны 60-тан астам болады. Олар қаладан қашық, қыраттау, жақсы климаты бар жерде салынды. Швейцариядағы қазіргі Сент-Моритц курорты сол кездің өзінде әйгілі болған.

Алғашқыда қалада тұратын бай гректер мен римдіктер жақын орналасқан демалыс жерлеріне баратын, кейінірек сапарлар географиясы кеңейді. Минералды көздер немесе қасиетті орындардың жанында қазіргі санаторийлер сияқты объектілер салынады. Сауықтыру орындары өте жайлы болған және оларда ойын-сауық әрекеттері өте жақсы ұйымдастырылған. Емделу орындарымен қатар, римдіктер жазда тау мен теңізге барып демалуды жақсы көрген, ал ең сүйікті демалыс жері Неаполь шығанағы маңындағы орындар болған. Ежелгі Римде туристік сапарлардың екі маусымдық сипаты байқалады, және демалушылардың көпшілігі жазды күні демалуды қалаған.

Сапар шегушілердің тағы бір ірі тобы діни мақсатта саяхат жасайтын пилигримдер болды. Ең белгілі қасиетті орында-

рының бірі Олимпия болған. Мұнда б.з.д. VII ғасырдан бастап төрт жыл сайын Зевс құрметіне мереке өткізілген. Бұл мерекеге алдында тек қана гректер, кейін римдіктер де қатысатын болды.

Ежелгі дүние дәуірінде шипалы суларға, табыну орындарына, спорттық, көңіл көтеру және басқа орындарға баратын туристер топтарымен бірге оларға қызмет көрсететін адамдар да пайда болады. Мысалы, ертедегі Грекияда Олимпиялық ойындарға өнерсүйгіштер мен спорт адамдары көптеп келушілер болды. Оларды орналастыру үшін арнайы ғимараттар салынған. Рим империясында саяхатшыларды орналастыру үшін бір-бірінен ат көлігімен бір күн ішінде жетуге болатын мемлекеттік қонаға үйлері салынады. Бірте-бірте шет елдерінде саяхат жасайтын адамдарды қорғайтын қонақжайлылық заңдары қалыптасады.

Көне дәуірі мен Орта ғасырлардағы адамзаттың ұлы жетістігі Ұлы Жібек Жолы болып табылады. Жібек Жолы (Ұлы Жібек Жолы) — Қытайдың Ши-ан деген жерінен басталып, Шыңжаң, Орталық Азия арқылы Таяу Шығысқа баратын керуендік жол бағыты. Атауды алманиялық ғалымдары Ф. фон Рихтгофен бен А. Херман XIX ғ. ұсынған.

Жол бұдан 3-4 мың жыл бұрын болған. Ол Қытайдың Хан патшалығы кезінде ғана өркендей бастаған, себебі Хан патшалығының Хан Уди патшасы Жаң Чянды батыс өңірге екі рет жіберіп, Орталық Азиядағы елдермен достасуға пейілді болған. Жаң Чян қазіргі Ферғана, Самарқан және Балқаш көлі сияқты жерлерге барған. Жаң Чянның сапары бұл жолды шығыс пен батыс үкіметтері арасындағы байланыс жолына айналдырған. Осыған орай саудагерлер де «Жібек жолында» ат ізін суытпаған. Жаң Чян батыс өңірге және Орта Азияға Қытайдың жібек өнімдерін ала барған; ал елге қайтарында барған жерлерінің тауарлары және батыс өңірінің музыкасы сияқты алуан түрлі мәдениетті алып қайтқан. Жаң Чянның сапары қытайлықтардың батыс өңірі мен Орта Азияны түсінуіне мүмкіндік берді. Ал Жаң Чян барған жерлердегі халық та Қытайдың өнімдері мен мәдениетіне қатысты түсінігін анағұрлым тереңдетті. Осылайша, бұл жол гүлденіп, көркейе бастады. Шығыс пен батыстың аралығындағы дәнекерге айналып, өркениеттерді өзара тоғыстырды. Осы жолды қорғау

және дамыту мақсатында, Қытайдың әр дәуірдегі патшалары жол бойына қарауыл қойып, әскер тұрғызды.

Жібек жолы іс жүзінде өзгермейтін тұрақты жол емес, қайта ол уақыт ізімен өзгеріп отырған, бірақ тарихтағы дәстүрлі сорабы өзгермеген: жол шығыста Чаң-аннан басталып, Тарым ойпатынан өтіп, Памир үстіртінен асып, Орталық Азияны, Батыс Азияны кесіп өтіп, Жерорта теңізінің шығыс жағалауына дейін барады, жалпы ұзындығы 7000 км асады. Ерте кездегі Жібек жолы Шыңжаңнан 3 айрыққа бөлінген, Тянь-Шань тауының солтүстігіндегі ежелден бар дала жолы: Жемсары, Іле өңірін басып, Балқаш өңіріне барады, онан ары батыс солтүстікке жүргенде Қара теңіздің шығыс жағалауына жетеді. Оңтүстік айрығы Крораннан (Лулан) шығып Күнлүн тауының батысын қапталдап Жаркентке барады, онан ары жүргенде адырлардан асып, Орта Азияға, Батыс Азияға, Еуропаға дейін созылады. Кроранның батыс солтүстігіндегі Көншы өзенінің батысын бойлап, Ицпанды, Күшарды басып Қашқар Жаңашар ауданына баратын жол солтүстік айрығы саналады, бұл жол да адырлардан асып, Еуропаға дейін барады. Кейін тағы 3 айрық жол пайда болды: Юймынның батыс солтүстігінен басталып, қазіргі Құмыл, Тұрпан, Жемсары сияқты жерлерді басып, бұрынғы дала жолына тұтасатын жол, бұл кейінірек «Солтүстік жол» деп аталды. Тұрпаннан шығып, Тянь-Шань тауының оңтүстігін қапталдап, батысқа беттеп, Қарашәр, Күшәрді басып, бұрынғы солтүстік жол айрығымен тұтасатын жол кейінгі кездері «Орта жол» деп аталды. «Оңтүстік жол» бұрынғысымен ұқсас. VII ғ. кейін, теңіз қатынас-тасымалы дамығандықтан, Жібек жолы біртіндеп екінші орынға түсті, бірақ XIII ғ. дейін шығыс пен батыс қатынасының маңызды жолы болып келді. XIX ғ. басында, Испанияның елшісі Қытайдың 800 түйелік сауда керуенін өз көзімен көріп тұрып Самарқанның жағдайы туралы былай деп жазады: «Төңіректің төрт бұрышынан келген тауарлар Самарқанға жиналыпты... Қытайдың торғын-торқалары көз жауын алады. Қытайдың торғын-торқасы осы жолмен Орта Азияға, Батыс Азияға және Еуропаға толассыз тасылды, сонымен тұт ағашын өсіру өнері де батысқа тарала бастады. Сондай-ақ Шыңжаңнан шығатын қас тасы, былғары, жүн әдиял сияқты тауарлар мен орта жазықтың темір ыдыстары,



фарфор ыдыстары, сырлы ыдыстары, шабдалы, өрік, рауғаш, дәршен сияқты өнімдері батыс базарына қатар кірді. Орта Азияның, Батыс Азияның және Еуропаның әйнек, жақұт, экономикалық дақылдары және хош иісті заттары, дәрі материалдары, сондай-ақ Отқа табыну діні, Бұдда діні, Ісләм діні сияқты діндер де Қытайға кірді және таралды. Шығыс пен батыс арасындағы экономикалық, мәдени ауыс-күйіс адамзаттың материалдық мәдениетін байытты. Шығыс пен батыстағы халықтар Жібек жолы арқылы сыртқы мәдениетті қабылдап, бұрынғыдан да салауатты мәдениет жарата алды. Жібек жолы тек сауда жолы болып қана қалмастан, дүние жүзі өркениетін тоғыстырып, адамзат қоғамының дамуына өшпес үлес қосты.

Рим империясының ыдырауы нәтижесінде Еуропада саяхатшылар саны азайып кетеді. Орта ғасырлардағы саяхаттар қиын да, қауіпті де болған. Жұмыс, оқу мақсатында сапарға аттанған мемлекеттік қызметшілер, саудашылар мен студенттерден басқалары қауіптеніп саяхат жасаудан бас тартады.

Орта ғасырларда туристік қозғалыс бәсеңдей түсті. Ішкі жағдайлары тұрақсыз көптеген жаңа мемлекеттердің құрылуы бұрын-соңды болмаған саяси кедергілерге әкеп соқты. Туристік саяхаттардың ұзақ уақыт тоқырауда болуына көптеген себептер әсер етті, олардың ішінде: феодалдық жүйеге байланысты Еуропаның көптеген аймақтарындағы шаруашылықтың күйреуі, бұрынғы жол тораптарының және сол жолдар бойындағы түнеу орындарының түгелімен жойылып кетуі, саяхатшылардың қорғаныс дәрежесінің төмендеуі, сонымен қатар көптеген қалалардың күйреуі. Біздің заманның тек VII және VIII ғасырларында қайтадан діни табыну саяхаттары жанданып, аз уақыт ішінде діни туризмнің жақсы дамыған түріне айналды. Пилигримдердің Палестинаға жасаған саяхаттары біздің заманның III–IV ғасырларының өзінде-ақ басталды. Император Константин кезінде Иерусалимде, дәлірек айтқанда Иса пайғамбардың табыты үстінде храмдар салынды.

IV ғасырда қасиетті жерге мінажат ету сапарлары бұқаралық сипатқа ие болғаны соншалықты, табынушылар арасында ол жиілеп жай шетелдік туризм ретінде қабылдана бастайды.

Біздің заманның VII және VIII ғасырында діни саяхаттары жаңадан басталды. Бұндай саяхаттарға қатысушылар әр түрлі еуропалық елдердің тұрғындары болды. Олар Италия (Рим), Испания (Сантьяго де Компостела) және Палестина елдерінің қасиетті жерлеріне саяхаттар жасады.

VII ғасырда халифа Омар кезінде Иерусалимді мұсылмандар жаулап алады. Алайда, бұл дінге табынушылықты тоқтата қойған жоқ.

VIII ғасырдың деректері бойынша, Иерусалимге Галлия епископы – қасиетті Аркульф келіп, өзінің саяхаты жайында естеліктер қалдырған.

Мінажат етушілер Палестинаға тек табыну үшін ғана емес, сонымен қатар ескі құнды заттарды сатып алу үшін де сапар шекті. Әр жылы 15-ші қыркүйекте Иерусалимде, қасиетті Мариямның шіркеуі алдында жәрмеңке ұйымдастырылып отырды. Табынушылар арасында сауда табысты болғаны соншалықты, қалада Генуя, Венеция, Пиза және Марсель көпестерінің өзіндік конторалары мен бүтіндей көшелері мен қоныстары болды.

Діни мақсаттағы саяхаттарымен бірге, саяси мақсаттағы саяхаттар саны көбейеді. XIII ғасырдан бастап, ғылым дамуына байланысты университеттер ашылады да Еуропадағы оқу мақсатындағы студенттердің саяхаттары, көбінесе итальян университеттеріне жасалатын саяхаттар пайда болады.

Бір-бірте жұрттың қозғалысы шұғыл өседі: әскерлердің, мінажат етушілердің, саудашылардың қозғалысына ықпал еткен крест жорықтары; танымдық, көңіл көтеру, емделу мақсаттарындағы саяхаттар географиялық білімнің дамуына септігін тигізеді. Осының барлығы келешектегі географиялық ашулардың алғышарты болды, географиялық ашулар нәтижесінде халықтың көш-қонуы ұлғайып, сауда және мәдени байланыстар одан әрі арта берді.

XVII ғасырда Еуропада «таза туризм» формасы пайда болды. Бұл, К. Либеренің айтуынша, танымдық, емдік немесе демалыс мақсаттарында саяхаттаушы тұлғаларды қамтиды. Оған қоса Еуропада діни сенімге байланысты миграциялар мен көпестердің саяхаттары белгіленіп отырды.

Әлеуметтік құбылыс сияқты туризмнің дүниеге қайта келуі XVII ғасырдың соңы мен XVIII ғасырдың басына жатады. Бұл кезде кейбір Еуропа мемлекеттерінің оқушылары табиғат аясына қыдыра бастады. XVII ғасырда «Grand tour» әйгілі бола бастады – бұл аумақты адамдардың континентке саяхаты, гранд-турдың арқасында адамдар оқуын бітіріп, Жерорта теңізін көріп, өркениеттің шығу тегін танып, сауаттанып қайтуына мүмкіндіктер туды.

Алғашқы бұқаралық туристік саяхат Англияда ұйымдастырылды. Туризм тарихының өте маңызды мезеті 1841 жыл болды: Томас Кук 600 адамды Лейстерден-Лафбороға темір жол көлігімен апарып алып қайтты. Арзан билетпен көп адамдарды тасымалдау қымбат билетпен аз адамдарды тасымалдауға әлдеқайда тиімді деп Томас Кук Англияның темір жол компаниясын сендірді. 1845 жылы Томас Кук Ливерпульге саяхат ұйымдастырды. 1847 жылы Кукпен ұйымдастырылған туристік қоғам билеттерді (жолдамаларды) тек Англияда ғана емес, басқа елдерде де сатты. 1863 жылы Кук Швейцарияға ауқымды экскурсияларды ұйымдастырды.

1865 жылы Томас Кук АҚШ-қа туристік саяхаттарды ұйымдастыру мақсатымен барды. Оның мақсаты – ағылшындарды АҚШ-қа, ал американдықтарды Еуропаға туристік сапар жасауға көндіру. 1866 жылы ағылшын туристерінің алғашқы екі тобы АҚШ-қа сапар шекті.

1867 жылы «Квейкер-сити» кемесі бес айлық саяхатқа шығып, теңіз туристік сапарлардың басталуына себеп болды. Осы саяхатқа қатысқан 60 туристердің ішінде танымал жазушы Марк Твен де болды.

Томас Кук 1872 жылы туристерге Жер айналатын саяхат ұсынды, сөйтіп, оны индустриалды негізге қойды. Алғашқы 20 саяхатшы Жерді 220 күнде айналып шықты. Өз кәсібін Лондон көрмелері мен континенталдық Еуропа бойынша топтық экскурсияларынан бастап, Томас Кук бюросы іс-әрекет ауқымын бірте-бірте кеңейтті: жаңа туристік нарықтарды игеріп, сапар санын әлдеқайда көтерді. Томас Кук Мысырға, Палестинаға, тіпті АҚШ-қа жүйелі туристік сапарларды ұйымдастыратын болды. Оның бюросы экскурсанттарды орналастыру, жолдамалар мен мерзімді туристік баспасөз, жарнамалық науқандар, банк

операциялары мен шетелдік валютаны айырбастау сияқты кең ауқымды іс-әрекеттермен айналысқан. Томас Кук 1892 жылы дүниеден кетті, оның ісін баласы мен серіктестері жалғастырды. Компания қызмет көлемін әлдеқайда кеңейтті, енді бұл ірі қаржы институтына айналып, саяхатшылар үшін жол чектерін шығаратын болды. Осындай чектерді қауіпсіз ақша деп айтуға болады, бұл десеңіз ғасырдың нағыз өнертабысы. Бүгінгі таңда «Томас Кук» компаниясының әлемнің барлық елдерінде 12000 туристік агенттігі бар, олар жыл сайын 20 млн. туристерге қызмет көрсетеді.

Т. Кук бюросы туристерге қызметтердің толық кешенін ұсынған. Туристер үшін қонақ үйлер брондалған, әртүрлі жеңілдіктер енгізілген, жаңа маршруттар, мысалы, діни мақсатта – Палестинаға, немесе экзотикалық – Қырымға, Кавказға – әзірленген.

Кук компаниясының үздік жұмысы Англиядан басқа еуропалық мемлекеттер (1905 жылға қарай Куктың саяхаттар бюролары бүкіл Еуропада дерлік болған), Еуропадан тыс елдер (мысалы, 1870 жылы Ніл бойымен саяхат жасағандарға қызмет көрсету орындарын ашуға бюро Египет үкіметінен концессия алған) туристерін өзіне тартқан.

1876 жылы Англияда 1929 жылы Кук компаниясына қосылып кеткен Wagons Lits компаниясы және Фреймз бен Генри Ланн туристік бюролары ашылды.

XIX ғасырдың ортасында Т. Кук ерекше көңіл бөлген қоғамның табысы орташа жіктері тек XX ғасырдың басына қарай туристік қызметтердің негізгі тұтынушыларына айналды. Бұлар қаржы капиталының пайызына немесе құнды қағаз дивидендіне өмір сүрген рантье болған. Тікелей өндірістік-кәсіпкерлік іс-әрекетпен айналаспағандықтан, олардың туристік сапарларға жеткілікті бос уақыты мен қаржылары жеткілікті. Демалыстың ең таңдаулы жерлері ретінде Еуропаның бальнеологиялық және теңіз маңы курорттары болып саналады.

Бүгінгі таңда Томас Кук заманауи туризмнің негізін салушысы, туризмнің бірінші менеджері мен маркетингологы және саяхатшылардың ұйымдастырылған бұқаралық қозғалыстарының мәні мен табыстылығын ұққан алғашқы адам болып есептеледі.

Томас Кук туристерге қызмет көрсету жөнінде темір жол мен кеме компанияларымен, қонақ үйлер мен мейрамханалармен келісімге тұрып, алғашқы болып ерекше туристік өнім – *турды* қалыптастырды. Туристік қызмет көрсету сұранысын алғашқы болып зерттеген Кук туристік маркетинг пен менеджмент негіздерін салған адам. Томас Кук туризмнің тұңғыш менеджері болып есептеледі.

Германия, Швейцария, Франция, Италия, Чехия елдерінде халықаралық курорттарының дамуына байланысты осы елдер және Ұлыбритания Еуропадағы халықаралық туризм орталықтарына айналады. XVIII ғасырдың әртүрлі мақсатта саяхат жасайтын, басқа елдерге барып қайтатын адамдарды «туристер» деп атай бастайды. Білім алу түрткісімен бірге рахаттану, басқа мәдениеттермен танысу ынтасы да маңызды орын ала бастайды.

Туризм дамуы әлемдегі шаруашылық қатынастарының нығаюы кезеңімен түйдей байланысты болды. Жұрттың бір-бірімен қатынас жасау ынтасы халықаралық және ұлттық туризм дамуына септігін тигізеді.

Туристік ағымдардың өсуі орналастыру мен көлік құралдарының дамуын қажет етті. Қонақ үйлер болмаған немесе олардың сапасы туристік талаптарына сәйкес болмаған жерлерде қонақ үй құрылысын кейде өз қаржысын жұмсап темір жол компаниялары итермелеген. Осы компаниялар, сонымен қатар, туризмнің одан әрі дамуына байланысты жарнама мен басқа да шараларға қаржысын аямай жұмсайды.

Туризм билік қолдауына ие болған аудандарда жылдам дамып табыс әкеле бастайды. Бірақ туристік мәселелер биліктің жергілікті органдарына тым күрделі болып көрінді. Сондықтан туризм саласында мамандандырылған дербес туристік ұйымдарды қалыптастыру қажет болды. Алғашқыда мұндай ұйымдар «жабдықтау қоғамдары», «шетелдіктерді қабылдау қоғамдары» және т.с.с. аталған. Осындай ұйымдар XIX ғасырдың орта шенінде, ал 70-ші жылдардан бастап көптеген жерде, әсіресе Батыс Еуропа елдерінде (Германия, Швейцария, Австрия және т. б.) ашыла бастайды.

Биліктің жергілікті органдары осындай ұйымдар іс-әрекетіне мүдделі болған және оларға қолдау жасаған. Сонымен қатар, туристік ұйымдарды туристік демалыс пен саяхаттар әуесқой-

лары, табиғат әуесқойлары ұйымдастырған (альпинистер ұйымдары, табиғат достарының ұйымдары, велосипедшілер ұйымдары және т. б.). Осы ұйымдар туризм дамуына өз үлесін қосқан. Алғашқы болып тау туризмімен айналысқандарды біріктіретін ұйымдар бірінен кейін бірі дүниеге келді: British Alpine Club (1857 ж.), «Өз еліңді танып біл» атты норвег ұйымы (1861 ж.), Osterreichisher Alpenverein (1862 ж.), Schweizer Alpen Club және Club Alpino Italiano (1863 ж.), Deutcher Alpenverein (1869 ж.), Галициялық Татры ұйымы мен Magyaroszági Karpategyésület (Ungarischer Karpathenverein) (1873 ж.), Club Alpin Français (1874 ж.).

Осы ұйымдар мен соңынан қалыптасқан мекемелер насихаттау жұмысымен, ұйым мүшелері үшін әртүрлі шараларды ұйымдастыру мен қызмет көрсету, ең алдымен түнеуге орналастыру мәселелерімен айналысқан. Бұл ұйымдардың өз меншікті объектілері, мысалы, туристік базалары, демалыс орындары, күркелері т. б. болған. Оларға апаратын арнайы жолдар салынған.

XIX ғасырдың орта шеніне дейін еуропалық туризм тек қана элитарлық келбетке ие болады, ал оған қатысушылар ауқатты жоғарғы класс өкілдері болып, сол кезгі кейбір авторлар туризмді «аристократиялық туризм» деп де атады (tourisme aristocratique). Тек XIX ғасырдың екінші жартысында ғана, әсіресе XX ғасырдың 20-жылдарында туристік қозғалыс өзгерістерге ұшырап, демократиялана бастайды.

XIX ғасырда және XX ғасырдың бірінші жартысында туризмнің дамуы көптеген факторларға байланысты болады, олардың ішінде ең маңыздылары мыналар:

- көлік құралдарының дамуы;
- өнеркәсіптің дамуы және оған байланысты халықтың тіршілік деңгейінің жақсаруы;
- урбандану;
- бос уақыттың артуы;
- қоғамның мәдени деңгейінің жоғарылауы;
- туризмнің мемлекеттік саясаты.

Ең бірінші темір жол желісі – Манчестер-Ливерпуль 1825 жылы Англияда ашылды. Бұрын бірнеше аптаға созылған саяхаттарға, енді әркімнің және өте қымбат емес бағамен қолы

жететін болды. Темір жолдары барлық мемлекеттерде өте шапшаң қарқынмен салына бастады. Олар туристік қозғалыстың кеңістіктік құрылымын және көлемін өзгертті.

XX ғасырдың бірінші жартысында халықаралық және ұлттық туризм өз шеңберіне басқа да елдерді тартып, одан әрі дами түседі. Туристік сапар желісіне тарихи орындар мен мәдени ескерткіштер енгізілінеді. Халықаралық туристік қозғалыстың басым көпшілігі бұл кезеңде Еуропаға келеді.

II Дүниежүзілік соғыс халықаралық туризмнің көлемін қатты қысқартты. Соғысқа дейінгі деңгейіне туризм 40-шы жылдардың соңында ғана жетті. Соғыстан кейінгі кезеңде туристік саяхаттар АҚШ пен Канадада кең тарай бастады. 1948 жылдың шілде айынан бастап шетелдік туристердің Жапонияға баруына ресми түрде рұқсат берілді.

Туристік байланыстар кеңейе түседі. Оған Еуропа елдері арасындағы арнайы келісімдер ықпал етеді. Жеке туристер орнына бұқаралық туризм келеді; оған табысы орташа таптар, жастар, оқушылар, ғылыми зиялылар белсене қатыса бастайды.

Ресей аумағындағы туризм түпкірі ежелгі дәуір мен орта ғасырларға келеді, атап айтсақ, Қара теңізіндегі ежелгі туризм. XVIII ғасыр Ресей курорттарының дамуының бірінші кезеңі болып табылады. Бұл процесті бастаушы Ұлы Петр I болған. Ол 1713 жылы бүкіл халықтың алдында минералды суларды іздестіру керектігін жариялады. Бұл мәселе бойынша 1719 жылы 20 наурызда арнайы жарлық шығып (Дохтырлық ережелер жайындағы жарлық), здравница мекемелерінің заң негізіне айналды. Бұл мезет Ресей курорттарының тарихының басталуы болып саналады. 1803 жылы жалпыресейлік дәрежесі берілген Ресейдің ең ескі курорттары Қавказ Минералды Суларының курорттары болып табылады: Пятигорск, Кисловодск, Ессентуки, Железноводск. Бұдан кейінірек Липецк (1805), Старая Русса (1815), Сергеевск Минералды Сулары (1833), Юрмала (Кемери, 1838) сияқты курорттар пайда болды.

Қырым туристік-сауықтыру аймағы ретінде XIX ғасырдың екінші жартылығында ең алдымен Алупка, Ялта мен Ливадияда дами бастайды. 1861 жылы Ливадияда патша резиденциясы салынғаннан кейін Қырымға деген нағыз «сән» туындайды да, мұнда (әсіресе Ялтада) орыс ақсүйектері көптеген сарайларын

сала бастайды. Бұл құбылыста 1874 жылы салынған Қырымды Орталық Ресеймен байланыстырған темір жолы маңызды рөл ойнады.

Қырым және Кавказ Минералды Суларымен бірге Сочи де сүйікті демалыс орнына айналады. Мұнда тұңғыш пансионат 1909 жылы салынды.

Емдік туризммен қатар XIX ғасырда Ресейде тау туризмінің рөлі артуда. Оның басталуы 20-шы жылдарға келеді және Эльбрус пен Қазбек шыңдарымен байланысты. Тау туристердің саны 1877-78 ж. орыс-түрік соғысынан кейін жылдам өседі. Осы кезде Кавказда туристер үшін түнеу баспаналары салына бастайды. XIX ғасырдың соңында туристік шаруашылығы жақсы дамыған қалалардың ішінде Тифлис, Баку, Ереван, Владикавказ, Пятигорск, Кисловодск, Батуми мен Кутаиси болған.

XIX ғасырдың екінші жартылығында Ресейде бірқатар туристік және экскурсиялық қоғамдар пайда болды. Олардың мүшелері өз өлкесінің табиғатын зерттеумен бірге табиғатты әуес еткендер үшін экскурсияларды ұйымдастырған.

1877 жылы Тифлисте Кавказдың жаратылыстану қоғамының жанында Ресейдегі алғашқы альпілік клуб ұйымдастырылды. Осы клубтың жұмысына оның мүшесі А.В. Пастухов белсене қатысқан, оның аты Эльбрустағы 5000 м биіктікте орналасқан баспанаға берілген (Приют Пастухова).

Клуб бірнеше жыл ғана жұмысын жүргізді, дегенмен оның мүшелері Кавказ таулары мен аңғарларында бірқатар жорық жасап, Кавказ бен Закавказье фаунасы мен флорасы туралы мақалаларын кіргізген «Известия» атты екі жинақ шығарды. Олар талай баяндама мен реферат жасаған. Осы клубтың басты маршруттарының бірі Әскери-Грузин жолы болған. Осы жолмен тек Кавказ бен Ресей ғана емес, шетелдік туристік топтар да өткен. Белгілі ағылшын «Кук пен баласы» фирмасының иелері Дарьял шатқалы жолымен өтіп, ол топтық саяхаттарды ұйымдастыруға жарамайды деген тұжырым жасайды.

XIX ғасырдың соңында құрлықпен болсын, теңізбен болсын жетуі өңай болған екінші таулы аймақ – Қырым – ресейліктерді қызықтырады. Оның үстіне таудың онша биік еместігі және жылы теңіздің жақын орналасуы саяхатшыларға өте тартымды



болып көрінеді. Бұл мезгілге қарай Қырым тыныс жүйесі ауырғандар үшін ем болатын өзінің шипалы климатымен белгілі болған. Осының бәрі Қырымды Ресейдегі демалушылардың ең көп келетін ауданына айналдырды.

Ялтада 80-ші жылдардың соңында туризм мен саяхат кәсібінің дамуына зор үлес қосқан «Табиғат, тау спорты мен Қырым таулары әуесқойларының үйірмесі» пайда болды. 1890 жылы 25 қаңтарда оның негізінде Қырым тау клубы қалыптасты, оның құрылтай жиналысында 15 адамнан тұратын басқармасы сайланды. Клуб басқармасы Одессада орналасқан.

Революцияға дейінгі Ресейдің ең ауқымды туристік ұйымы Орыс туринг-клубы болған. Оның құрылтай мәжілісі 1895 жылы сәуір айында Петербургте өтті. 27 мүшелері-орнатушылары қоғам қызметін басқару комитетін сайлады. Осы комитет клуб іс-әрекетінің бағдарламасын әзірлеуге тиіс еді.

Клубтың пайда болу себептерінің бірі – XIX ғасырдың соңында ол кезде жайлы көлік құралы болып қаладан тыс ұзақ серуендеуге жиі қолданылған екі дөңгелекті велосипедтердің кең таралуы болған.

Орыс туринг-клубы халықаралық туристік ұйым (лига) мүшесі болып, шетелдік қоғамдармен қатынас жасаған және оның шет елдеріндегі өз өкілдері болған. Осы туристік ұйым мүшелерін өзара қабылдау мен оларға қызмет көрсету жөнінде кейбір еуропалық туринг-клубтарымен келісімдер жасалған. Клуб «Русский турист» журналы мен жылдық хабаршысын шығарған.

Туринг-клуб үлгісіне еріп, Ресейдің басқа қалаларында да велосипед қоғамдары мен топтары ашыла бастады. Бірақ осындай алғашқы қоғамдар кішігірім ғана болған, саяхатты әуес ететін және қымбат тұратын велосипедке қаржысы жеткілікті адамдарды біріктірген. Олар өз мүшелері үшін әдетте 200 шақырымнан аспайтын веложорықтар ұйымдастырған.

Велосипедшілер қоғамдары Мәскеуде «Велосипедист» пен «Циклист», Петербургта «Велосипед» пен «Самокат» журналдарын шығарған.

Бірте-бірте Орыс туринг-клубы іс-әрекеті бөлімшелері арқылы Ресейдің көптеген аймақтарын қамтыған Ресейлік туристер қоғамына (РТК) (Российское общество туристов, РОТ)

айналды. Қоғамның басты мақсаты жалпы туризмді, оның ішінде велосипедті туризмді қолдау болған. Өзінің өркендеген кезінде РТҚ-ның 5 мыңдай мүшесі болған. 1919 жылдың наурыз айында В.И. Ленин сауықтыру туризмі мен шипалы суларға экскурсияларды ұйымдастыру ісіне септігін тигізген «Жалпы мемлекеттік маңызды сауықтыру жерлері туралы» декретіне қол қойды.

1920 жылы Наркомпростың жанында пролетарлық туризм мен экскурсияларды насихаттау мақсатында Біріккен дәрістік-экскурсиялық бюро – қазіргі туристік экскурсиялық мекемелердің болашақ үлгісі – құрылады.

1920 жылдан бастап экскурсиялар мен туристік «шығуларды» кейбір ведомстволар мен мекемелер өткізе бастады. Жұмысшылар мен қызметкерлер үшін оларды кәсіподақтар ұйымдастырған. Оқушылар мен әскери қызметкерлерін Наркомпрос пен Ресей жастарының коммунистік одағы (РЖКО, орысшасы РКСМ) сапарға шығарған. Туризмді демалыстың прогрессивті формасы ретінде пайдаланған мекемелердің саны арта берді. Ұйымдастырушылардың ойынша, туризм болашақта тұрмыстың мызғымас бір бөлігі, әр адамның жеке қалауы ғана емес, бұқаралық қоғамдық-саяси қозғалыс болатынын пайымдаған.

Осы идеяларды әуелі қоғамдық, кейін арнайы басылымдар: «На путях новой школы», «Вестник просвещения», «Экскурсионное дело» және басқалары да насихаттаған. Бұл іс-әрекетте «Комсомольская правда» газеті маңызды рөл ойнаған. 1926 жылының желтоқсан айында бұл газет редакцияның тұсында штаб құрып, мақсаты мен мазмұны бойынша «пролетарлық» деп аталған бұқаралық туризмнің ұйымдастырушысы болды. Дәл осы мезетте БЛКЖО Орталық комитетінің (ЦК ВЛКСМ) жанында туризм бюросы құрылды, одан кейін «Комсомольская правда» пролетарлық туризмді ұйымдастыру бойынша бірінші сырттай мәжіліс өткізді.

Жаңа туған ұйым іс-әрекетінің мақсаты «жастар арасында бұқаралық туризмді дамыту» болып жарияланды. Комсомол бұл әрекетін таза парактан бастаған жоқ: Бюро жұмысының негізінде ЖЭС-тың (Жаңа экономикалық саясат) алғашқы жылдарында өз жұмысын жалғастырған РОТ тәжірибесі жатқан.

1929 жылға қарай РОТ елдегі туризмді басқару орталығына айналады. Оның ондаған бөлімшелері құрылады. Зауыттарда, әскери бөлімшелерде, клубтарда туристік бастауыш ұйымдардың (ячейкалардың) саны көбейеді.

Кәсіподақтар, БЛКЖО мен Наркомпрос 1924-1928 ж. елдегі туристік-экскурсиялық жұмысты басқаратын болды. Алдында ұйымдастырушы формалары екі дербес бағытта дамыған: Бүкілодақтық орталық кәсіподақтар кеңесі (БОКОК, ВЦСПС) мен Наркомпрос бастауыш туристік ұйымдарын – өнеркәсіп пен ауыл шаруашылық кәсіпорындарындағы, оқу орындарындағы, клубтардағы топтарды құрумен айналысты; ал БЛКЖО (ВЛКСМ) комсомол комитеттерінің жанындағы туризм бюроларын құрған. Бюролардың алдында жергілікті «бұқаралық саяхаттар қоғамдарына» қолдау жасау, анықтамалық-инструкторлық жұмыс жүргізу мақсаттары қойылған. Бюролар жанында елтану, лагерлік, алыс және қала маңындағы туризм секциялары құрылған.

Халық комиссарлар кеңесінің қаулысына сәйкес, Совтур мен ОПТ бір ұйымға – Пролетарлық туризм мен экскурсиялардың бүкілодақтық ерікті қоғамына (ПТЭЖ, орысшасы ОПТЭ) біріктірілді. Оны бұрынғы ОПТ төрағасы Н.В. Крыленко басқарды. Жаңадан пайда болған ұйымның жарғысында «пролетарлық туризм біз үшін ең алдымен социалистік құрылыс әдістерінің бірі болып табылады», деп айтылған.

30-шы жылдары туризмнің материалдық-техникалық базасының бекігендігі соншалық, оның бюджетке түсірген пайдасы үлкен сомаға жетті. Орталықтандырылған және жеке түрде ОПТЭ бөлімшелері мен бастауыш ұйымдары жергілікті өнеркәсіп пен ауыл шаруашылығына, мәдениеттік құрылысқа, мемлекеттің қорғанысына ақшалай үлесін қосып отырды. Ақшаның бір бөлігі одақтық маңыздағы туристік объектілерді салуға жұмсалған. Мысалы, 3 млн сом Мәскеудегі Бүкілодақтық туристер үйі құрылысына жұмсалды.

Шетелдік туризм дамуы шетелдік қонақтарды КСРО-да қабылдауын реттеу шараларын қажет етті. 1929 жылғы мамыр айында Еңбек пен қорғаныс кеңесінің шешімімен «Интурист» Бүкілодақтық акционерлік қоғамы құрылады. Делегациялар мен туристік топтарды қабылдау және оларға қызмет көрсетумен

бірге, «Интурист» отандастардың шет елдерге баруын ұйымдастырады. 1930-1931 ж. бірінші бесжылдық еңбек озықтарының «Абхазия» мен «Украина» кемелерінде Еуропаны айналып шыққан алғашқы бұқаралық круиз саяхаттары ұйымдастырылды. Қатысушыларды Германия, Италия мен Түркияда (Англия мен Франция өз жеріне кіруге рұқсат бермеді) кеңес одақтық уәкілді өкілдері қарсы алған. Неапольде «Абхазия» тұрған кезде оған М. Горький арнайы келіп кеткен. Саяхатты бірнеше кітап пен кинофильм бейнелейді.

Әуесқойлық туризмді басқару міндеті ОАК (ЦИК) жанындағы Бүкілодақтық дене шынықтыру кеңесіне артылды, және альпинизм туризмнен бөлінді.

Ғылыми әдебиетте КСРО туризмінің дамуы бірнеше кезеңге бөлінеді. Оның даму тарихын шартты түрде төрт үлкен кезеңге бөлуге болады: біріншісі – туризмнің ұйымдастырушылық құрылымының пайда болуы мен қалыптасуы (20-шы ж. басы-1936 ж.); екіншісі – туризм мен экскурсияларды кәсіподақтар қарамағына өткізу және туризм индустриясының алғышарттарын қалыптастыру (1936-1969 ж.); үшіншісі – туризмнің қарқынды дамуы, оның халыққа қызмет көрсетудің ірі саласына айналуы (1969-1990 ж.); төртіншісі – посткеңестік, ТМД туризмі дамуының өтпелі кезеңі (1991 жылдан қазіргі күнге дейін). Осы кезеңде КСРО бұрынғы одақтас республикалары жүргізген экономикалық реформалар жағдайындағы туристік шаруашылық дамуының жаңа тенденциялары орын алды.

КСРО-ның басқа аудандарындағыдай, Қазақстан туризмі де дамыған. Қазақстандағы туризмінің даму алғышарттары ХІХ ғасырда пайда болды деп айтуға болады. Оған еліміздің географиясын зерттеген көптеген ғалымдар: П.П. Семенов-Тянь-Шанский, Н.М. Пржевальский, И.В. Мушкетов және т. б. өз үлесін қосқан. Алғашқы ғылыми зерттеушілердің қатарында ұлы қазақ саяхатшысы мен ғалымы Шоқан Уәлихановты атау қажет.

Шоқан 1835 жылдың қараша айында қазіргі Қостанай облысының Құсмұрын бекетінде атақты аға сұлтан Шыңғыс Уәлиханов отбасында дүниеге келген. Арғы атасы Абылай жоңғарларға қарсы соғыста асқан ерлік көрсеткен, ел бірлігі мен

тыныштығы үшін күрескен, ақылды қолбасшы, іскер дипломат, амал-айласы мол Орта жүз ханы болған.

Шоқанның балалық шағы Сырымбет тауының баурайында, туған елі Көкшетауда өткен. Шоқан әжесі Айғанымның тәрбиесінде болған. 1847 жылы 12 жасар Шоқанды әкесі сол кездегі ең таңдаулы оқу орны болып есептелген Сібір кадет корпусына оқуға орналастырады. Шоқанның бүкіл келешегі мен ғылым, өнер жолындағы талантын ашуда бұл оқу орнының маңызы ерекше болды.

Шоқан Уәлиханов 1853 жылы кадет корпусын бітіріп, Омбыда әскери қызметке қалады. Ол Сібір қазақ-орыс әскерінің 6-атты әскер полкына офицер болып тағайындалады, іс жүзінде Батыс Сібір мен Қазақстанның Солтүстік-Батыс аймағының генерал-губернаторы Г.Х. Гасфорттың адъютанты қызметіне белгіленеді. Сондай-ақ, Батыс Сібір өлкесінің Бас басқармасы оған айырықша тапсырмаларды орындайтын офицер ретінде қарады. Қызметі барысында Шоқан Уәлиханов патша өкіметінің отаршылдық саясаты туғызған әділетсіздіктерді жете танып, қарсы батыл пікірлер білдіруге тырысты. Осы қызметтерді атқара жүріп, ол Орта Азия халықтарының тарихын, этнографиясы мен географиясын зерттеуге белсене араласты.

Омбыдан кетуді, өзінің туған халқына пайдасы тиетін істермен шұғылдануды армандағанын өзінің достары Ф.М. Достоевскийге, К.К. Гутковскийге жазған хаттарынан анық көруге болады. 1855 жылы Шоқан Уәлиханов Омбыдан Семей, Аякөз, Қапал арқылы, Іле Алатауынан өтіп, Жоңғар қақпасына дейін келеді, қайтарда Алакөл, Тарбағатай жерлерін аралайды. Орталық Қазақстан – Қарқаралы, Баянауыл, Көкшетау арқылы Омбыға оралады. Бұл сапарда ол қазақ халқының тарихы мен әдет-ғұрпы, діни ұғымдары жайында көптеген материалдар жинайды. Сонымен бірге өзі болған аймақтардың тарихы, ескі қалалардың орны, шың-тастары жазу, белгілерін, көне ескерткіштер, аңыз-әңгімелер, ертегілер мен өлеңдерді жазып алады. Осы материалдардың негізінде «Тәңірі», «Қазақтардағы шамандықтың қалдығы» сияқты еңбектер жазады.

1856 жылы Шоқан полковник М.М.Хоментовский басқарған әскери-ғылыми экспедицияға қатысады. Қырғыз елін жете

зерттеуге, Ыстықкөл аймағының картасын түсіруге тиіс болған бұл экспедицияға қатысу Шоқанның зерттеу жұмысын ойдағыдай жүргізуіне мүмкіндіктер туғызады. Ыстықкөлге, Қытай империясының Құлжа қаласына саяхаты және 1856-1857 жылдары Жетісу, Тянь-Шань сапарларында П.П. Семенов-Тянь-Шанскиймен бірге болуы, Кыргыз Алатауына екінші рет сапарының нәтижелері оның «Жоңғария очерктері», «Қырғыздар туралы жазбалар», «Ыстық көл сапарының күнделіктері», «Қытай империясының батыс провинциясы және Құлжа қаласы» атты еңбектерін жазуға септігін тигізеді.

Ш.Уәлихановтың тарих, география, әдебиет саласындағы зерттеу еңбектері Петербург ғалымдарының назарына ілігіп, құнды ықылас-ілтипаттарына ие болады. П.П. Семенов-Тянь-Шанский өзінің Жетісу бойындағы зерттеулерін жүргізген кезде Шоқан пікіріне үнемі ден қойып, ақылдасып отырған. Ыстықкөл сапарында біраз жерлерді бірге аралаған. Семенов-Тянь-Шанскийдің ұсынуымен 1857 жылы 27 ақпанда Шоқан Орыс География қоғамының толық мүшелігіне сайланады. Бұл орыс қоғамы зиялыларының, орыс ғылымының жас ғалым еңбектерін зор бағалағандығы, ғылым мен мәдениетке қосқан үлесін мойындағандығы екенінің дәлелі.

1858-1859 жылдары Шоқанның «Жарық жұлдыз», «Қашқария сапары» оны ғылыми-зерттеушілік, ағартушылық саласында жаңа биікке көтерді. Ол кезде Қашқария Ресей тарапынан зерттелмеген өлке болатын. Еуропа ғылымы үшін белгісіз, құпиясы мол ел болатын. Себебі, XII ғасырдың соңғы ширегінде Марко Поло, 1603 жылы саяхатшы Голе Қашқария жерінде болғаннан кейін, бұл өлкеге ешкім аяқ баспаған Шоқаннан бір жыл бұрын Қашқарияға Үндістан арқылы барған немістің белгілі географы Адольф Шлагинвейтті жергілікті билеушілер басын кестіріп өлтірткен. Адольфтің бұл қайғылы тағдыры жөнінде алғаш мәліметті жеткізген Шоқан болды.

1870 жылдары Петербургте Шоқанның «Жоңғария очерктері», «Алты шаһардың немесе Қытайдың Хан-Лу провинциясының шығыстағы алты қаласынын жағдайы туралы», «Адольф Шлагинтвейттің өлімін әкелген жағдайлар туралы мәліметтер» туралы еңбектері жарияланды.

1860 жылғы 8 сәуірдегі Үкімет указы бойынша поручик сұлтан Шоқан Уәлихановқа штабс-ротмистр әскери атағы, 4-дәрежелі ізгі Владимир ордені, 500 сом күміс ақша берілген. Шоқанның ұсынысы бойынша, осы экспедицияның жұмысына қатысы бар 22 адам қоса наградталған, оның ішінде керуен басы Мұсабай, Семей көпесі Бұқаш, К.К. Гутковский т. б. болды. Ш. Уәлиханов (1859-61) Петербургте болған жылдары оның ғылыми-шығармашылық қызметінің аса елеулі кезеңі болды. Мәселен, Бас штабының әскери-ғылыми комитетінің тапсыруы бойынша, ол Орта Азия мен Қазақстанның карталарын жасайды. «Балқаш көлі мен Алатау жотасы аралығының картасы», «Құлжа қаласының жобасы», «Ыстықкөл экспедициясының қорытындысына қосымша карта», «Қытай империясы батыс өлкесінің картасы» т. б. дайындалады.

Шоқан Уәлиханов 1865 жылы сәуір айында қайтыс болды. Алтынемел тауының баурайындағы Көшентоған деген жерге қойылады. Қазіргі Алматы облысы Шоқан атындағы шаруашылықта «Алтынемел» мемориалдық кешені бар [49].

XX ғасырдың басында Верный қаласында Орыс тау қоғамының бөлімшесі ашылып 1927 жылға дейін өз жұмысын атқарды. Жетісудың алғашқы туристі деп казак жасауылы А.В. Хорошхинді есептеуге болады: Іле Алатауы бөктерін аралап шығып, 1875 жылы Алатаудың ең биік шыңы Талғарға шығу әрекетін жасаған, бірақ 4 мың биіктігіне ғана жете алған. Тауға барғандардың ішінде оқушы жастар мен интеллигенция өкілдері көп болған. Осындай жорықтарға Верныйда тұрған Лев Толстойдың немересі Михаил Сухотин қатысыпты. Тау-кен инженері К.И. Богданович оқушылармен бірге экскурсияларды ұйымдастырып тау жыныстарының үлгілерін жинаумен айналысқан. Кейде онымен бірге Мушкетовтың баласы да барып жүріпті. Атақты сәулетші П. Зенков Алмаарасаннан Жосалы-кезең асуынан асып Үлкен Алматы көліне жетіпті.

1930 жылы Ф.Л. Савинның басқаруымен Алматы қалалық пошта мен телеграф қызметкерлері (16 адам) Алматы – Медеу – Көкжайлау – Үлкен Алматы көлі жеңіл маршрутын өтті. 1931 ж. қаңтар айында В.М. Зимин Алматы – Ұзынағаш – Қордай асуы маршруты бойынша алғашқы қысқы шаңғы жорығын ұйымдастырды. Жанында ұлттық кавалерия полкының салтатты

жауынгерлері бар сегіз шаңғышы «еңбек пен қорғаныс эстафетасы» шеңберінде Алматыдан шығып Қордай асуында осы эстафетаны Қырғызстан командасына беріп жалғастырды.

Дәл осы жылы республика астанасында Жетісу губерниялық мұражай жанында пролетарлық туризм мен экскурсиялардың Бүкілодақтық ерікті қоғамының (ОПТЭ) алғашқы бастауыш ұйымы құрылды. Оның құрамына 10 адам кірді. Г.И. Белоглазов, В.Д. Городецкий, Н.Н. Дублицкий және т. б. ықпалымен ОПТЭ-ның Қазақстандық өлкелік кеңесі ұйымдастырылды.

Ұлы Отан соғысы басталғанда Қазақстандық ТЭБ оның қызметкерлері мен белсенділері майданға аттанғандығынан қызметін тоқтатты. «Горельник» туристік базасында 1943 жылының басында Кеңес Армиясының тау атқыштары инструкторларын дайындау бойынша Бүкілодақтық мектеп орналасты. 2 жыл ішінде мектеп Ұлы Отан соғысының көптеген майдандарында соғысқан 1500 инструктор мен 12 мың тау атқыштарын дайындады. Соғыстан кейін мұнда республика үшін альпинистер мен тау шаңғышылар мамандарын даярлау жұмысы басталды. 1955 жылы Есік көлінің жанында «Есік» турбазасы ашылды. Ұзақ уақыт өткеннен кейін сел қауіпіне байланысты бұл турбазалар жабылды.

1945 жылы күзде Алматыда Дене шынықтыру институты ашылды. 1946 жылы 1 қаңтарда оның тұсында В. Зимин басқарған туризм-альпинизм кафедрасы құрылды, бірақ бұл кафедра бір жыл ғана жұмыс істеді.

1961 жылдан бастап Қарағанды облысындағы «Қарқаралы» турбазасы туристерді қабылдауда. 1962 жылы Павлодар облысында Жасыбай көлінің жағасында «Баянауыл», ал Оңтүстік Қазақстанда Бадам өзенінде «Южная» турбазалары ашылды. 1962 жылы Бұқтырма теңізінің шығанағында Зыряновск қорғасын комбинаты екі балықшылар үйін салды. 1963 жылы олар «Алтайская бухта» турбазасына айналды. 1963 жылы Ыстықкөл жағалауындағы Бозтери кентінің жанындағы туристердің шатыр лагері біраздан кейін «Қазақстан» турбазасына айналды. Республикамыздың басқа да көрікті жерлерінде: «Уральская» – Орал қаласының маңындағы Жайықтың жағасында, Қостанай маңындағы «Лесная», Көкшетаудағы «Золотой бор» және т.б. турбазалар салынды.



Қандай турбазаны алсақ та, өзінің қайталанбас қасиеттері бар: «Золотой бор» қарағай орманында, «Южная» – альпілік жайылым мен бау-бақшада, «Уральская» үлкен дария жағасында орналасқан, «Қарқаралы» турбазасы өзінің тау оазисіндегі велосипед маршруттарымен әйгілі, «Алтайская бухта» турбазасынан алтай тайгасы, Марқакөл мен Рахман бұлақтарына апаратын маршруттар басталады.

1962 жылы 20 маусымда БОКОК «Туризмнің одан әрі дамуы туралы» қаулысы шықты. Онда туристік жорықтар мен саяхаттарға 10 миллион адам қатысады деп айтылған. Туризмді одан әрі дамыту және басқару мақсатында, КСРО спорттық қоғамдар мен ұйымдар Одағының Орталық Кеңесі туризм федерациялары мен секцияларын жою шешімін қабылдағанын ескере тұра, БОКОК Президиумы Орталық, республикалық және облыстық туристік-экскурсиялық басқармаларын Орталық, республикалық, өлкелік және облыстық туризм бойынша кеңестеріне ауыстыру шешімін қабылдады.

Туризмнің дамуына «Елдегі туризм мен экскурсиялардың одан әрі дамуына арналған шаралары туралы» қаулысы (1969) зор ықпал жасады. Қазақстанда туризм мен экскурсиялар бойынша жаңа облыстық кеңестер, экскурсиялық бюролар, саяхаттар мен экскурсия бюролары ашыла бастады. Республикамызда туризмнің материалдық базасын: ресторандары, кино-театрлары, басқа да мәдени және тұрмыстық қызметтері бар жаңа туристік базалар мен қонақ үйлердің құрылысын жеделдетуге ерекше көңіл аударыла бастады. Туристік құрал-жабдықтарды жалдау пункттері, моторлық-қайықтық станциялар, мамандандырылған автобазалар ашылған.

Республиканың облыстық орталықтарында Қазақстаннан, достас республикалардан, шетелден келген туристерді қабылдауға дайын туристік кешендер жұмыс істейді. Демалыс күндік маршруттарға еңбекшілер мен олардың жанұялары белсенді қатысуда, қажет болса, оларға «Денсаулық пойыздары» қызмет етуге дайын болған.

Алатау бөктерінде орналасқан Алматы мен астаналық облыстағы туризм қарқынды дамуда. 1959 жылы қала ішінде орналасқан «Алматы» («Алма-Атинская») турбазасы ашылды. 1972 жылы Алматының маңайында Талғар ауданындағы Горный

садовод ауылынан жоғары орналасқан «Алматау» турбазасы іске қосылды. 1970 жылдан бастап туристік ұйымдарға қызмет көрсететін Алматы автобазасы істейді. 1975 ж. «Медеу» мұз айдыны және «Медеу» мен «Алатау» туристік қонақ үйлері ашылды. Дегенмен мұның барлығы жеткілікті емес екендігі айқын болған.

Алматы қалалық туристер клубының мәліметі бойынша, 1979 жылы қалада 100 жуық туристік секция, 7 туристер клубы істеген. Туризммен 213 мың адам айналысқан (Алматы халқының саны ол кезде 900 мың болған). 2100 Алматы тұрғындары «КСРО туристі» белгішесінің нормаларын орындады, туризм бойынша 134 дәрежелі спортшы, үш спорт шебері, 100 астам төреші даярланған. 1978 жылдың өзінде өзіндік жорықтар мен саяхаттарға 500 топ (7 мың адамнан кем емес) қатысқан. Қалалық клуб үлкен жұмыс атқарған. Жүйелі түрде тау-туристік техникасы бойынша жарыстар, жыл сайын туристердің қалалық слеттары, туристер кештері және Горький атындағы Орталық парктегі «Туристер күні» мерекелері өткізіледі.

Алматы альпинизмнің сүйікті орталығы болып есептеледі. 1936 жылы «Горельник» лагерінің жанында республикалық альпинистер клубы құрылды. Альпинизмнің белсенді ұйымдастырушылары мен насихаттаушылары Г. Белоглазов, В. Зимин, Е. Колокольников, М. Погребецкий, П. Попков, О. Үсенов және т. б. болған.

1935 жылдан бастап альпинистер бұқаралық шыңға шығу, ал 1954 жылдан бастап клуб біріншілігін өткізуде. 1960 жылдан бастап клуб альпинизм бойынша Қазақстан чемпионаттарына қатысуда. Жартастарға өрмелеу спорты 1948 жылдан бастап дамып келуде, ал 1952 жылдан бастап Орта Азия республикалары мен Красноярск өлкесінің командаларымен салтты жолдастық жарыстар өткізілуде.

Сонымен қатар, клуб ғылыми-тәжірибелік маңызы бар экспедицияларын да ұйымдастырған. 20-30-шы жылдарда Алматы альпинистері Тянь-Шаньның онша белгілі емес шыңдарына шығып ауданның географиялық карталарын түзеткен, 1935 жылы В. Зимин Талғар шыңына, 1936 жылы Е. Колокольников Хан Тәңірі шыңына шықты. Уақыт өте бере клуб түлектері КСРО-ның ең биік жеті мыңдық: Ленин, Коммунизм, Жеңіс,

Е. Корженевская шындарына шықты. Республикамызда өзіміздің «қар барыстары» (КСРО барлық жеті мыңдықтарына шыққан) пайда болды. 1982 жылы алғашқы кеңесодақтық Гималай құрама командасына бес алматылықтар: Қ. Уәлиев, В. Хришатый, Ю. Голодов, Е. Ильинский, С. Чепчев кірді. КСРО-дағы альпинизмінің дамуына еңбек сіңіргендері үшін Алматы клубының көптеген түлектері орден және медальдармен марапатталды.

Қазақстанның табиғи туристік әлеуеті мен тарихи-мәдени нысандарын ескеріп, шетелдік туристерге қайталанбас табиғи ландшафтарын, эндемикалық флора мен фаунасын, тарихи-мәдени мұра ескерткіштерін қамтитын құрамалы турларды ұсынуға әбден болады. Халықаралық туристік нарыққа шығу үшін Қазақстан табиғатының өзгешеліктеріне негізделген турларды, мысалы, джип мініп, киіз үйлерде немесе арнайы жабдықталған трейлерлерде түнеп саяхат жасауға арналған «Кең даладан мәңгі қар жатқан тау шындарына шейін», «Далалық сафари», ұсынуға болады. Каспий теңізіндегі жағажайлық және круиздік демалысты дамыту мақсатында Кендірлі демалыс зонасын жабдықтау мен Ақтау қаласында туризм мен ойын-сауық индустриясын дамыту жоспарланған. Оңтүстік Қазақстанда Қапшағай бөгенінің жағасында «Жаңа Іле» туристік орталығының құрылысы жоспарланған. Оған емдеу-сауықтыру, мәдени-ойын-сауық және туристік инфрақұрылымның басқа нысандары кіретін болады.

Ресми статистика мәліметтері бойынша, 2000 жылдан бастап ішкі де, сыртқы да туристік ағымдардың өсуі байқалады. Ең алдымен ішкі туризм қарқынды дамуда. Жергілікті жұрттың туристік аумақтарды игеруі шетелдік туристерді тарту мақсатында жүргізілетін халықаралық жобаларын іске асырылуына септігін тигізеді, себебі оның нәтижесінде жергілікті коммуникациялар мен қызмет көрсету сферасы дамиды. Туристік державалардың – АҚШ, Италия, БАӘ, Түркияның тәжірибесі осындай тетіктің дұрыс екендігін растайды.

Егер қазіргі жағдайындағы туризм ХІХ ғасырдың соңында пайда болып құрылса, ол ХХ ғасырдың екінші жартысында ғана шынайы интенсивті дамуға ие болып, техника, технология,

қоғамдық қатынастардың шапшаң дамуымен қатар келіп ХХ ғасырдың феномені атағына ие болды.

### *Қайталау сұрақтары*

- 1. Туризм тарихын қандай ғалымдар кезеңдерге топтастырған және қандай ғалымның схемасын ұстанып отырмыз?*
- 2. Ежелгі (антикалық) туризм дамуы жөнінде әңгімелеп беріңіз.*
- 3. Ұлы Жібек Жолы жөнінде не білесіз?*
- 4. Орта ғасырлар мен Қайта Өрлеу дәуіріндегі туризм дамуы жөнінде әңгімелеп беріңіз.*
- 5. XVII-XVIII ғасырлардағы туризм ерекшеліктері қандай болған?*
- 6. «Гранд-тур» деген не?*
- 7. Томас Кук деген кім және оның туризм дамуына жасаған үлесі қандай?*
- 8. Шоқан Уәлихановтың зерттеулері жөнінде айтып беріңіз.*
- 9. II Дүниежүзілік соғыстан кейінгі туризм дамуына сипаттама беріңіз.*

### **§ 3 Туризм тарихын географиялық тұрғыдан зерттеу**

Демалыс мақсатындағы сапарлар санының артуы урбандану үрдісінің өсуі мен ХІХ ғасырдағы темір жол көлігінің дамуына байланысты болды. Бұл туристік қасиеттерге, әсіресе демалыс үшін жайлы территорияларға деген қажеттілікті арттырды.

ХІХ ғасырда медицинаның дамуы нәтижесінде климат пен теңіз суының емдік қасиеттері өте жоғары бағаланатын болды. Темір жолдардың салынуы мұндай қасиеттері бар аудандарды туристік сұраныс территорияларына «жақындатты». Ал техниканың дамуы үлкен ауқымды туристік инвестицияларға мүмкіндік берді. Бұл кішігірім және белгісіз қоныстардың үлкен теңіз жағалауларындағы демалыс орталықтарына (мысалы, Сопот, Канны, Монте-Карло, Ницца) немесе таулы демалыс орталықтарына (мысалы, Шамони, Давос, Закопане) айналуына себепкер болды.

Демалыс пен туризмді географиялық тұрғыдан зерттеу ХІХ жүзжылдықтың екінші жартысында басталды (И.Г. Коль). ХІХ және ХХ ғасырларда үлкен қарқынға ие болған қалалардың дамуы географтарды урбандану мен туристік, курорттық қоныстардың пайда болып, кенею үрдісінің арасындағы тәуелділікті анықтау мәселесін қарастыруға итермеледі. Неміс географы А. Геттнер (1859-1941 жж.) мұндай қоныстардың дамуын ең алдымен қалада халықтың шектен тыс шоғырлануымен, сондықтан да олардың рекреациялық қажеттіліктерінің артуымен байланыстырды.

«Туризм географиясы» (Fremdenverkehrs geographic) деген терминді ең алғаш 1905 жылы Д. Страднер қолданды. Оның ойынша, бұл ғылым туристік қозғалыс пен оның шаруашылық іс-әрекетін зерттеумен айналысуы керек. Сонымен қатар, туристік қолайлылық пен сол жердің аттрактивті қасиетін анықтау қажет. Туристік құбылыстардың экономикалық аспектісіне географтар ХІХ ғасырдың өзінде-ақ көңіл бөлген, алайда бұл мәселенің нақты талдауын тек К. Шпутцтың (1919) еңбегінде табуға болады.

Қоғамдық сұранысына сай, туризм географиясы туристік ағымдарды зерттеуден бастап, курорттық-туристік ресурстарды зерттеу мен рекреациялық аудандастыруға назар аудара бастаған.

Алғашқы демалыс пен туризм зерттеулерінде ішкі және халықаралық туристік ағымдар мен жергілікті жерлердің туристік игерілуіне көп назар аударылған.

Францияда алғашқы туризм географиясы шеңберіндегі зерттеулерді Альпыдағы туристік қозғалыс пен туристік шаруашылық мәселелерімен айналысқан Р. Бланшар болды. Италияда осындай зерттеулерді А. Мариотти жүргізген.

Отызыншы жылдары туризм географиясының әлем бойынша серпінді дамуына, әсіресе Германияда (Р. Глюксманн, А. Борман, Х. Позер), Францияда (Д. Мидж), Швейцарияда (В. Унцикер), Жапонияда (М. Сато, К. Мисава, Танака, Осаки), сондай-ақ АҚШ-та (Р. Браун, К.С. Мак-Мерри) мүмкіншіліктер туады. Зерттеулердің басты нысанасы туризмнің ауылдық жерлері мен туристік (ең алдымен табиғи) ресурстарына тигізетін әсері болды. Осындай зерттеулерге байланысты

Берлинде 1929-1934 жылдары туризмді зерттеу Институты ашылды. Осыған тәрізді мекемелер Берн мен Гренобльде пайда болды.

Бұл туризм географиясының қарқынды дамуы жылдары болған. Оның зерттеу нысаны мен пәні дұрыстап анықтала бастайды. Еуропа мен Солтүстік Америка елдеріндегі аумақтық жоспарлаудың дамуы нәтижесінде осындай зерттеулерде демалыс пен туризм мәселелері кең көлемде қарастырылады. Осыған орай табиғи ортаны терең зерттейтін географиялық жұмыстар қажеттілігі өседі.

Осындай жұмыстардың мысалы – Ягеллон университеті тұсындағы Краков туризм студиясының (1936-1939жж.) зерттеулері. Бұл студия туризмді зерттеу мен мамандарды даярлау бойынша тұңғыш университеттік орталық болып есептеледі (М. Бочваров, 1977). Дәл сол кезде С. Лещицкийдің туризм географиясы деген түсінікті ғылыми түрде дәлелдейтін теориялық жұмыстары жарық көрді, ол географиялық әдебиеттердің өміріне туризм ұғымын енгізді. Сол кезде туризм географиясының дамуында туризм ұғымын дәл анықтау әрекеті үлкен рөл атқарды. Ол теориялық, шаруашылық, географиялық, статистикалық, құқықтық, мәдени және қоғамдық мәселелердің жинағы ретінде туристік қозғалыспен байланысты [16].

Туризмнің теориялық негіздерінің қалыптасуы мен осы саладағы зерттеулер арқасында туризм географиясының мағынасын дұрыстап анықтауға мүмкіншілік туындады. Туризм географиясының мақсаты «аумақтың туристік артықшылықтарын ғылыми тұрғыдан анықтау, ландшафтың жаратылыстық қасиеттерін сақтай тұра туристік қозғалыс мүмкіндігін зерттеу және осы қозғалыстың экономикалық пайдалануының ең тиімді жолдарын жоспарлау» болып табылады (С. Лещицкий, 1932). Осындай анықтамадағы зерттеу мәселелері «адаммен, географиялық ортамен, жерді шаруашылық мақсатында пайдалануымен, адамзат жетістіктері және мәдениетімен» тығыз байланысты. Бұл өте маңызды қадам болды, өйткені бұдан бұрын туризм географиясы туристік қозғалыспен байланысты тек сұрапталған элементтерін зерттейтін ғылым болып есептелген.

Туризм географиясының дамуы нәтижесінде көптеген жаңа зерттеу орталықтары, әсіресе туризм қоғамдық және шаруашылық өмірінде маңызды рөл ойнайтын елдерде пайда болды. Дегенмен алғашқы кезеңде туризм географиясы саласындағы зерттеулер көбінесе Германияда жүргізілген. Әрине, бұған 1929 жылы Берлинде Жоғары сауда мектебі жанында ашылған туризм зерттеулерінің Институты (директоры Роберт Глюксман) ықпал етті.

II Дүниежүзілік соғыс туризм географиясы саласындағы ғылыми зерттеулерді тежейді. Алайда, мұндай зерттеулер соғыс бітісімен-ақ қайта басталады, себебі сол кездері туристік қозғалыс үлкен қарқынмен дамыған. Осындай даму көрсеткіші – өте ауқымды ғылыми әдебиет көздерінің шығуы. Туризм географиясы ауыл шаруашылығы географиясы мен өнеркәсіп географиясы сияқты географияның дербес саласына айналды.

II Дүниежүзілік соғыстан кейін туризм географиясының даму орталығы Франция (П. Дефер, Ж. Вейре-Вернье, Дж. Шаббо, П. Жорж, Б. Барбье, Ф. Крибер, Р. Баретье) және АҚШ (К.С. Мак-Мерри, М. Клаусон, Л. Митчел, Дж. Стансфелд) болды, 1970-ші жылдардан бастап, сондай-ақ, КСРО (В.С. Преображенский, Ю.А. Веденин), Канада (Р. Вольф, Р.В. Батлер), Австрия (К. Синнхубер), Ұлыбритания (Дж. А. Пэтмор, М. Пасион, С. Смит, Дж. Т. Соррок), Аустралия (Д. Меркер, Д. Пирс), Жапония (Э. Ширасака, Т. Исикава, С. Яматото), Чехословакия (С. Шпринцова, М. Хаврлант, В. Гардавски, П. Мариот), Югославия (З. Пепеоник, З. Джовичич, М. Джершич, А. Госар), Болгария (Л. Динев, М. Бачваров), ГФР (К. Рупперт, И. Майер, И. Матцнеттер), ГДР (Б. Бентхим), Польша (М.И. Милеска, К. Либер, А. Вжосек, А. Марш, О. Рогалевский, Я. Варшиньска, А. Яцковски) солардың қатарына енді.

Кейбір географтардың пікірінше, туризм зерттеулерінің көлемі әдеттегі туризм географиясы шеңберінен асып түсе бастады. Осының нәтижесінде әдебиетте бұрынғыға қарағанда кең мағынада түсінілетін ұғымдар пайда болды. Осыған орай бұл пәнді рекреация географиясы ретінде қабылдай бастаған. Еуропа географтары осы атауды американ әдебиетінен алып пайдаланады («рекреация географиясы», «рекреациялық география»). 1945-1960 жылдардың арасында жаңа ұғым –

«демалыс географиясы» пайда болып, ол туризм географиясы және рекреация географиясымен қатар қолданыла бастады. Ал енді тағы бір топ зерттеушілер туризм географиясы атауын «туризмнің экономикалық географиясы» атауына ауыстыруды ұсынған. Олар өз пікірін осындай атау географиясының тиесілі саласының зерттеу шеңберіне кіретін қазіргі туристік қозғалысқа басқаларға қарағанда үйлесімді деп дәлелдеген.

1950 жылдардың соңында Америка әдебиеттерінде жаңа ұғым – «таза ауадағы рекреация» пайда болды. Бұл ұғымды М. Клаусон енгізді. Мұндай демалыс деп қала сыртындағы ашық аспан астында демалуды атайды екен.

Жалпы айтқанда, «рекреация географиясы» ұғымының әдеттегі «туризм географиясынан» айырмашылығы шамалы. Себебі рекреация географиясы демалысқа байланысы бар кеңістік құбылыстарын, атап айтсақ, туристік көш-қонды, туристік сұраныс орталықтары мен олардың демалыс аудандарына байланыстылығын, әртүрлі аймақтардағы туристік қозғалыс қарқындылығын, туристік шаруашылық дамуының нәтижесіндегі аумақтың өзгерістерін, аумақтың туристік сыйымдылығын, туризмнің экономикалық сипаттарын және басқа да туризмге байланысты мәселелерін зерттейді. Сонымен қатар, американ рекреациялық географиясы, АҚШ экономикалық географиясының басқа салалары сияқты, әлеуметтік мәселелерге (әсіресе туристік сұраныс зерттеулерінде) ерекше назар аударады.

Туризм географиясы бойынша зерттеулер өткізілген елдердің барлығында дерлік туристік қозғалыстың ең көп шоғырлануы аймақтарына ең үлкен көңіл бөлінген, алайда болашақта туристік ресурстарына ие аймақтары да ұмытылған жоқ.

Туристік шаруашылық дамуы мен туристік ағымдардың өсуіне байланысты 60-шы жылдарынан бері демалыстың ең жайлы аудандарынан жайлылығы төмен аудандарының игерілуіне көшуі басталды. Жаңа рекреациялық аумақтарын игеру қажетіне байланысты туризм географиясының екінші бағыты – табиғи-рекреациялық ресурстарды бағалау жұмыстары көбейе бастады. Осы жылдарда КСРО-да демалыс пен туризм орындарының аудандық жоспарлау жұмыстары өріс алды. Географтар табиғи кешендерінің рекреациялық баға беру кезеңдерін бекітті



(Л.И. Мухина, 1973), олардың рекреациялық сыйымдылығы, рекреациялық жүктемелерге деген төзімділігін анықтау бойынша зерттеулерді өткізді (И.С. Казанская, 1972; Е.Г. Шеффер, 1973). М.В. Ломоносов атындағы ММУ ландшафттанушы-географтары (Е.Д. Смирнова, В.Б. Нефедова, Л.Г. Швидченко және т. б.) елдің ірі курорттық аудандарының қолданбалы зерттеулерін орындады, рекреациялық аумақтары қорын жасау бойынша ұсыныстар енгізді.

Табиғи рекреациялық ресурстарын бағалау және пайдалану формаларын зерттеу жұмыстарын американ (Богарт, 1968; Девис, 1971), канадалық (Р. Вольф, 1966; Д. Хеллайнер, 1972) географтары жүргізді. Табиғи ландшафтарына түсетін оңтайлы рекреациялық жүктемені анықтау сұрақтарымен поляк географтары (А. Костровицки, 1970; Я. Варшиньска, 1973), туризмнің табиғи және мәдени-тарихи ресурстарын бағалау және картографиялауымен чехословак ғалымдары (П. Мариот, 1971; Т. Шулавикова, 1973) айналысқан.

Рекреациялық ресурстарының жаратылыс ресурстарының бір ерекше түрі ретіндегі зерттеулері тәжірибесін Б.Н. Лиханов (1973) біріктірді. Бұл ғалым олардың зерттеулерін рекреациялық география міндеттерінің бірі деп есептеген.

Туристік қозғалыстың одан әрі дамуы оның жоспарлық реттелуі мен басқару міндеттерін қажет етті. Осыған орай әртүрлі аудандардың туристік мамандандырылуын анықтау мен рекреациялық аудандастыру қажеті пайда болды. Осының нәтижесінде туристік шаруашылығының аумақтық құрылымын реттеу бойынша зерттеулерді жүргізетін ғылыми бағыты қалыптасты. Рекреациялық аудандастыру қағидалары мен әдістерін, рекреациялық аудандарының мағынасын анықтау бойынша (И.В. Зорин, 1969; Н.С. Мироненко, 1972; Б.Б. Родоман, 1971; М. Бачваров, 1970), олардың экономикалық-географиялық сипаттамаларын жасау бойынша зерттеулер орындалды. Бұл тақырыпта маңызды жұмыстар ПХР, СФЮР және туристік аудандастыру тұжырымдамасы бүкіл ел ауқымында жасалған ЧССР-да өткізілді. Шетел капиталистік елдерінің географтары одан ауқымы тар мәселелерімен: рекреациялық жерлерді сатып алу, ауыл мен орман шаруашылық жерлерімен салыстырғанда олардың тиімділігі, ұйымдастырылмаған нарық жағдайындағы

туризмнің бәсекеге қабілеттілігі (АҚШ, Канада, Ұлыбритания, ГФР) проблемаларымен айналысқан.

Зерттеу мен жобалау жұмыстары ауқымының кеңеюіне, урбандану жағдайындағы қала маңындағы демалыстың жылдам дамуына орай әлеуметтік-географиялық зерттеулерінің көлемі тез өседі. 60-шы жылдардың екінші жартысынан бастап КСРО географтары (В.С. Преображенский, И.В. Зорин, Ю.А. Веденин, 1972) демалыс пен туризмнің әлеуметтік сипаттарымен тығыз айналысады (демалыс жайы мен орындарын таңдап алу сипаты, рекреациялық шаралар циклдары, алдын ала талап еткен қасиеттеріне ие рекреациялық жүйелерді моделдеу, демалыс тиімділігі мен қажеттіліктерді қанағаттандыру деңгейі). Американ және канадалық мамандары жұмыстарының әлеуметтік-географиялық бағыты басым болған, олар қоныстану жерінен арақашықтыққа байланысты демалыс аудандары сұранысының қисық сызығын жасау мен гравитациялық моделдерді орындауға негізделген (И. Кнетш, 1963; М. Клаусон, И. Кнетш, 1966; Р. Вольф, 1972).

ГФР-да қала маңы рекреациялық ағымдары, қала ішіндегі демалыс орталықтары кең ауқымда зерттелген, сондықтан «туризм географиясынан» «бос уақыт географиясына» көшу тезисы пайда болды (К. Рупперт, И. Майер, 1973; К. Рупперт, 1977). Туристік кешендер мен аудандардың ұтымды жұмыс істеуі мақсатында бағдарламалар жасау мен имитациялық моделдеу әдістері қолданылады.

Туристік қозғалыс зерттеулерінің (оның ішінде туризм географиясы) дамуында сол кездегі халықаралық туристік ұйымдар маңызды рөл ойнаған. 1930 жылы пайда болған Туризмді насихаттау ресми ұйымдарының Халықаралық Одағы 1947 жылы резиденциясы Женевада орналасқан Ресми туристік ұйымдарының Халықаралық Одағына (РТҰХО) айналды. 1958 жылға дейін осы ұйымның жанында Туристік зерттеулердің халықаралық институты жұмыс істеген. 1949 жылы Туризм аясының ғылыми сарапшыларының халықаралық ассоциациясы (АИСТ) ұйымдастырылды. Монте-Карлода ұйымдастырылған Туризмнің халықаралық академиясы (АИТ) жөнінде де айту қажет. Бұл ұйым 1953 жылы Халықаралық туристік сөздік шығарды.

Барлық елдерде туризмнің қарқынды дамуы бұл құбылыста географиялық талдау қажеттілігінің артуына себеп болды. Сонымен қатар, туризмге байланысты терминологияны біркелкі қылу қажеті, біржолата осы саланың нысаны мен пәнін анықтап бекіту қажеттілігі пайда болды.

Қазақстандағы демалыс пен туризм географиясы аясындағы зерттеулер ХХ ғасырдың 70-ші жылдарында басталды деп те айтсақ болады. Ғылыми-зерттеу және жобалау жұмыстарын алғашқы болып Мемлекеттік жобалау институты – «Казгипроград» жүргізе бастады. Ол кездері онда маманданған сәулетшілер, географтар, экономистер, инженерлер мен басқа маман өкілдерінің ұжымы қалыптасып үлгерген еді.

### *Қайталау сұрақтары*

- 1. «Туризм географиясы» терминінің авторы кім?*
- 2. Туризмді ғылыми тұрғыдан зерттеу тарихын кезеңдерге бөлген кім?*
- 3. Франция мен Италияда туризмнің алғашқы зерттеулерін жүргізген кім?*
- 4. Қашан және қай жерде туризмді зерттеу бойынша алғашқы Институт құрылған?*
- 5. Ягеллон университетінің Краков студиясының туризм зерттеулері туралы айтып беріңіз. Осы зерттеулерді қандай ғалымдар жүргізген?*
- 6. ХХ ғасырдың 30-шы жылдары туризм географиясы қандай елдерде ең қарқынды дамыған?*
- 7. Екінші дүниежүзілік соғыстан кейінгі туризм зерттеулері мен ең белгілі ғалымдарды атап беріңіз.*
- 8. Соғыстан кейін туризм географиясымен бірге әдебиетте қандай жаңа ұғымдар пайда бола бастаған?*
- 9. Бұрынғы КСРО-ғы рекреация мен туризм зерттеулері жөнінде әңгімелеп беріңіз.*

#### § 4 Туризм географиясында қолданылатын негізгі түсініктер мен атау сөздері

«Туризм» мен «турист» түсініктері әдебиетте XVIII ғасырдың соңында пайда болып, XIX ғасырда, әсіресе XX ғасырда кең қолданыла бастады. «Туризм» және «турист» түсініктері француз тілінен келген (tour – саяхат деген мағынаны білдіреді). Олай болса да, алғашқы рет бұл түсініктер XVIII ғасырда Британ аралында континентке баратын ағылшын жастарының саяхатын атау үшін қолданылды. Ағылшын оқушылары өз білімін толықтыру үшін француз, итальян, неміс мектептеріне жіберіліп тұрды. Бұндай саяхаттарды «grand tour» деп, саяхатшыларды туристер деп атай бастады.

1811 жылы «Sporting Magazine» журналында туризм түсінігіне көрікті орындарға танымдық, көңіл көтеру немесе ғылыми мақсаттағы саяхаттарды жатқызды. Соңғы басылымдарда әр адамды көңіл көтеру мақсатымен саяхаттайтын немесе жай уақытты өткізіп жүретіндерді турист деп атады.

Ресми түрде ғылыми әдебиетте «туризм» түсінігі XX ғасырдың 30-шы жылдары туризмнің зерттеу жұмыстарымен айналысатын Берлин институтының журналында «Archiv für Fremdenverkehr» (1930-1931) мақаласының алғы сөзінде шыққан.

Туризм өте кең түсінік, әдебиет беттерінде туризмнің әртүрлі анықтамаларын кездестіруге болады. В. Унцикер туризм деп табыс табуға арналмаған тұрақты жерден тыс жердегі барлық саяхат пен қысқа мерзімді сапардағы құбылыс пен қатынастың жиынтығын атады. Кейбір авторлар «әр түрлі мақсаттағы спорттық жарыстарды» туризмге жатқызды. КСРО-да 1952-ші жылы тұңғыш рет В.В. Добкович туризмге қазіргі уақытқа лайық анықтама берді: «Туристтік саяхат деп каникул және ұзақ уақытты демалыс кезінде біздің еліміздің әр түрлі аудандарында болып, сол ел халқының өмірімен және мәдениетімен танысу, әлеуметтік құрылысымен, табиғи байлықтарымен, тарихи, әскери және революциялық ескерткіштерімен танысуды айтамыз» – деді.

Туризмге қысқа да, сәтті анықтаманы ҮКЭ (Үлкен Кеңес Энциклопедиясы) берді: «туризм – бос уақыттағы адамның белсенді саяхаты, сапары, жорық жасап демалуы». П.Г. Олдак

туризмнің тар және кең мағынасындағы анықтамасын береді: біріншісі – «демалысты саяхат жасап жүргізу», екіншісі – «тұратын орнын немесе жұмыс орнын ауыстыру мақсатында көшіп кетумен байланысы жоқ, демалыс, емдеу, ғылыми, іскерлік және мәдениеттік кездесулерге қатысу мақсаттарындағы саяхаттар».

XX ғасырдың 30-шы жылдары поляк географы С. Лещицкий туризм туралы түсінікті толықтырып, «туристік-сауықтыру қозғалысына байланысты теориялық, шаруашылық, географиялық, статистикалық, құқықтық, мәдени және әлеуметтік сұрақтардың жиындысы» – деп анықтама берді [16]. Осындай анықтама толық болып табылады, және қазір де жиі қолданылады.

Туризм географиясы аясына еңбегі сіңіп, атағы шыққан В.С. Преображенскийдің айтуынша, «туризм» ұғымы арқылы мынадай негізгі түсініктер беріледі:

а) демография мен халық географиясы және заң ғылымы зерттейтін халық қозғалысының ерекше түрі;

ә) экономика саласы, экономика мен экономикалық география айналысатын халықтың әлеуметтік-мәдени қажеттерін өтейтін салалардың біреуі;

б) социология мен рекреациялық география айналысатын тұрақты жерінен тыс жерде бос уақытты өткізу түрі.

Сөйтіп, күрделі әлеуметтік-экономикалық құбылыс бола тұра, туризм халық шаруашылығының әртүрлі салалары мамандарын қызықтырады, олардың әрқайсысы туризмді өз қажеттілігіне байланысты және өз пікірінше қарастырады.

Халықаралық туристік академиясының (Монте-Карло) баспаларында «туризм» ұғымы «рахаттану, демалыс немесе емделу үшін жаяу түрде немесе көлік қолданып жасалатын саяхаттар» деп түсіндіріледі, және де аталған саяхатты туризм деп атаудың негізгі шарты – оның мақсатын еркін түрде таңдау және табыс іздеу мен туристік аумақта отырып қалу мақсаттары болмау керек. Көптеген энциклопедиялық басылымдарда туризм көңіл көтеру (ойын-сауық), танымдық (өлкетану, ғылыми, т.с.с.), демалыс, емделу, діни мақсаттарында жасалатын саяхат деп түсіндіріледі, және де ол табыс табу немесе мекендеу орнын ауыстыруымен байланысты болмауы керек.

«Қазақстан Республикасындағы туристік қызмет туралы» Заңында (2001) «туризм» ұғымының қате анықтамасы берілген: «жеке тұлғалардың ұзақтығы 24 сағаттан 1 жылға дейін, немесе 24 сағаттан кем, бірақ түнеусіз, баратын елінде (жерінде) табыс табу мақсатында емес жасалған саяхаттары». Қарап отырсақ, бұл «туризм» анықтамасы емес, «туристік сапар немесе саяхат» анықтамасы.

Қазіргі ғылыми әдебиетте туризм деп «адамдардың табыс табу мақсатынсыз күнделікті тұратын орнынан тыс жерде саяхат пен қысқа мерзімде болуы нәтижесінде пайда болатын құбылыстар мен қатынастар жиынтығын» түсінеді. Осындай жиынтық туристің жолға шыққан мезетінен (кейде тіпті оған дейін) басталып пайда болады, барған жерінде жалғаса береді және үйіне қайтып келгеннен кейін аяқталады.

Қазір туризм анықтамасы екі топқа біріктірілуі мүмкін – жұмыстық және концептуалдық. Біріншісінің экономикалық, әлеуметтік, құқықтық және басқа да туризмнің аспектілеріне ғана қатысы бар. Екіншісі, концептуалды немесе мәнін көрсететін анықтама, пәнді бүтіндей қамтиды, туризмнің ішкі сырын ашады.

Тарихи даму үрдісінде «туризм» мен «турист» деген түсініктерге біраз өзгерістер енгізілді. Тәжірибеде туризмнен гөрі турист деген түсінік анықтамасы жағынан анығырақ болғанын қажет етеді.

Ең алғашқы «турист» деген анықтаманы Ұлттар Лигасының статистика жөніндегі сараптау Комитеті берді (1937). Ол халықаралық түсініске ие болып, біршама түзетулермен біздерге де жетті. Соңғы жылдары «турист» ұғымының анықтамалары ресми халықаралық туристік ұйымдар одағының (РТҰХО) жиындарында (Дублин, 1950; Лондон, 1957), БҰҰ-ның халықаралық туризм және саяхаттар туралы конференциясында (Рим, 1963), туризм бойынша парламентаралық конференцияның конгресінде (Гаага, 1989) талқыланды. Бұл деген туризмнің теория және тәжірибе жағынан маңызының зор екендігін және оған берілетін анықтаманың толық та дәлірек болу керектігін көрсетті.

Халықаралық туризм мен саяхаттар бойынша БҰҰ конференциясында (Рим, 1963) «туристер» ұғымына ел жерінде

бір тәуліктен ұзақ уақыт болатын тұлғаларды жатқызды, және де олардың түрткілері (мотивтері) демалыс, емделу, танымдық мақсаттағы саяхаттар немесе іскерлік не жанұялық кездесулер болып түсінілген.

1937 жылы «халықаралық туризм» ұғымы, ал 1953 жылы «халықаралық келуші» ұғымы енгізілді [17]. Қазіргі кезде 1991 жылы Оттавада өткен туристік статистика бойынша халықаралық конференциясында қабылданған анықтамалар қолданылады.

«Турист» ұғымы XVIII ғасырдың соңынан бері, Польшада – 1847 жылдан бері белгілі (Варшиньска, Яцковский, 1978). «Турист» анықтамасының қандай үлкен өзгерістерге ұшырағанын көрсету үшін, сол кездегі анықтамасын тағы да келтірейік: «Туризм – континент (Еуропа) ЖОО-на (Франция, Италия, Германия) баратын ең жоғары қоғамға жататын ағылшын жастарының саяхаттары...».

Қазіргі кездегі анықтама бойынша турист ең болмағанда бір рет түнейтін және келу мақсатын үш топтың біреуіне: бос уақыт пен демалыс, іскерлік мүдделер немесе басқа туристік мақсаттарға жатқызуға болатын уақытша келуші (ЮНВТО). Сондай-ақ тұрақтайтын орнынан 12 айдан аспайтын уақытқа баратын және мақсаты барған жерінде ақылы жұмыс істеу болмайтын кез келген саяхатшы «турист» терминімен айқындалады [16].

«Уақытша келушінің» нақтылы анықтамасын С. Медлик береді (1995). Осы автордың пікірінше, уақытша келуші деп өзінің тұрақты елінен басқа елге келетін, өзінің күнделікті белсенділік аумағынан тыс шығатын немесе өзінің тұрақты қызметі аумағынан тыс 12 айдан аспайтын мерзім бойы саяхат жасайтын, ал басты мақсаты болған аумақ қаражатынан өтелетін қандай да болмасын жұмысты орындау болып табылмайтын кез келген тұлғаны айтамыз.

Туристер де, экскурсанттар да ішкі және шетелдік (халықаралық) туристер (экскурсанттар) болып бөлінеді. Мұнда ішкі немесе халықаралық келуші деп атала алмайтын тұлғаларды белгілеу қажет. Ішкі келушілерге:

- өз елінде басқа жерге көшіп кету үшін келгендер;
- табыс табу үшін келгендер;

- жұмыс немесе оқу орны болып табылатын көршілес жерге өте жиі баратындар;
- ел аумағында уақытша жұмыс істейтіндер немесе әскери маневрларда қатысатындар;
- көшпелілер және тұрақты тұратын жері жоқ тұлғалар [17].

Халықаралық келушілерге жатпайтындар:

- иммигранттар немесе эмигранттар;
  - шекаралық қызметкерлер;
  - дипломаттар, консулдық қызметкерлер, әскери қызметшілер;
  - қашқындар мен көшпелілер;
  - транзиттік жолаушылар
- жатпайды.

ЮНВТО қабылдаған саяхатшылар жіктелуі 9-шы суретте көрсетілген. Жіктелу қағидасы мен саяхатшылардың арасында туристерді бөліп көрсету критеріі – шетелде болу мақсаты (түрткісі). Сапар мақсатына қарай саяхатшыар екі үлкен топқа бөлінеді.

Бірінші топқа туристік мақсатпен сапар шекпейтін адамдар жатқызылады. Бұлар шет елдерге ақша табу мақсатында кәсіби әрекетпен айналысып жүретін адамдар, яғни шет елдерге барып жұмыс іздеп немесе сонда жұмыс істеп жүрген адамдар; көрші территорияда жұмыс істейтін көршілес шекара ауданның тұрғындары; тұрақты мекенде қалушылар. Екінші топқа жататындар – уақытша келушілер, яғни туристік мақсатпен саяхат жасаушылар. ДТҰ–ның кепілдемесімен статистикалық есепке жеңілдік жасау үшін туристік мақсаттар үш блокқа топтастырылған: көңіл көтеру мақсатымен саяхаттау, кәсіптік ынтасын қанағаттандыру үшін саяхаттау және басқа да туристік мақсаттар блогі (оқу, емделу, транзит және т. б.).

Осындай жіктелу саяхатшылардың екі тобының экономикалық сипатын көрсетеді. Экономикалық тұрғыдан шетел мемлекетінің шаруашылығында істейтін және бірінші топқа жататын тұлғалар тауарлар мен қызметтерді яғни сол елдің жалпы ішкі өнімін (ЖІӨ) өндіреді. Өз еңбегін өтейтін ақшасын өз еліне әкеледі. Сондықтан шетел азаматарының елде жұмыс істеуі елден валютаның кетуімен және де өз еліне ақшалай табыстың келуімен байланысты.





9-сурет. ДТҮ-ның кепілдемесімен берілген саяхат жасаушылардың классификациясы (С. GEE ET AL, 1984)

Екінші топқа жататын саяхатшылардың біркелкі болмауына, саяхаттың әртүрлі ұзақтығына, сапар географиясына, қозғалыс әдісіне қарамастан осылардың барлығы «уақытша келушілер» деп аталады. Бірінші топ өкілдерінен бұлардың айырмашылығы – олар уақытша болған елдің ұлттық өнім тұтынушылары болып табылады. Уақытша келушілердің туристік сапар ұйымдастыруға және саяхат кезіндегі жұмсайтын ақшасы қабылдаушы ел мен оның салаларының экономикасында маңызды орын алады.

Туристік саяхат жасаушылар қандай мақсатпен шетелдік сапарға аттанса да, өз елінен қабылдаушы елге ақшасын әкеліп оның бюджетін толықтырады. Сондықтан оларды бір топқа біріктіру, бірінші топ тұлғалары сияқты, экономикалық көзқарастан өте дұрыс болып көрінеді.

Дегенмен, уақытша келушілердің барлығын турист деп атай алмаймыз: мұнда – тұратын жерінен тыс болу уақыты маңызды. Саяхаттың ұзақтығына қарай уақытша келушілер «таза» туристер және экскурсанттар болып бөлінеді. Турист – бұл бір тәуліктен артық және бір жылдан аз уақытта, өзінің тұрғылықты жерінен тыс жерде саяхаттап жүрген адам. Туристік мақсатпен келген, бірақ белгіленген уақыттан ұзақ мезгілге қала беретін адам (одан ұзақ уақыт болуға рұқсат берілмесе немесе жылдық рұқсаты жаңадан ұзартылмаса) қазіргі стандарт бойынша тұрақты тұрғындарға жатады.

Экскурсант – түнеуге қалмай белгілі бір жерге, ауданға немесе елге саяхаттайтын адам. Саяхатшылар классификациясында олар бөлек категорияға бөлінеді, бірақ арнайы әдебиетте олар кейде туризмнің бір бөлігі ретінде қарастырылады, ал экскурсанттар туризм статистикасында есептеледі.

Айтып кететін жағдай, туристік атау сөздер толығымен өңделіп бітпеген. Сондықтан рекреациялық география мен туризм географиясындағы кейбір анықтамалар, ұғымдар мен қағидалар екіталай. Дегенмен алдымыздағы басылымда авторлар зерттеушілердің көпшілігі ұстанатын көзқарастарға сүйенеді.

Демалыс пен туризм дамуының басты шарты – әлем, мемлекет, аудан ауқымында қарастырылатын рекреациялық потенциалдың болуы. Рекреациялық потенциал дегеніміз белгіленген территорияда рекреациялық іс-әрекетті ұйымдастыруға және

дамытуға арналған табиғи, тарихи-мәдени, әлеуметтік-экономикалық және басқа да жағдайлардың жиынтығы. «Рекреациялық потенциал» түсінігі «рекреациялық іс-әрекет дамуының факторлары мен шарттары» түсінігіне сәйкес келеді.

Туристік-рекреациялық ресурстар рекреациялық потенциалдың құрамының маңызды бөлігі. Туристік-рекреациялық ресурстар – демалыс пен туризмді дамытуға арналған эстетикалық жағынан тартымды, емдік-сауықтыру қасиеті бар табиғи ортаның компоненттері мен антропогендік іс-әрекеттің объектілері.

Туризм географиясының өте маңызды ұғымы – туристік аттрактивтілік (тартымдылық). Мұнда объективті факторлармен бірге субъективті психологиялық фактор маңызды рөл ойнайды, басқаша айтқанда бұл интегралдық сипаттама. Туристік қозғалыс дамуының элементтерін осы қозғалыс қажеттіліктерін қанағаттандыратын туристік инфрақұрылымымен біріктіретін ұғым (10-сурет). Туристік аттрактивтілік ұғымының туристік ұсыныс ұғымымен ұқсастығы бар (бұл жөнінде кейін айтылады).

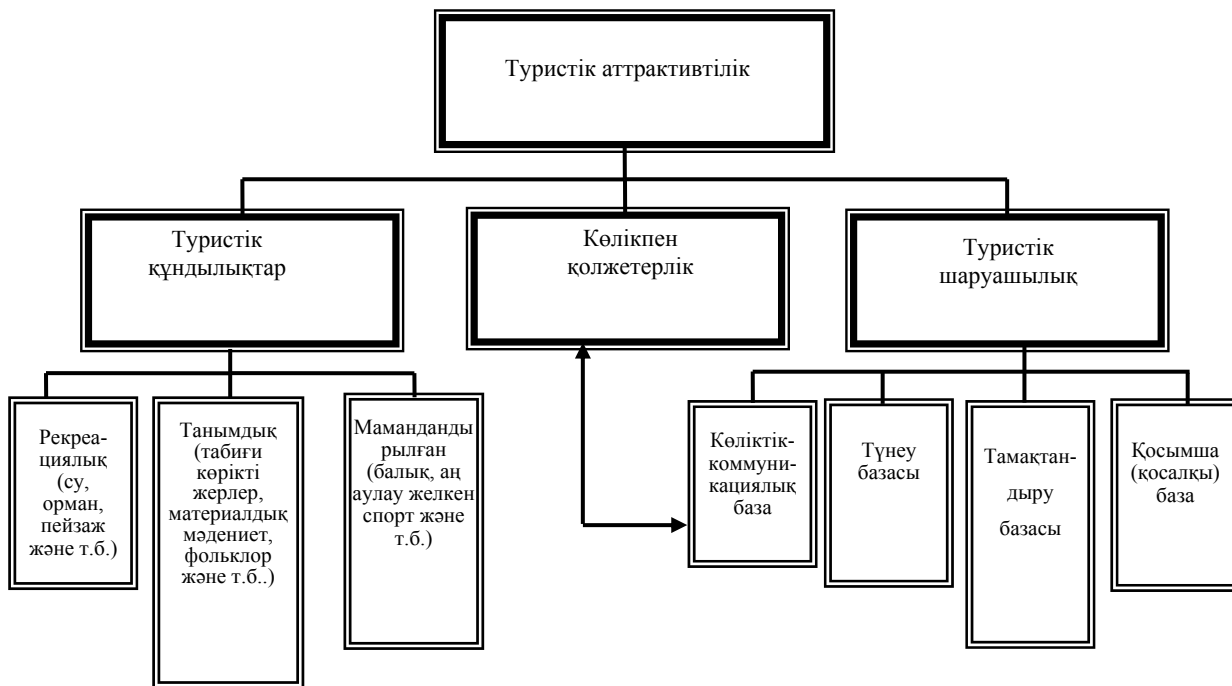
Халықтың рекреациялық қозғалысының қалыптасуы белгілі бір жердің туристік құндылығына байланысты. Туристік құндылықтар дегеніміз – табиғи және табиғи емес ортаның элементтерінің жиынтығы. Туризмді дамытуға арналған табиғи және әлеуметтік-экономикалық шарттары бар қолайлы аумақтар өз бетімен туристік-рекреациялық ресурс бола алмайды. Туристік-рекреациялық ресурс болу үшін оларды технологиялық дәрежеге жеткізу қажет.

Туристік құндылықтар келесі түрлерге бөлінеді:

1. Табиғи ортаның жағдайына тікелей байланысты демалуға арналған түрлері.

2. Табиғи ортаның ерекшеліктеріне байланысты арнайы түрлері. Олар туризм түрлерін дамытуға мүмкіндік береді. Мысалы, минералды су мен климат жағдайы жайлы болғанда туризмнің емдік және сауықтыру түрлерін дамытуға болады.

3. Табиғаттың ерекшеліктерімен қатар (қорық, табиғат ескерткіштері және т. б.), материалдық және рухани мәдениет элементтері (ескерткіштер, фольклор, мәдениет объектілері), сонымен қатар қоғамның қазіргі жетістіктерін қамтитын туристік құндылықтың танымдық түрлері.



10-сурет. Туристтік аттрактивтілік (О. Рогалевский, 1966)

Жергілікті жердің тартылымдығы мен туристік қасиеттерінің деңгейі белгілі бір сандық көрсеткіштерімен анықталуы өте қиын. Бұл мақсатта интегралдық (біріктірілген) көрсеткіштер – баллдар, категориялар, дәрежелер және т. б. қолданылады.

Туризм географиясының теориялық және тәжірибелік мәселелерін шешуде географиялық орта кеңістігінің таксономиясы маңызды рөл ойнайды. Негізгі таксономиялық категорияларды (бірліктерді) қарастырайық.

Туристік жергілікті жер – бұл қоныстану бірлігі (қала, кент, ауыл), ол туристік құндылығына, туристік инфрақұрылымы мен көлік ыңғайлылығына орай туристік қозғалыс мақсаты немесе кезеңі болатын белгілі бір елді мекен. Таулы немесе жағажайлы туристік жерлер болады. Туристік жерлердің олардың туристік қасиеті мен орындалатын функцияларына байланысты бірнеше түрі бар: а) демалуға арналған орындар; б) курорттар; в) танымдық туризм жерлері; г) транзиттік туризмнің орындары (мысалы, шекаралас жерлер).

Туристік орталық (туризм орталығы) – бұл елді мекен, белгілі бір жердің учаскесі, табиғи объект және т. б. Мұнда туристік-рекреациялық ресурстардың негізінде туристік-экскурсиялық қызмет көрсететін кешен құрылады. Кешеннің құрамына туристерді орналастыру, тамақтандыру орындары, туристік-экскурсиялық қызмет көрсететін мекемелер кіреді. Туристік орталық бірнеше көрсеткіштер бойынша бөлінуі мүмкін. Мысалға, маңыздылығы бойынша – халықаралық, мемлекеттік, ауданаралық, жергілікті; функционалдық бағыты бойынша – емдік, сауықтыру, танымдық орталықтар болып бөлінеді.

Туристік аудан – туризмнің дамуына арналған бірнеше табиғи, тарихи-мәдени және әлеуметтік-экономикалық жағдайлары бар салалық экономикалық аудан. Осыларға байланысты ауданда туристік іс-әрекеттер басым болып келеді. Әртүрлі дәрежедегі – жергілікті туристік, облыстық, республикалық, халықаралық дәрежедегі туристік аудандар болады. Рекреациялық география мен туризм географиясының тағы бір маңызды ұғымы – «рекреацияның шаруашылық әулеті» немесе «демалыспен туризмнің материалдық-техникалық базасы» болып табы-

лады (кейбіреулер оны «туристік инфрақұрылым» деп атайды). Бұл ең алдымен демалушыларға тауарлар өндіру мен қызмет көрсетудің негізгі қорлары және бұл үрдіске тікелей қатыспаса да, рекреация жағдайын өңдейтін қосымша еңбек құралдары [18].

Туристік инфрақұрылым (туризмнің материалдық базасы) ресурстар мен көлікпен қол жетерлігімен бірге туристік аттрактивтілікті қалыптастыратын үш факторлардың бірі болып табылады. Туристік инфрақұрылым дегеніміз аумақтың, маршруттың немесе жергілікті жердің жабдықталуын құратын және туристердің қажеттіліктерін қанағаттандыратын нысандар мен құрылғылардың жиынтығы. Туристік инфрақұрылымына бір күннен астам уақытта болуына мүмкіндік беретін түнеу базасы; тамақтандыру базасы; коммуникациялық база; туристерге барлық қалған қызмет көрсетуге арналған қосалқы (қосымша) база (О. Рогалевский, 1974; Я. Варшиньска, А. Яцковский, 1978).

ЮНВТО бойынша, түнеу базасы – жүйелі түрде немесе анда-санда турист түнейтін кез келген объект.

Түнеу базасы туристік шаруашылықтың негізгі бөлігі, туристердің түнеуі үшін бұл жерде барлық объектілер орналасқан. Түнеу базасы түнеу мекемелеріне (туристік қонақ үйлер, туристік базалар, демалыс үйлері, пансионаттар, мотельдер, қонақ пәтерлері) және лагерлерге (кемпингтер, шатыр қалашығы) бөлінеді. Пайдалану мезгілі бойынша үнемі пайдалану (жыл он екі ай) және маусымдық базалары болады; қызмет көрету мүмкіншілігі бойынша ашық (жұрттың барлығы үшін) немесе жабық – тұтынушылардың белгілі топтары үшін – базалары болады.

Түнеу базалары мемлекеттік және меншікті (жергілікті тұрғындар туристерге ұсынатын пәтерлер) болады.

Коммуникациялық база туристерге демалыс орнына жетуге және дестинация (жетіп бару) елі (ауданы) ішінде жүруге мүмкіндік береді. Сонымен қатар, кейбір көлік түрлерінің (мысалы, круиз кемесі, авиалайнер) өзі де туристерді қызықтыруы мүмкін.

Демалушылар мен туристердің азық-түлік пен сусындарға деген сұранысын тамақтандыру базасы қанағаттандырады.

Оның құрамына мейрамхана, кафе, бар, бистро, буфет, асхана және т. б. кіреді. Түнеу базалары сияқты, олар да үнемі істейтін немесе маусымдық; ашық, жабық немесе аралас; мемлекеттік, меншікті немесе меншіктің басқа формаларындағы тамақтандыру орындары болуы мүмкін.

Туристік шаруашылықтың коммуникация базасын көлік пен байланыс желісі құрайды. Көлік болмаса туризм де жоқ.

Қосалқы база келесі қызмет түрлерін: табиғаттың байлығын пайдалану (жағажай мен суға түсетін орындарды абаттандыру және т. б.); спортпен айналысу; көңіл көтеруді ұйымдастыру; туристік жабдықтар мен сувенирлерді өндіру; ақпарат қызметтерін және т. б. ұсынады. О. Рогалевский (1974) қосалқы базасында нысандар мен қондырғылардың төрт түрін:

- туристерге туристік ресурстарды пайдалануға мүмкіндік беретін;
  - туристік саяхаттарды жасауды жеңілдететін;
  - көңіл көтеру;
  - қызмет көрсету
- түрлерін бөліп атайды.

Бірінші түріне жаяу серуендеу орындары; тау, жазық, су маршруттары; спорт алаңдары; стадиондар, теннис корттары, бассейндер, шаңғы мен шана трассалары, айлақтар, көрініс алаңшалары және т.с.с. жатады.

Екінші түріне туристік және экскурсиялық бюролар, саяхат бюролары, туристік ақпарат орталықтары, туристік құрал-жабдықтарын жалдау және сақтау орындары, автотұрақтар және т.с.с. жатады. Мысалға, саяхат бюролары сапарға шығуды ұйымдастырады, түнеу орындарын, көлік билеттерін сату мен резервілеуде делдал болады. Сол сияқты, басқа ұйымдар туристерге гид, экскурсия жүргізуші, топ жетекші қызметтерін ұсынады. Туристік ақпарат орталықтарында туристерге брошюралар, буклеттер, карталар, саяхат ауданы жөніндегі мәліметтер беріледі.

Қызмет көрсету қондырғылары мен нысандары:

- сауда нысандары (туристік құрал-жабдықтарды, сувенирлерді, прессаны, туристік басылымдарды, туристік киім, санитария мен гигиена тауарларын және т. б. сататын дүкендер);

- шеберханалар (фотоқызмет, шаштараз, тұрмыс қызметтері және т. б.);

- инфрақұрылымдық (банк, сақтандыру агенттіктері, пошта, телеграф, телефон, дәріханалар, тау және судағы құтқару станциялары және т. б.) объектілер.

Туристік инфрақұрылым нысандарының қажеттілігі уақыт өте және талғам мен сән талаптарына сәйкес өзгеріп тұрады. Туристердің талаптарына сай көпфункционалды орталықтардың саны өсуде. Олар туристерге көптеген мәдени-көңіл көтеру, спорттық және басқа да шараларын ұсынады. Туристердің сұранысын өтеу үшін осыған сәйкес базаның құрылуы кең көлемдегі қаржыны қажет етеді.

Бұқаралық туризм дамуының теріс салдарларының нәтижесінде туристік-рекреациялық ресурстарының дәрежесі төмендейді және демалыс сапасына зиян келтіріледі. Туристік ауыртпалыққа туризм үшін нағыз маңызды элементтер – өсімдік, су, топырақ және т. б. өте нәзік келеді. Осыған орай туристік (туристік-рекреациялық) кеңдік пен сыйымдылық көрсеткіштері енгізілген. Біріншісі табиғи ортаны, екіншісі географиялық ортаны сипаттайды.

Туристік кеңдік ресурстардың азып кетпейтіндей адамның физикалық және психэмоционалды күштерін қалпына келтіруге жеткілікті көлемде пайдалану мүмкіншілігімен анықталады (Швихтенберг, 1991).

А. Костровицкий (1997) бойынша аумақтың туристік сыйымдылығы – бұл түнеу (түнеу орындарының саны), тамақтандыру (отыру орындары, тағам саны), қосалқы базалардың (орын саны немесе ауданы) сыйымдылығы. Сыйымдылық дегеніміз туристік база нысандарының туристік қызмет көрсету сапасын төмендетпей қабылдай алатын туристердің максималды саны болып табылады.

Туризм географиясының тағы бір негізгі ұғымы – жергілікті жердің немесе нысанның «туристік аттрактивтілігі» (тартымдылығы). Бұл күрделі ұғым. Объективті табиғи жағдай мен ресурстармен (табиғи және әлеуметтік-экономикалық) бірге туристік аттрактивтілікті бағалаған кезде субъективті психологиялық фактор маңызды рөл ойнайды. Сөйтіп, бұл аумақ немесе объектінің интегралдық сипаттамасы; ол нысанның объективті



табиғи және әлеуметтік-экономикалық құндылығы мен олардың сезімге жасайтын әсерін, яғни олардың субъективті эстетикалық құндылығын ескереді, және мұнда эмоциялық аспект басты рөл ойнайды. Туристік тартымдылық ұғымының туристік сұраныс ұғымымен біршама ұқсастығы бар.

Рекреацияның шаруашылық әулеті аумақты рекреациялық мақсатта игеру үрдісі кезінде қалыптасады. Осыған орай рекреациялық игеру мен рекреациялық игеру деңгейі ұғымдарын енгізу қажет болды. Рекреациялық игеру – кез келген рекреациялық шараларды өткізу үшін территорияны дайындау үрдісі. Аумақтың рекреациялық игерілу деңгейі – аумақтық еңбек бөлісі үрдісіндегі рекреацияның шаруашылық әулетінің деңгейі болып табылады. Бұл жағдайда белгілі аумақтың игерілу деңгейі рекреациялық ресурстар мен рекреациялық жүктемелердің физиологиялық-психологиялық-әлеуметтік жайлылығы нормаларына байланысты.

Аумақты туристік қозғалыс қажеттіліктеріне лайықты қылу әрекетінде үш негізгі тенденция байқалады: 1) келушілердің қажеттілігін қанағаттандыру үшін аумақты қорғау мен бейімдеу; 2) көлікпен қол жетерлікті қамтамасыз ету; 3) туристерге арнайы қызмет көрсететін мекемелер арқылы қолайлы жағдай жасау. Осының барлығы «туристік шаруашылық» немесе «туристік инфрақұрылым» ұғымдарына жатады.

### *Қайталау сұрақтары*

- 1. «Туризм» және «турист» ұғымдары қашан пайда болған және олардың алғашқы мағынасы қандай болған?*
- 2. Туризмнің жұмыс және концептуалдық (тұжырымдамалық) анықтамаларының айырмашылығы неде?*
- 3. «Туризмнің» қазіргі анықтамасын беріңіз.*
- 4. «Уақытша келуші» ұғымын түсіндіріңіз.*
- 5. Саяхат жасаушы тұлғалар қалай жіктеледі? Осындай жіктелудің экономикалық маңызы қандай?*
- 6. Туристік аттрактивтілік, туристік қасиеттер (алғы-шарттар), туристік-рекреациялық ресурстар анықтамаларын түсіндіріп беріңіз.*

7. Туристік жергілікті жер, туристік орталық, туристік аудан анықтамаларын беріңіз.

8. Туристік шаруашылық, туристік инфрақұрылым мен туризмнің материалдық-техникалық базасы анықтамаларын беріп, айырмашылықтарын түсіндіріп беріңіз.

9. Туристік шаруашылықтың төрт базасының қысқаша сипаттамасын беріңіз.

10. Туристік кеңдік пен туристік сыйымдылық анықтамаларын беріңіз.

11. Рекреацияның шаруашылық әлеуеті (потенциалы) мен аумақтың туристік-рекреациялық игерілуі анықтамаларын беріңіз.

## **§ 5 Туризм географиясының мақсаттары мен міндеттері, зерттеу нысаны мен пәні**

Табиғи ортамен, қоғаммен және оның әлеуметтік-шаруашылық іс-әрекеттерімен тығыз байланысты болғандығынан туризм географ-зерттеушілерді ертеден-ақ қызықтыра бастаған.

Алғашқы туризм зерттеулері қолданбалы сипатына ие болып, әр түрлі географиялық пәндердің, әсіресе халық және көлік географиясы шеңберіне кірген еді. Тек қана екінші дүниежүзілік соғыстан кейін туристік қозғалыстың қарқынды дамуы осындай зерттеу жұмыстарын едәуір жылдамдатып, олардың теориялық және әдістемелік негіздерін құрай бастады. Бұл үрдіс география ғылымының жаңа пәні – туризм географиясының бөлініп шығуына әсерін тигізді.

Туризм мен рекреация ұғымдарының бірдей еместігін ескерсек, туризм географиясын қоғамдық-географиялық пән ретінде қарастыру қажет, оның оқу объектісі – туризм болып табылады. Рекреациялық география демалыс пен туризм мәселелерін ғылыми географиялық негізінде түсіндіретін қоғамдық географиялық пәндердің ішіндегі жаңа бағыт болып саналады, ол ХХ ғасырдың 60-шы жылдарының аяғында – 70-ші жылдарының басында ғана география ғылымынан туындаған. Бұрынғы КСРО-да география ғылымында оның негізін қалаушы профессор В.С. Преображенский болды. Кеңістікте болатын

туристік құбылыстардың түрлері мен қатынастарына және соған байланысты кеңістікті өзгертетін үрдістеріне талдау жасау туризм географиясының оқу пәнін құрайды. Туризм, халық шаруашылығының басқа да салалары сияқты бірнеше шағын салалардан тұрады: емдеу, сауықтыру-спорттық, танымдық; сондай-ақ ішкі және халықаралық туризмге бөлінеді. Бірнеше басқару органдарының болуы да осыған байланысты. Бұрынғы КСРО-да басқару шағын салаларға – курорттарды басқару бойынша орталық кеңес, туризм және экскурсия бойынша орталық кеңес, «Спутник» халықаралық жастар туризмінің бюросы, «Интурист» бүкілодақтық акционерлік қоғамы және басқалары жатты. Осындай шағын салалардың әрқайсысы өзінің мекемелерімен, басқару органымен, жоспарлау бөлімімен, материалдық-техникалық базасымен біртұтас жүйе ретінде жұмыс істеп тұрды. Бірақ, олардың мекемелері ортақ табиғи ресурстарын, бірыңғай технологиялық және әлеуметтік инфрақұрылымын қолданды, сонымен қатар халық шаруашылығының өзге салаларына бірдей әсер етті. Сондықтан жоғарыда айтылған шағын салаларды тұтынушылар бір-бірін толықтыратын жүйе ретінде қарастырды. Сондықтан жалпы туризм саласына талдау жасап, оның дамуын жоспарлап тұру қажет. Осындай жұмыстармен туризм географиясы айналысады. Туризм географиясы жаратылыс, техникалық, экономикалық және әлеуметтік мәселелерді қамтитын, кешенді зерттеулерге сүйенетін конструктивті ғылым болып табылады.

Демек, туризм географиясының зерттеу мақсаты – туристік қозғалыстың табиғи, экономикалық, әлеуметтік және басқа да аспектілерін ескере отырып, туризмді басқарудың теориялық негіздерін құрастыру. Туристік-географиялық зерттеулер туристік функциялары қалыптасып үлгерген аумақтарымен бірге туристік-рекреациялық ресурстары бар болғанымен туристік қозғалыс әзірше ойдағыдай дамымаған жерлерді де қамтиды.

Сонымен, туризм географиясы туризмнің түрі мен мезгілдігін ескере отырып, туризмді дамытуға аумақтың жарамдылығын; аумаққа және оның шаруашылық кешенінің қалыптасуына туризмнің әсерін; туризмнің дамуынан туындайтын және қоғамның шаруашылық іс-әрекетіне әсер ететін аумақта болатын құбылыстар мен үрдістерді

қарастырады. Міне, осыған байланысты, туризм географиясының алдында біртұтас маңызды міндеттер қойылады. Солардың ішінен ең маңыздысын, біздің көзқарасымызша, 1971 ж. Б.Б. Родоман дәл тауып айтқан: «Географтардың мақсаты – басқа мамандармен қатар рекреациялық ресурстарды анықтау, бағалау және картаға түсіру бойынша әдістемелерді жасау, аумақты үнемдеп пайдалану, табиғатты қорғау және ландшафтардың рекреация үшін сұлулығын сақтау жөнінде ұсыныстар беру, сонымен қатар демалыс аудандардың типтік моделдерін жасау, негізгі түсініктер мен ережелерді құрастыру, рекреациялық география зонасын табу». Рекреациялық және туристік ресурстар ұғымдары тектес, бірақ біріншісі екіншісінен кеңдеу және туристік ресурстар рекреациялық ресурстарының бір бөлігі ретінде қарастырылады. Туризм ресурстарына керемет көп нысандар: сулар, таулар мен ормандардан бастап сәулет өнері мен өндірістік-шаруашылық нысандарына дейін – кіреді.

Табиғи ресурстарының жарамдылығы, демалыс пен туризм мақсатында аумақтарды таңдау және қорғау ел аумағын пайдалану аудандарына дұрыс бөлінуімен, яғни халық шаруашылығының ұтымды құрылысын анықтаумен тығыз байланысты. Адамның шаруашылық іс-әрекетінің ұлғаюына және осыған байланысты табиғи ортаның өзгерістеріне, урбандану үрдісі салдарынан халықтың рекреациялық белсенділігінің өсуіне байланысты, бұл мәселе ерекше маңызға ие болып тұр.

Рекреациялық баға тек қана табиғи ресурстарына емес, сонымен қатар әлеуметтік-экономикалық ресурстарына да (тарихи-мәдени объектілер мен құбылыстар, қаражат, материалдық, еңбек және т. б. ресурстар) берілуі қажет. Туристік тартымдылық жағынан олар табиғи қасиеттерін толықтыруы мүмкін, сонымен қатар, материалдық немесе рухани мәдениет аясының нысандары ретінде өздері де туристік қозғалыс мақсаты болуы мүмкін.

Өртүрлі дәрежедегі ТРЖ-ді олардың мамандандырылуы мен шоғырлануын негіздеу, құрамындағы жүйелер арасындағы өзара тәуелділіктерін анықтау мақсатында жүргізілетін зерттеулерінің де маңызы жоғары.

Жоспарлап реттеудің тәжірибесі жағынан туризм географиясының маңызды мәселелерінің біреуіне оның болжам

жасау функциясы жатады. Туризмді дамыту облысында түрлі моделдерді қолданып туристік қозғалысқа болжам жасау қажет. Халық табысы деңгейінің өсуі, көліктің дамуы, урбандану үрдісі, бос уақыттың көбеюі туристік қозғалыстың құрылымына қатты әсерін тигізеді.

Туристік қозғалысты басқарудың факторы – туристік шаруашылықты дамыту саясаты болып табылады. Осындай саясат туризмнің экономикалық және әлеуметтік аспектілерін, табиғат қорғау шараларын ескеруі қажет. Бұл саясаттың мағынасы – рекреация мен туризмдегі тұтыну категориясы ретіндегі қажеттіліктерді шаруашылық әрекет көрсеткіші ретіндегі туристік қызметтер ұсынысымен үйлестіру болып табылады, және бұл саясат табиғи орта әулетіне сәйкес болуы керек.

Табиғи ортаның қасиеттері мен туристік қозғалыс, оның ішінде халықаралық туризм жасайтын экономикалық эффект арасындағы ұтымды пропорцияларын анықтап орындау өте маңызды мәселе екені түсінікті. Осындай тәуелділікті анықтау үшін қызмет көрсету аясындағы еңбекпен қамтылу, халықтың туризмнен түсетін табысы, туризм дамуынан болатын шаруашылық құрылымындағы өзгерістер, материалдық игіліктің өсуі, туризмнің халық шаруашылығындағы орны сияқты мәселелерін зерттеу қажет.

Туризм географиясы жас ғылым болғандықтан, оның теориялық зерттеулерінде атау сөздер мен негізгі түсініктеріне көп орын бөлінген.

Сонымен, туризм географиясының алдында бірқатар міндет қойылады, олардың ішіндегі ең бастылары – гносеологиялық (танымдық) және конструктивтік (өзгерістер енгізуші). Аумақтың туризммен айналысуға жарамдылығын, оның формалары мен маусымдық сипатын, туризмнің аумаққа тигізетін әсерін ескере тура географиялық зерттеу, туристік өнімдердің кеңістікте топтастырылған туристік сұраныс пен ұсынысты зерттеу үлкен маңызға ие. Туристік аумақтардың тұрақты және қауіпсіз дамуы стратегияларын негіздеуде, туризмнің кешенді ұйымдастырылған жүйелерін басқару негіздерін орнатуда олардың дамуын болжауда географтардың рөлі маңызды болмақ.

Туризм географиясының тағы да бір міндеті туризмнің аумақты жүйелерін жобалау. Оның басты мақсаты – табиғаттың, халықтың және шаруашылықтың өзара әрекеттесуіне негізделетін туризмнің кеңістіктегі ұйымдастырылуын жетілдіру болып табылады. Туризмнің кеңістіктегі ұйымдастырылуы адам мүдделерін қанағаттандыру, өмір деңгейі мен сапасын арттыру, оның ішінде туристік қажеттіліктерін қанағаттандыру мақсатында іске асырылады. Туризм географиясының құрастырушы рөлі мен әр түрлі ғылыми әдістері мен тәсілдерін біріктіру негізінде жүргізілетін қолданбалы туристік-рекреациялық зерттеулердің стратегиялық бағыты осындай.

Әлеуметтік-экономикалық (қоғамдық) географияның бөлігі ретінде туризм географиясы мәдени-ағартушылық, тәрбие, білім беру міндеттерін орындайды. Сонымен қатар, туризм географиясының ерекше маңызды функциясы халықты аумақтардың туристік-әлеуметтік жөнінде хабардар қылу болып табылады. Туризм географиясы туризмнің түрлері мен формалары, табиғат, мәдениет, тарих объектілері, өз елінде және шет елде орналасқан туризм индустриясының кәсіпорындары жөнінде ақпарат жеткізеді.

Сөйтіп, туризм географиясы потенциалды саяхатшылардың қолданыстағы немесе жаңадан қалыптасып жатқан туристік орталықтарына деген қызығушылығын туғызады.

Туризм географиясының білім беру жүйесіндегі орны маңызды. Туризм географиясы болашақтағы туризм мамандарына туризмнің аумақтық жүйелері жөніндегі білім беріп, осы білімін өндірісте, ғылымда, аудандық жоспарлауда қолдануына мүмкіндік туғызады.

### *Қайталау сұрақтары*

- 1. Туризм географиясының зерттеу нысаны мен пәні ұғымдарына сипаттама беріңіз.*
- 2. Туризм географиясы зерттеулерінің мақсаттары жөнінде айтып беріңіз.*
- 3. Туризм географиясының зерттеу облыстарына:  
- аумақтың туризм дамуына жарамдылығы;*

- туризмнің аумақтың шаруашылық кешенінің қалыптасуына тигізетін әсері;

- туризм дамуына байланысты пайда болған және шаруашылық іс-әрекетіне әсер ететін құбылыстар мен үрдістер – сипаттама беріңіз.

4. Туризм географиясының алдына қойылатын міндеттер қандай?

## **§ 6 Туризм географиясының негізгі мәселелері және зерттеу әдістері**

Туризм географиясының пәнаралық сипаты, әсіресе оның табиғи, әлеуметтік және экономикалық қырлары, осы ғылымдарының әдістерін қолдануға итермелейді, ал біріктіру қажеттілігіне орай бөлшектелген бастапқы материалдары негізінде өз әдістемесін жасақтау керек болып тұр. Жалпы айтқанда, туризм географиясына кіретін жаратылыстанулық, әлеуметтік-экономикалық салаларының әрқайсысы қорытындыларын дәл қылу үшін математикалық-статистикалық әдістерді қолдануын қажет етеді.

Туризм географиясының зерттеу шеңберіне статикалық элементі – туристік кеңістік, және динамикалық элементтер – туристік қозғалыс пен онымен байланысты қызмет көрсету саласы кіреді. Осыған орай туризм географиясы қарастыратын мәселелердің үш тақырыптық тобын бөліп атауға болады:

1) географиялық кеңістіктің туристік қозғалыс үшін жарамдылығының мәселелері;

2) әлеуметтік-экономикалық құбылыс ретіндегі туристік қозғалысқа байланысы бар мәселелер;

3) интегралдық (біріктіруші) критерийлер негізінде туристік құбылыстарды кеңістікте жіктеу мәселелері.

Туристік қозғалыс үшін жарамдылығын бағалаудың басты критерийлері – туристік қасиеттер мен туристік инфрақұрылымның жабдықталуы болады. Көптеген сауалнама қорытындыларына сүйенсек, демалыс орнын таңдаудың басты түрткісі табиғи ортаның көркемдігі болатыны көрінеді.

Табиғи қасиеттеріне баға беру оның элементтері «өлшеуге» жатпайтын болғандығынан өте қиын іс болады, дегенмен мұндай баға абсолютты болмаса да, дәл болғаны жөн. Бағалау нәтижесінде бағалаудың таңдалған шкаласына байланысты кванттау болады. Сонымен қатар, ландшафтарға кешенді баға берген кезде ландшафт элементтерін құратын бөлшектерді тауып анықтау қиын болады.

Табиғи ортаның аттрактивтілігін (тартымдылығын) бағалау критерийлері – жер бедері, климат, гидрография, өсімдік жамылғысы. Бұл элементтер өз заңдарына бағынса да, бір-бірімен тығыз байланысты.

Табиғи ресурстарын рекреациялық мақсатта бағалау кешенді сипатқа ие, ал элементтерінің, олардың топтарының тартымдылығы тек салыстырмалы болады. Мұның себебі – туристер мүдделерінің әртүрлі болуы және осыған орай туризмнің әртүрлі формаларының болуы және маусымдық сипаты.

Табиғи орта қасиеттері мен тартымдылығын бағалаудың сандық әдістерінің ішінде аумақтың туристік бонитировка әдісі, яғни баллдар суммасы бойынша баға беру әдісі жиі қолданылады.

Бұл әдіс мағынасы мынадай: таңдалған шкалаға сәйкес әрбір аумақ аспектілеріне белгілі балл беріледі, ал аспектілеріне берілген баллдарын қосқан кезде табиғи ортаның тартымдылығын синтетикалық түрде бағалауға мүмкіндік туады. Баллдар суммасы кеңістік бірліктерінің құндылығына толығымен баға бере алмайды, бірақ оларды салыстырмалы түрде бағалауға мүмкіндік береді.

Туристік қасиеттеріне сандық баға беру қиындығы жөнінде бұрын да талай айтылған. Мысалы, В.С. Преображенский мен Ю.А. Веденин бұл жөнінде «адам іс-әрекетінің аз ғана салалары осыншама көп жобалау немесе жоспарлау шешіміне әсер ететін және соншама ауқымды ақпаратты қамтитын көрсеткіштерді сипаттама жасау үшін қажет етеді», деп айтқан [6].

Әзірше туристік нысандар қасиеттерін сандық түрде бағалау критерийлері жоқ, сондықтан аумақтар мен маршруттар бонитировкасы тек салыстырмалы түрде баға бере алады.

Аумақтың рекреация үшін жарамдылығын анықтау үшін негізгі физикалық-географиялық бірліктердің ірі масштабты



картографиялық зерттеулері өте маңызды. Мысалы, физикалық-географиялық және ландшафттық аудандастыру карталары.

Табиғи органы пайдалануымен байланысты тағы бір маңызды әдістемелік мәселе – оның туристік (рекреациялық) сыйымдылығын анықтау мәселесі. Бұл проблема туристік қозғалыстың асқан көлемде шоғырланған аумақтардағы ыдырауына байланысты туындады.

Туристік сыйымдылық дегеніміз аумақ ауданына келетін туристер саны. Сыйымдылық есебінің негізінде туристік тартылымдық түрлеріне ие болатын шағын құрылымдық бірліктердің зерттеулері болу керек. Табиғи жағдайды бағалау технологиялық, психологиялық, физиологиялық аспектілерін қамтитын туристік мүмкіншіліктерін бағалау жүйесіне элемент ретінде кіреді.

Туризм географиясы мәселелерінің екінші тобына әлеуметтік-экономикалық мәселелер кіреді.

Статистиканың туристік қозғалыс зерттеулеріндегі жоғары маңызын В. Унцикер мен К. Крапф сияқты белгілі туризм теорияшылары белгілеп атайды.

Статистикалық зерттеулердің ең күрделі мәселесі – туристік қозғалыстың экономикалық эффектін бөліп көрсету, яғни оны халық шаруашылығының жалпы табыс суммаларынан бөліп есептеу (мемлекет ауқымы болсын, одан ұсақ бірліктер болсын) болып тұр. Мұндай жағдайда статистикалық массаны халықтың табыстары, шығындары, туристік базаның тұрақты құралдарының құны, ақша айналымы және т. б., сонымен қатар халықаралық туризмдегі валюталық табыстар мен шығындар құрады.

Статистикалық бақылау мен зерттеулердің көптеген әдістері қолданылады. Ең жиі қолданылатын әдістерінің бірі қонақ үйдегі тіркеу (локалдық) әдісі болып саналады. Бұл әдіс әртүрлі түнеу базалары қабылдайтын туристердің толық тіркеуіне негізделеді; белгілі күндері болған демалушылар саны жөнінде нақты мәлімет береді. Осы мәліметтер негізінде ұзақ мерзімдік (айлық, жылдық) есеп жасалады. Онда туристер жерлер түрі (таулы, теңіз жағалауы, т. б.), түнеу базасының түрі (тип, стандарт) және ұлты бойынша бөлініп есептеледі.

Нақты статистикалық бақылаудың тағы бір негізгі әдісі – шетелдік миграциялар, оның ішінде өз азаматтарының баруы

мен келуін тіркейтін шекаралық тіркеу әдісі. Алдында айтылған әдіске карағанда бұл дәлірек әдіс, себебі мұнда шекарадан өтетін туристердің, оның ішінде қонақ үй тіркеуінен өтпегендердің (мысалы, туысқандарының немесе таныстарының үйінде түнейтін) барлығы тіркеледі. Бірақ бұл әдіс туристердің ел аумағында болуының орташа уақыт мерзімі жөніндегі мәлімет бермейді. Осындай мәлімет алу үшін кейбір елдерде турист елге кіргенде алып, қайтқанда қалдырып кететін қосымша формуляр қолданылады.

Аталған әдістер бір-бірін толықтырады да, кейде екеуі де қос қолданылады. Туристік, әсіресе аймақтық зерттеулерде қосалқы (екінші жолғы) статистикалық материал маңызды орын алады. Осындай мәліметтерді ағымдағы тіркеулер немесе әкімшілік (немесе салық салу) мақсатында жергілікті және орталық мекемелер мен ұйымдар жүргізетін статистика береді. Халықаралық ауқымда осындай материал біртекті болмағанымен, танымдық және ғылыми құндылығы жоғары болады.

Бұдан да күрделі мәселе – аумақтың көлік қол жетерлігі статистикасының мәселесі болып табылады. Мұндай статистика көлік торы статистикасы мен көлік қызмет көрсету статистикасынан құрылады.

Сонымен қатар, статистиканың басқа да түрлерінің: халықтың еңбекпен қамтылуы, ұлттық табыс, толемақылар, халық табысы мен шығындары, негізгі қорлар құны, капиталдық салымдар және т.б. статистикаларының маңызы жоғары.

Алайда, осындай дерекнамалардан алынатын статистикалық материал жалпы әлеуметтік-экономикалық жүйесіндегі туристік құбылыстар арасындағы байланыстар мен өзара тәуелділіктер жөнінде, басқаша айтқанда, олардың даму заңдары жөнінде толық ақпарат бере алмайды. Мұндағы ең басты қиыншылық туристік қозғалыстың әлеуметтік аспектіінде жатыр. Сондықтан «толық емес» бақылаулары да: анкета немесе сұхбат көмегімен жүргізілетін сауалнамалық әдістер – қажет болады.

Туризм географиясында қолданылатын тағы бір әдіс – монография. Әдетте бұл бір үлкен мәселеге арналған жұмыс болады. Онда бұл мәселе жан-жағынан, барлық қырларынан алынып зерттеледі. Мұнда аумақтық тетік жиі қолданылады. Зерттеу жұмыстары ретінде олар жан-жақты, нақты, тиянақты

жиналған ақпаратты қамтиды, сондықтан жергілікті, әсіресе жоспарлау органдары үшін өте маңызды танымдық материал болып қарастырылады.

Сонымен қатар, статистикалық есепке негізделген жанама әдістері де бар. Мұнда туристік қозғалыс жөніндегі мәліметтерді онымен белгілі қатынастарда болатын басқа статистикалық материалдарындағы өзгерістерге қарап жинақтайды деген сөз. Туристік көш-қон үшін маңызды өзгерістер ішінде ең бастысы тұтыну мен көліктегі өзгерістер болып табылады. Осы әдістің үлгісі ретінде Ф. Крибьенің «ұн әдісін» келтіруге болады: әкімшілік бірліктеріндегі ұн тұтынуындағы өзгерістерге негізделіп, жыл мезгілдеріндегі туристік қозғалыс көрсеткіштерін есептеуге болады.

Жинақталған статистикалық материал статистикалық қатарларға (географиялық, құрылымдық, динамикалық және т. б.) статистикалық кестелер түрінде топтастырылады. Статистикалық материалды графикалық түрде (диаграммалар, графиктер, карталар, сұлбалар) де көрсетуге болады. Жалпы туристік құбылыстарды суреттеу үшін әлеуметтік-экономикалық құбылыстарды көрсетудің барлық статистикалық әдістерін қолдануға болады.

Бір тақырыптағы қатарларды біріктірілген сандық сипаттамалар (орташа арифметикалық көрсеткіш, стандарттық ауытқулар, асимметрия коэффициенті) арқылы салыстырады.

Туристік құбылыстардың статистикалық суреттеуінде біріктірілген сандық сипаттамалар арасында мынадай көрсеткіштер маңызды орын алады: жергілікті жердің туристік функциясы мен оның даму деңгейінің көрсеткіші, туристік қозғалыс қарқындылығы, түнеу базасы сыйымдылығын пайдалану көрсеткіші, маусымдық көрсеткіші және т. б.

Әлеуметтік-экономикалық өмірдің басқа салалары сияқты, туристік құбылыстар таза түрдегі себеп-салдар тәуелділіктерін көрсетпейді; олар ішіндегі байланыстар корреляциялық сипатқа ие, мысалы, туристік қозғалыс көлемі мен бір адамға шаққандағы халық табысы, туризмнен түсетін табыс пен негізгі өндіріс қорларының құны, туристік қозғалыс көлемі мен урбандану деңгейі және т. б. Осындай байланыстарды дұрыс анықтаудың теориялық және тәжірибелік маңызы зор.

Корреляция коэффициентін дұрыс қолдану арқылы туристік шаруашылықтағы диспропорцияларды анықтауға болады.

Мысалы, орта қасиеттері мен түнеу базасының даму деңгейі арасындағы байланыстары төмен болса, бұл инвестициялық саясаттың дұрыс болмауы мен туристік функцияларын орындай алатын аумақ қорының бар болуы жөніндегі дәлелі деп айтуға болады. Тағы бір мысал: қозғалыс пен туризмнен түсетін табыс арасындағы байланысының төмен болуы табысты аз түсіретін мерекелік демалыстың үлкен үлесі жөнінде айтады.

Корреляциялық талдау статистикалық есеп жасауы қиын болатын туристік құбылыстар көлемін есептегенде қолданылады, мысалы, қозғалыс көлемі мен тұтыну көлемі мәселелерінде. Мұнда кейбір өнімдер (мысалы, нан) тұтынуы жөніндегі мәліметтерге сүйенуге болады.

Туристік құбылыстар зерттеулерінде математикалық статистика әдістері кең қолданылады.

Туристік қозғалыстың жылдам дамуы мен оның болашағын анықтау қажеттілігіне орай болжау негіздерін жасау мәселесі туындады.

Әлеуметтік-экономикалық зерттеулердің қандай да болсын болжамы сияқты, туристік болжам әртүрлі функционалды жүйелерге бағынатын әртүрлі уақыт-кеңістік өзгерістерді ескеретін статистикалық болжам сипатына ие.

Туристік болжамдар туристік құбылыстар дамуының басты факторы болып табылатын туристік ағымдар көлемін анықтау болжамы деуге болады. Туристік құбылыстар дамуы дегеніміз олардың кеңістіктегі (кұрлықтар, елдер, аудандар) және уақыттағы (жақын уақыттағы, ұзақ мезгілдік, перспективалық болжамы) дамуы.

Туристік функцияларын орындайтын кеңістік бірліктерінің негізгісі – туристік аудан (аймақ).

Туристік аймақ функциялары келушілер талаптарына, табиғи ортаның түрі мен тартымдылығына, туристік дәстүрлерге және туристік қызмет көрсету саласының жұмысына тәуелді.

Иерархия жағынан туристік аймақтар күрделі жүйелер болып табылады. Географиялық зерттеулердің қазіргі кезеңіндегі өзекті мәселесі – аймақтық синтездің әдістемелік тұжырым-

дамасын құрастыру және оның негізінде аймақтың біртұтас құрылым ретіндегі сипаттамасын жасау.

### *Қайталау сұрақтары*

- 1. Туризм географиясының әдістемелік ерекшелігі қандай?*
- 2. Туризм географиясының зерттеу пәнінің статикалық және динамикалық элементтері қандай?*
- 3. Табиғи қасиеттеріне баға берудің әдістемелік қиындығы неде?*
- 4. Аумақтың туризм мен рекреация үшін жарамдылығын анықтау үшін қандай карталарды пайдалану қажет?*
- 5. Аумақтың рекреациялық кеңділігін (сыйымдылығын) анықтау мәселесіне сипаттама беріңіз.*
- 6. Туристік-географиялық зерттеулердегі статистиканың маңызы қандай?*
- 7. Туристік-географиялық зерттеулердегі корреляциялық талдаудың рөлі қандай?*
- 8. Туризм географиясындағы болжамдар жөнінде айтып беріңіз.*

### **§ 7 Туризм географиясының географиялық және басқа ғылымдар жүйесіндегі орны**

Ұзақ уақыт бойы туризм географиясының географиялық ғылымдары жүйесіндегі орны анықталмай жүрген. Оны біресе көлік географиясына, саяси географиясына, мәдениет географиясына, біресе шаруашылық географиясына жатқызған. Алайда, мұның бәрі соғысқа дейін болған.

Екінші дүниежүзілік соғыстан кейін осы жөніндегі сөз таласы көптеген елдерде жалғаса берген. Өзгелерден бұрын, 1950-ші жылдары туризм географиясы АҚШ пен Канадада экономикалық географияның дербес пәні ретінде мойындалды. Кейбір елдерде 60-шы жылдардың соңына дейін туризм географиясын қызмет көрсету аясының географиясына жатқыза берген.

Поляк географы Е. Костровицкий 1973 жылы географиялық ғылымдардың бөліну схемасын және олардың басқа салалары арасындағы орнын ұсынды. Осы сұлба бойынша туризм географиясы ауыл шаруашылық, өнеркәсіп, көлік, қызмет көрсету аясы, халық, қалалар географиясымен бірге экономикалық және әлеуметтік географияның дамып келе жатқан тармағын құрады.

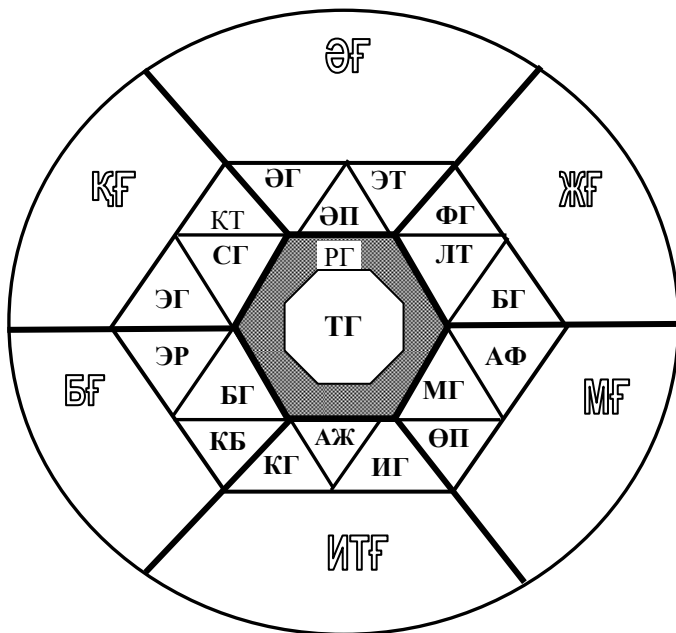
В.С. Преображенский туризм географиясын басқа кез келген салалық әлеуметтік-экономикалық-географиялық пәні сияқты, экономикалық және әлеуметтік географияның саласы деп түсіндіреді. Сірә, бұл ең дұрыс анықтама болар.

Туризм географиясы бойынша әлемдегі тұңғыш оқулығының авторлары поляк географтары Я. Варшиньска мен А. Яцковский туризм географиясының міндеттері мен зерттеу нысандары оны жаратылыстану мен қоғамдық ғылымдарының қиылысында орналасқан пәнаралық және синтетикалық ғылым, дербес географиялық пән қылып отырғанын айтады.

Туризм географиясы басқа ғылымдармен, әсіресе географиялық ғылымдармен, ең алдымен экономикалық және әлеуметтік географияның басқа пәндерімен (халық географиясы, қалалар географиясы немесе геоурбанистика, қызмет көрсету сферасының географиясы, көлік географиясы, өнеркәсіп географиясы, ауыл шаруашылық географиясы, мәдениет географиясы және т.б.), физикалық географиямен (геоморфология, ландшафттану, құрлық гидрологиясы, климатология, биогеография, зоогеография және т. б.), медициналық географиямен байланысты ғылым (11-сурет) болып табылады.

Әлеуметтік-экономикалық-географиялық пәндер туризм географиясына туристік-рекреациялық іс-әрекетінің, оның ішінде халық шаруашылық саласы ретіндегі туризмнің аумақтық ұйымдастырылу мәселелерін шешуге, рекреацияның ауданның аумақтық құрылымына жасайтын әсерін анықтауға, оның туристік сыйымдылығын сұраныс пен экономикалық тиімділігін ескеруімен дәлелдеуге, халықтың көш-қонын зерттеуге көмек береді.

Физикалық география туристік қасиеттер мен табиғи ортаны бағалау, табиғи ландшафтарының рекреациялық жүктемелерге деген шыдамдылығын анықтау, бұқаралық туризмнің дамуына



**ТГ – туризм географиясы**

**РГ – рекреациялық география**

**ҚҒ** – қоғамдық ғылымдар:

**ӘҒ** – әлеуметтік ғылымдар:

**ЖҒ** – жаратылыс ғылымдары:

**МҒ** – медициналық ғылымдар:

**ИТҒ** – инженерлік-техникалық ғылымдар:

**БҒ** – басқару ғылымдары:

**ЭГ** – экономикалық география

**ӘГ** – әлеуметтік география

**ФГ** – физикалық география

**АФ** – адамның физиологиясы

**ИГ** – инженерлік география

**КБ** – кибернетика  
**ЭР** – эргономика

**СГ** – саяси география

**ЭП** – әлеуметтік психология

**ЛТ** – ландшафттану

**МГ** – медициналық география

**АЖ** – аудандық жоспарлау

**БГ** – басқару географиясы және территориялық АБЖ

**ҚТ** – құқықтану

**ЭТ** – этнография

**БГ** – биогеография

**ӨП** – өлкелік патология

**КГ** – картография

**11-сурет.** Географиялық және басқа да ғылымдар жүйесінде туризм географиясының орны [1]

байланысты табиғат қорғау мәселелерін зерттеу арқылы туризм географиясымен байланыста болады.

Медициналық география туризмнің емделумен байланысты зерттеулерінде қатысуы сөзсіз. Ең алдымен, бұл табиғи орта мен аймақтық ерекшеліктерінің, еңбек пен демалыстың халық денсаулығына тигізетін әсерін және рекреациялық іс-әрекеттің басқа медициналық-биологиялық аспектілерінің зерттеулері.

Туризммен байланысты үрдістердің салааралық сипаты мен күрделілігі себебінен туристік құбылыстарды зерттейтін географтар басқа ғылымдар жетістіктерін пайдалануы қажет. Жаратылыстану ғылымдарының зерттеулерін бұрыннан бері туристік мәселелермен айналысатын географтар пайдалануда.

Туризм географиясы медицина мен оған жақын ғылымдардың, әсіресе адам экологиясының зерттеулерін жиі қолданады. Осындай зерттеулер нәтижелерін пайдалану арқасында демалушылардың хал-күйін қалпына келтіруіне мүмкіндік беретін демалыстың аумақтық ұйымдастырылуы қамтамызданады.

Соңғы жылдары географтар, туризм географтары және басқа да жаратылыстану ғалымдары бірігіп табиғи ортаны қорғау мәселелерін шешуде. Баяғыдан бері географтар туристік қозғалыстың асқан шоғырлануының табиғи орта үшін күшті екенін аңғарған. XIX ғасырдың өзінде жоғары туристік қасиеттеріне ие болған Австрия, Швейцария, Италия және басқа елдердің географтары аумақтарды ыдырау қауіпінен сақтау үшін оларды арнайы қорғауға алу қажетін атап айтқан.

Туризм географтары үшін туристік құбылыстардың табиғи орта элементтеріне (өсімдік, жануарлар, топырақ, ауа, су, т. б.) тигізетін әсерлерін зерттеу жұмыстары өте маңызды. Мұндай ақпарат сапасы мен көлемі жылдан жылға артуда. Осындай мәліметтер туристік қозғалыс пен туристік инфрақұрылымның дамуы мен орналастырылуының болжамын жасау үшін өте маңызды.

Туризм географиясы жаратылыстану мен техникалық ғылымдардың шекаралас салаларының жетістіктерін, мысалы, ландшафтты жаңарту мен қайта абаттандыруда, демалыс аудандарын көгалдандыруда және т.с.с. кең пайдаланады.



Туризм географиясының зерттеулерінде экономикалық мәселелер маңызды орын алады. Экономикалық және географиялық ғылымдар салаларының мамандандырылуы нәтижесінде осы салалардың әрқайсысында өзінің зерттеу тетіктері мен әдістемелері бар, сондықтан туризмнің экономикалық мәселелерін географтар мен экономистер бірігіп шешуде. Ал, географтар осындай зерттеулерді өздері жүргізсе де, экономикалық ғылымдар әдістемелерін пайдаланады.

Экономикасында туризм маңызды орын алатын елдерде туристік зерттеулерде туризм экономикасына байланысты мәселелер ерекше маңызды рөл ойнайды, атап айтсақ: туристік талаптар мен сұраныстар, туристік ұсыныс, туристік көш-қонмен байланысты ақша қозғалысы, туризмнің жергілікті, аймақтық, мемлекеттік экономикасы мен шаруашылығындағы рөлі, т. б. Осындай жалпы мәселелермен бірге, одан гөрі тар мағынадағы мәселелерді, мысалы: туризмнің материалдық базасын дамытуға жұмсалған капиталдық салымдардың тиімділігі, туризм дамуының халықтың материалдық игілігіне байланысты болуы және т. б., атауға болады

Туризмнің географиялық зерттеулерінің ең маңызды құралдарының бірі статистика болып табылады. Бұл саладағы жұмыстар соғыс аяқталуымен бірге басталған, қазір туристік статистика ауқымы өте үлкен және оның критерийлері дәл анықталған.

Демография халық құрылымы және дамуымен айналысатын ғылым болғандықтан оның зерттеулері әрқашан туризм географиясы үшін қажетті болады. Басында бұл сауықтыру мен туристік жерлеріне демалушылардың келуіне байланысты жергілікті тұрғындар санының өсуіне қатысы бар материалдар болған. Кейінірек демографтар туристік миграцияларға ден қоя бастады, бірақ олар тек осы көш-қонның көлемін ғана қарастырған, ал қалған аспектілерін социологтар мен географтар назарына қалдыра берген. Мұндай зерттеулер соңғы жылдары халық табысы мен оның туристік белсенділігінің өсуіне байланысты кең өріс алуда. Сонымен қатар, туризм географиясында демографтардың туристік қызметтегі еңбекпен қамтылу құрылымы, туристік қозғалысқа қатысушылардың жас мөлшерлік

және әлеуметтік құрылымы жөніндегі зерттеулері жиі қолданылады.

Туристік қозғалыс жергілікті жердің шаруашылығы мен аумақтық ұйымдастырылуына әсер етіп, оның функционалдық құрылымын қалыптастыруына орай, қоныстану түрлерімен (қала мен ауыл) байланысты урбанистика мен руралистика туризм географиясымен тығыз үйлеседі. Қала тұрғындарының демалыс орындарына деген сұранысының өсуі нәтижесінде урбанистикалық зерттеулер қаладан тыс, жақын және алыс орналасқан аумақтарды қамтитын болды.

50-ші жылдары дамыған елдерде «бос уақыт» және қоғамның оны пайдалану мәселесі пайда болды. Осыған орай туризм мәселелерімен әлеуметтану (социология) айналыса бастады. Жұмыс уақытының қысқартылуы мен бос уақыттың ұзаруына, туристік белсенділіктің өсуі мен шаруашылық, әсіресе қоғамдық өзгерістеріне байланысты туризмнің социологиялық зерттеулер қажеттілігі пайда болды.

Әлеуметтану зерттеулерінің тақырыптық топтары мынадай: туризм дамуының әлеуметтік себептері, туризмнің әлеуметтік салдарлары (халықтың әлеуметтік және кәсіптік құрылымының өзгерістерін ескеруімен), туризмнің тәрбиелік функциялары, әлеуметтік құрылым мен туристік қозғалыс формалары арасындағы тәуелділік, туристердің қоғамдық топтар және таптарға жатуы мен туристік сапар жасау түртіктері арасындағы тәуелділік, туризм жөніндегі қоғам пікірлерін зерттеу.

Әлеуметтану материалдарынсыз туризмнің экономикалық-географиялық үрдістерінің түсіндірмесі мүмкін болмас еді. Туризм географтары өз зерттеулерінде социологтардың сауалнамалық зерттеулер тәжірибесін кең қолданады.

Географтар туризм бойынша жоспарлау жұмыстарына белсене қатысады, сонымен қатар, олар туристік аумақтық жоспарлаудың теориялық негіздерін жасайды. Өз кезегімен туризм географиясы әртүрлі жоспарлаулық еңбектер нәтижелерін өз зерттеулерінде жиі пайдаланады.

Экономикалық және әлеуметтік географияның басқа салалары сияқты, туризм географиясы тарихи материалдарын, әсіресе халық шаруашылығының даму тарихы жөніндегі

мәліметтерді қолдануы міндетті. Бұл туризм әсерінен болатын шаруашылық пен әлеуметтік өзгерістерін талдау үшін қажет.

Туризм көптеген жылдары дамып келе жатқан елдерде туризм тарихы бойынша зерттеулер жиі өткізіледі. Осындай еңбектердің саны бұрынғы КСРО аумағында, әсіресе Қазақстанда әзірше шамалы.

### *Қайталау сұрақтары*

- 1. Туризм географиясының басқа ғылымдар арасындағы орны мен осы мәселені қарастыру тарихы жөнінде айтып беріңіз.*
- 2. Туризм географиясының басқа географиялық ғылымдармен байланыстары қандай?*
- 3. Туризм географиясының географиялық емес ғылымдармен байланыстары қандай?*
- 4. Туризм географиясының ғылымдар жүйесіндегі орны қандай?*

## **§ 8 Қазіргі туризм классификациясы**

Қазіргі туризм классификациясы туристік шаруашылықты, туристік қозғалысты, жалпы туризмнің аумақтық ұйымдастырылуы мен дамуын жоспарлау үшін қажет. Бұл классификацияның мәні – туризмнің жеке түрлерін бөліп көрсету.

Қазіргі уақытқа дейін туризмге нақты классификация жасалынбаған, себебі, қазіргі туризмнің таза бір түрін, формасын бөліп көрсету мүмкін емес. Бірақ, классификация туризм мен оның инфрақұрылымының дамуын зерттеу үшін, белгілі бір туристік қызметтер сұранысын анықтау үшін, сонымен қатар туризмнің материалдық-техникалық базасының дамуын жоспарлау үшін қажет.

Туризмді әр түрлі белгілеріне қарай: мақсатына, саяхаттың мерзімі мен ұзақтығына, қозғалыс түріне, орналасу орнына, саяхатқа қатысушылардың құрамының сапасына және т. б. классификациялауға болады. Бірақ, саяхаттың мақсаты негізгі белгі болып табылады.

Туризм формалары мен кластарына қарағанда оның түрлері әр алуан болып табылады. Олар бірқатар факторларға:

- бос уақыттың бар болуына және ұзақтығына;
- туристердің жас мөлшері мен жынысына, денсаулығы мен рухани дамуының деңгейіне, адамның жеке талғамы мен материалдық молшылығына;
- табиғи жағдай мен мезгілдің әртүрлілігіне;
- белгілі қозғалыс құралдарының бар болуына және т. б. байланысты.

Сапардың мақсаты, шарты, бағыты мен масштабы бойынша туризмді формаларға, кластарға және түрлерге бөлуге болады (12-сурет).

Қоғамдық функциясы мен өндірістік технологиясы бойынша туризмнің үш негізгі формасы бар: емдік, спорттық-сауықтыру және танымдық формасы. Осылардың барлығы адамның физикалық және рухани күштерін қалпына келтіру қажетін қамтамасыз етеді.

Жұрт денсаулығын сақтау, еңбек қабілетін көтеру қандай да болсын мемлекеттің басты міндеттерінің бірі болып табылады, ал осындай міндетті орындауда туризмнің рөлі өте маңызды.

**Емдік туризм** дегеніміз жұмыстан бос уақытта күнделікті әдетті жерінен тыс жерде белсенді физикалық және психологиялық демалыс арқылы ағзаны қалпына келтіру мақсатында белгілі бір уақытқа өз еркімен саяхат жасау (В. Гаворецкий, 1997). Мұнда осыған байланысты пайда болатын құбылыстар мен қатынастар жөніндегі сөздер жетіспейтін сияқты. Мысалға, В.А. Набедрик өзінің диссертациясында [19] емдік туризмге мынадай анықтама береді: «... бұл саяхат жасау себебі қаралу, емделу және ағзаның реабилитациясы болған адамдардың саяхат жасау мен бір жерде болғанынан пайда болатын қатынастар мен құбылыстар жиынтығы».

Туризмнің бұл формасының ең басты түрткілері мынадай:

- туристің әбден болдырып кетуі; денсаулық күйінің белгілі бір жерде, белгілі маусымда дәрігер айтуы бойынша демалыс өткізуді қажет етуі;
- демалыстың белсенді сипаты, оның формалары туристің жеке-дара қабілетіне лайық болуы қажет [18].

Емдік туризмге **курорттық туризмді** жатқызуға болады. Туризмнің бұл түрінің басты ерекшелігі – курорттық орындардың тауларда, қыраттарда, теңіз бен көлдер жағалауларында

# ТУРИЗМ

Қоғамдық функциясы мен өндірістік технологиясы бойынша (туризм формалары)

Емдік

Спорттық сауықтыру

Танымдық

Мақсаты, туристік ағымның бағыты мен сипаты және құқық статусы бойынша (туризм класстары)

Ішкі туризм

Халықаралық туризм

Жергілікті

Аймақ-аралық

Аймақтық

Ішкі континенттік

Континент-аралық

Дүние жүзілік

Ел ішінде

ІШКІ

Ұлттық

Шығу туризмі

Кіру туризмі

Ұлттық туризм

Ел ішіндегі туризм

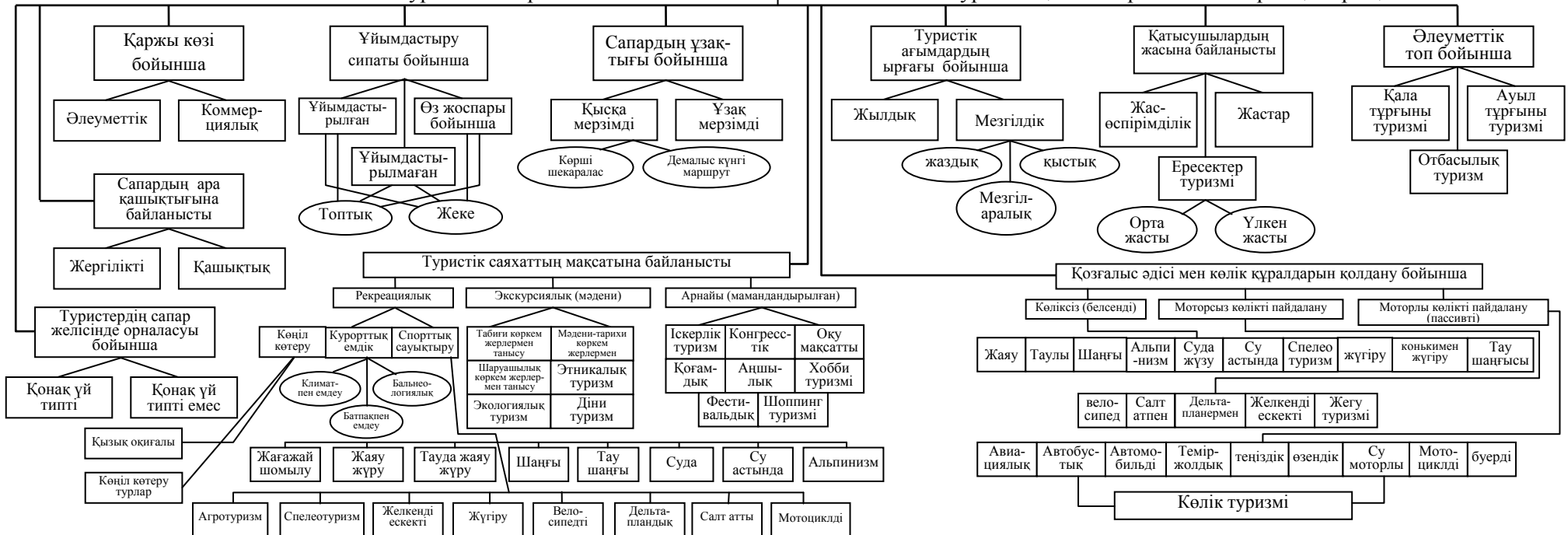
Кіру туризмі

Шығу туризмі

ХАЛЫҚАРАЛЫҚ

Туризм типтері

Туризмнің класстары мен типтерінің өзара қатынасы



12-сурет. Туризмнің классификациясы

шоғырлануы. Тағы бір ерекшелігі – курорттық туризмге көбінесе жасы келіп қалған адамдар қатысады, оның ішінде әйелдер саны басым. Емдік туризмнің тағы бір ерекшелігі – туризмнің басқа түрлеріне қарағанда (мысалы, рекреациялық, мәдени-танымдық) маусымға онша тәуелді болмауы және жергілікті сипатқа ие болуы. Мұның себебі – мемлекеттің немесе басқа бір қаржы көзінің қаржымен қолдауы [20].

Қазақстандағы ең атақты курорттар – Сарыағаш, Рахман бұлақтары, Мерке, Алмаарасан, Қапаларасан, Жаңақорған, Бурабай және т. б.

Туризм арқылы **сауықтыру** – шаршаған адамның хал-күйін қалпына келтіру әдістерінің бірі. Демалысты дұрыс ұйымдастыру, белсенді демалыс түрлерін (жаяу жорықтар, қайық, велосипед тебу сияқты) пайдалану адам организмін жақсы шынықтырады, сыртқы орта әсерлеріне төзімді қылады. Сауықтыру-спорттық туризм адам ағзасының функцияларын қалпына келтіреді, еңбек қабілетін арттырады. Ол үшін серуен, жорық, экскурсиялар, көңіл көтеру шаралары, таза ауа, күнге күйю, шомылу сияқты шаралар қолданылады. Өсіп келе жатқан жастар үшін спорттық және сауықтыру түрлерінің маңызы зор, онсыз жұмыс істейтін адамдардың қоғамдық және еңбек іскерлігін көтеру де мүмкін емес.

**Танымдық туризм** туризмнің басты үш формасының бірі. Танымдық туризм туристердің тану қажеттіліктерін қанағаттандырады. Тану болмаса туризм құры жай бір жерден басқа жерге барып келу болар еді. Туризмнің танымдық формасы көптеген қоғамдық функцияларды орындайды, олардың ішіндегі ең бастысы – тәрбиелік, білім беру, мәдени, саймандық-техникалық функциялар [18].

Тәрбие функциясы адамның дамуын қалыптастырады және оны қоғамдық өмірге дайындайды. Білім беру функциясы айналадағы, туған жердегі болмысты білуге бағытталған. Мәдени функциясы адамды кең мағынада тәрбиелейді, белгілі мәдениетке тән ұғымдар мен бейнелерді тануға мүмкіндік береді. Саймандық-техникалық функция ел шаруашылығы жөніндегі білім береді.

Туристік саяхатта турист әртүрлі мәдени-тарихи орындарды көріп шығады, өз ой-өрісін кеңейтеді, барған жер географиясын,

тарихын, мәдениетін, этнографиясын біле бастайды, жергілікті тұрғындармен қатынас жасайды. Осының бәріне сүйеніп, танымдық туризм туристік қозғалыста жетекші рөл ойнайды деп айтуға болады.

Жоғарыда айтылған формалар одан әрі жіктеледі. Осындай жіктелу алуан түрлі белгілер мен критерийлерге сүйенеді [1].

Туристік ағымның бағыты мен сипаты бойынша, сонымен қатар құқық статусы бойынша туризм екі үлкен класқа бөлінеді: **ішкі** (ұлттық) және **халықаралық** (шетелдік) туризм. Ішкі туризм – бұл азаматтардың өз елінің ішіндегі саяхаты. Халықаралық туризм – бұл азаматтардың өз елінен тысқары жердегі саяхаты, туристердің бір елден екінші елге немесе бірнеше елдерге жасайтын сапарлары. Шетелдік туризм – бұл шетелдік азаматтардың туристік мақсаттармен басқа елге келуі.

Туризмнің осындай жіктелуі халықаралық туризмнің екі басқа түрімен – кіру және шығу туризмімен тығыз байланысты, бұлар туристік ағымның бағыты арқылы айырмашылықта болады. Туристің саяхат жасау мақсаты оның шыққан немесе баратын елін анықтайды. Егер турист өз елінен туристік мақсатпен шықса – мұндай туризмді шығу туризмі дейді, ал баратын елінде кіру туризмі деп аталады.

1993 жылы ЮНВТО-ның Оттавада өткен конференциясында туризмнің кейбір ұғымдары анықталды, атап айтсақ жаңа ұғымдар: ұлттық туризм және ел ішіндегі туризм түсініктері қабылданды. Ұлттық туризм ішкі және шығу туристік ағымдардан құрылады. Ел ішіндегі туризм – ішкі және кіру туристік ағымдарды қамтиды.

Ішкі туризм дегеніміз демалыс, спорттық, танымдық және басқа да мақсаттармен адамдардың өз елінің ішіндегі қозғалысы. Бұндай саяхаттарда туристер елдің шекарасынан өтпейді, туристік құжаттарды толтырмайды. Күнделікті ұлттық ақша айналым құралы, ал туристің ана тілі қатынас құралы болып қала береді. Осындай саяхаттарды ұйымдастыру онша қиынға түспейді, сондықтан олар туристік сапарлардың 80-90% құрады, ал ішкі туризмге жұмсалатын қаражат халықаралық туризмінен 5-10 есе артық (Е. Веллас, 1985).

Халықаралық туризмде турист өзінің елінен шығып басқа бір шетелдік мемлекетке барады. Шет еліне бару үшін туристік

формалдылықтардан: шетелдік паспорт пен визаны жасату, кедендік рәсімдерден өту, валюталық және медициналық бақылаудан өту қажет. Бұл халықаралық туризмнің ерекшелігі және ішкі туризмнен ең басты айырмашылығы болып саналады.

Туристік формалдылықтарды жеңілдету (немесе қатал қылу) халықаралық туризм дамуына тікелей әсер етеді. Шығу құжаттарын жасату рәсімінің ұзақ және қиын болуы, орындау мерзімінің бұзылуы немесе заңсыз түрде бас тарту, асып кеткен төлемақысы; валюта айырбасын қатал түрде шектеу сияқты шаралар туристік саяхаттардың дамуына зиян келтіреді. Кедендік декларациялары мен аса тиынақты қадағалау да туризм көлемін азайтады. Осыларға тіл тосқауылын да қосуға болады.

Халықаралық туризмнің тағы да бір ерекшелігі – елдің төлем балансына тигізетін әсері. Шетелдік туристер қабылдаушы елдің бюджетіне валюта түсіреді. Сондықтан шетелдік туристердің келуін «белсенді» туризм деп те атайды. Ал туристердің шет елге кетуі ұлттық ақша мөлшерінің азаюына әсерін тигізеді. Мұндай туризмді «белсенді емес» немесе пассивті дейді [21].

Осындай едәуір айырмашылығына қарамастан, ішкі және халықаралық туризм бір-бірімен үнемі тығыз байланыста болады. Олар туризмнің екі бөлігі болып табылады. Ішкі туризм халықаралық туризм дамуының негізін құрайды, ішкі туризмсіз халықаралық туризм дамымайды. Ішкі туризм халықаралық туризмнің катализаторы болып саналады. Ол жаңа рекреациялық ресурстар мен аудандарды игеруге, туристік инфрақұрылымның базасын құруға әсерін тигізеді, сондай-ақ бірте-бірте халықаралық туристік қозғалысқа, халықаралық туризм индустриясына еруге мүмкіндіктер туғызады.

Туризм классификациясының, оның саяхатқа шығу мақсаты бойынша бөлінуі осы уақытқа дейін көптеген пікірталас туғызады. Австриялық туризмолог профессор П. Бернекердің айтуынша, «қаншама авторлар болса, соншама анықтамалары да бар». Көптеген авторлар оның басты мәселесін бір ауыздан мақұлдайды және саяхатты мақсаты жағынан демалыс пен көңіл көтеру десе, басқа жағынан іскерлік туризм деп бөледі. Демалыс пен көңіл көтеру мақсатымен өткізілетін саяхаттар (рекреациялық туризм) туризм дамуының негізгі бағыты болып саналады.



Оның үлесіне дүниежүзілік туризмнің 70% келеді. Олар сауықтыру, спорттық, танымдық сапарларын біріктіреді.

Қандай да болсын туристік саяхатта туристер мәдени-тарихи кереметтерді тамашалайды, мұражайларға, галереяларға, театрларға барады. Басқаша айтқанда, адам барған жердің географиясы мен онда тұрған халықтың мәдениетіне, тарихына, өнеріне, дініне, этнографиясына қызығушылық білдіреді. Барған жер халқының өмірі жөніндегі көзқарастары туризм арқылы қалыптасады, сондықтан көптеген зерттеушілер туристік қозғалыстың дамуында басты рөлді танымдық туризмге береді.

Соңғы уақытта этникалық туризм де дамуда, яғни туысқандарына, таныстарына немесе ата-бабаларының туған жеріне баруы; этникалық мақсатпен туристік сапарлар дүниежүзілік туристік ағымның 10% құрайды.

Туризмнің түрлері әралуан белгілері бойынша одан әрі классификацияланған. Ұйымдастыру сипаты бойынша туризм: а) **ұйымдастырылған (жоспарлы);** ә) **әуесқой (өз жоспары бойынша);** б) **ұйымдастырылмаған («жабайы»)** болып бөлінеді. Турист өз қажеттіліктерін өз еркімен қанағаттандыра алады. Олар туристік фирма қызметін пайдалануы немесе пайдаланбауы да мүмкін; толық қызмет көрсетілетін саяхат бағасын алдын ала төлеуі мүмкін немесе демалыс орнына келгеннен кейін әрбір қызмет үшін бөлек төлесе де өз еркі. Туристік фирмалар ұсынатын сапарларды ұйымдастырылған туризм деп атайды, себебі ұйымдастырылған туристер алдын ала белгіленген мезгіл мен маршрут бойынша турларды сатып алады.

Оның ұйымдастырылмаған туризмінен айырмашылығы – әуесқой және жабайы туристер өздерінің саяхатын өзінше ұйымдастырады. Әуесқой туристердің ұйымдастырылмаған туристерден айырмашылықтары болады. Әуесқой туристер туристік ұйымдармен байланыста жұмыс істейді: туристік ұйымдар саяхат өткізу жөнінде кеңес беруі мүмкін, туристік құрал-жабдықтарды жалға беруі, кейде туристерді маршрут басталатын жеріне жеткізуі мүмкін және т.с.с. Сонымен қатар, әуесқой туристер туристік ұйымдарға маршруты, өткізу мерзімі жөнінде мәлімет береді, сондықтан бұл ұйымдар маршрут

өткізілуін бақылай алады, ал қажет болса, көмек көрсетуі де мүмкін.

Жабайы туристер туристік фирмалармен, туристік ұйымдармен байланыс жасамай-ақ, тек қана өздерінің таңдауымен дербес түрде саяхат жасайды. Ұйымдастырылмаған туризмнің мысалы – автостоп әдісімен саяхат жасау. Ұйымдастырылмаған туризм Батыс елдерінде кең тараған – туристік сапарлардың үштен екісі осындай түрде өтеді. Тұрақтар мен түнеу орындарының ұйымдастырылған жүйесі болмаған жағдайда ұйымдастырылмаған демалыс орындары пайда болады. Осындай орындар саны жылдан жылға өседі, нәтижесінде олар тез «тозады» да, нәтижесінде демалыс пен туризм ресурстары азаяды. Осындай демалыс орындарының көбеюі мен тозуы туристерді тартатын сүйікті аудандарымен бірге осындай елдің бүкіл аумағында байқалады.

Туризм **жеке** және **топтық** туризм болып бөлінеді. Жеке бір адамның немесе бір жанұяның (бес адамға дейін) өздерінің жеке жоспары бойынша саяхатын жеке-дара туризм дейді, бір топ адамның саяхатын (6-7 адамнан бастап) топтық туризм деп атайды. Топтық туризм, әдетте, қатысушылардың тілек-талаптарына сәйкес ұйымдастырылады. Бұл турлар археологиялық, мәдени-өнер және тарихи турлар, шаңғы жорықтары және т. б. болуы мүмкін. Аудандық жоспарлау үшін аудан бірлігіне келетін рекреанттар санымен анықталатын әлеуметтік контакттар тығыздығы маңызды. Мүмкіндікше жалғыздықты іздеуді центрден тепкіш, ал контакттардың максималды санына ұмтылуды центрге тартқыш деп атауға болады. Әрине демалысты ұйымдастырудың центрден тепкіш формалары центрге тартқыш формаларына ұқсамайтын болады. Біріншісінде қызмет көрсету сферасы шашыраңқы, көлік торының тығыздығы төмен болады, рекреациялық ресурстар экстенсивті түрде пайдаланатын болады. Демалыстың центрге тартқыш формаларының микроортасы демалыстың урбанданған формаларына жақын. Курорттарды зоналарға бөлген кезде контакттары минималды тыныш зоналары мен контакттары максималды зоналарды қалыптастыру қажет.

Қимыл белгісіне қарай туризм **стационарлық** және **көшпелі** болып бөлінеді. Туризм, біріншіден, тұратын жерінен

демалыс орнына келу, екіншіден, демалыс орындарының өзінде туристер қимылы жоғары болғандықтан бұл, әрине, шартты түріндегі бөліну. Стационарлық туризм деп айтсақ, бұл саяхат белгілі бір курортта болу үшін жасалды деген сөз. Туризмнің стационарлық түріне емдеу туризмі және спорттық-сауықтыру туризмінің кейбір түрлері жатады. Көшпелі туризм дегеніміз үнемі қозғалыста болып, өзінің орнын жиі ауыстырып тұратын туризм түрі. Қазіргі шақта техникалық мүмкіндіктердің өсуіне қарай көшпелі туризм тенденциясы күшейетін сияқты.

Рекреациялық іс-әрекетінің қимыл деңгейінің өзгеруі нәтижесінде туризмнің материалдық-техникалық базасы да өзгерістерге ұшырауда. Қимыл сипатының өсуі, әсіресе автотуристер санының көбеюі туризмнің аумақтық ұйымдас-тырылуының сызықтық-тораптық қағидасын күшейтеді. Туризмнің материалдық-техникалық базасы бірте-бірте жолдар-ға қарай тартылады. Жеке меншіктегі көлік құралдарының көбеюіне байланысты туристердің бірнеше жерде болу уақыты ұзарып, есесіне бір жерде болу уақыты азаяды. Туристік шаруашылықтың кеңістіктегі кеңеюі және аумақтық еңбек бөлісінің тереңдеуі байқалады.

Қозғалыс деңгейі туризмді зерттеу әдістемесіне, оның ішінде рекреациялық ресурстарға баға бергенде әсер етеді. Мысалы, автомобиль жолының айналасындағы пейзаждардың әртүрлілігін бағалау оларды жаяу немесе стационарлық туризм үшін бағалауынан басқаша болады: жаяу туризм үшін автотуризмге қарағанда көріністер жиірек ауысып тұрғаны жөн.

**Маршруттық туризмді** жалпы туризммен жұрт жиі теңестіреді. Маршруттық туризм спорттық (квалификациялық) немесе әуесқойлық, яғни жай ғана сауықтыру мақсатындағы туризм болуы мүмкін. Өтетін кедергілер сипатына қарай әдетте ол жазықтағы туризм және тау туризмі болып бөлінеді. Рекреацияның осындай түрі адамның кедергілерден өту, табиғатпен күресу, оған жақын болу ынтасына негізделеді. Маршруттық туризм танымдық өлкетану туризмімен, жастардың патриоттық қозғалысымен тығыз байланысты. Пайдаланатын қозғалыс әдістері бойынша маршруттық туризм жаяу, мототуризм және т. б. болады. Қамтитын ауқымы

бойынша жергілікті (елді мекен айналасындағы), аймақтық, жалпы мемлекеттік маршруттық туризм болады.

**Су туризмінің** серуендеу және спорттық түрлері дамып келе жатыр. Туризмнің бұл түріне кіретіндер: су-моторлы спорт, су-шаңғы спорты, каноэда ескекпен жүзу, желкенді кеме спорты және т. б. Туризмнің бұл түрі суға түсу, **жағажай туризмімен** ұштасады және теңіз, көл, өзен жағасына орналасқан туристік кешендерде кең тараған.

**Су астындағы** жануарлар мен өсімдікті суретке түсіру, олардың өмірімен танысу мақсатын көздейтін су асты спорттық туризмі (дайвинг) әйгілі болып келеді. Балық және аң аулау туризмі де барлығымызға таныс. Туризмнің сурет, кино, аң аулау түрлері оның танымалдық түріне жатады. Мысалы, жерортатеңіз елдерінде жақсы дамыған су астындағы археологиялық туризмнің танымалдық сипаты айқын. Мұнда туристер су астындағы антикалық порттардың қалдықтарын тамашалайды. Тропик елдеріндегі коралл рифтеріндегі су астындағы туризмнің де болашағы бар.

**Балық аулау** туризмнің сүйікті түрлерінің бірі болып табылады. Мысалы, АҚШ халқының рекреациялық тауарларына жұмсайтын шығындарының ішінде балық және аң аулау саймандарына жұмсайтын қаражатының үлесі 26% құрады.

**Аң аулау туризмі** ең алдымен табиғат ортасындағы демалыс мақсатында іске асырылады. Фото-кино-аң аулау туризмі оның танымдық түріне жатады. Аңшылық қазіргі кезде жануарлар дүниесін қорғау мәселелеріне орай қатал ережелерге бағынуы қажет. Шетел туризмінің ішіндегі ең қымбат түрінің бірі – аң аулау туризмі. Африкадағы сафари әсіресе қымбат тұрады. Қалтасы қалың шетелдіктер Африка, Азия, АҚШ, Канада, Еуропа мен Аустралия елдеріндегі аңшылық зоналарына қызығушылық көрсетуде. Аңшы туристердің үлкен жігі осы елдерге өздерінің аңшылық жерлері азып кеткен, халқы тығыз елдерден: Франциядан, Италиядан, Бельгиядан, Швециядан, Ұлыбританиядан, АҚШ-тан келеді. Аңшылық туризм шетел валютасы көзі ретінде кейбір бұрынғы социалистік елдерде дамып келе жатыр.

Соңғы жылдары **тау шаңғы туризмі** жылдам дамуда. Жақсы дамыған қызмет көрсету жүйесімен жабдықталған

арнайы тау шаңғы курорттары салынуда. **Альпинизм** де туризмнің көпшілік түріне айналууда. Рекреациялық-спорттық туризм түрлері табиғи-аумақтық кешендерге жоғары деңгейдегі талаптарды: өтуге арналған кедергілердің саны мен қиындығы, тау шаңғы трассаларына қойылатын талаптар және т.с.с. қояды.

Сапардың ұзақтығына қарай туризм **қысқа** (демалыс күнгі немесе уикэнд туризмі және көршілес шекара маңындағы туризм) және **ұзақ мерзімді** болып бөлінеді. Адамдардың үш тәулікке дейін саяхатқа келуін қысқа мерзімді туризм дейді. Қысқа мерзімді сапар – туризмнің бұқаралық түрі болып саналады. Ұзақ мерзімді туризм (үш тәуліктен артық) каникул немесе ұзақ мерзімді демалыспен байланысты.

Саяхаттың арақашықтығына қарай туризм **жақын** және **алыс** болып бөлінеді. Жақын саяхат өз елімізге, алыс саяхат шетелдерге бару деген сөз.

Туристік ағындардың ритмі бойынша туризм жылдық және мезгілдік болып бөлінеді. Жылдық дегеніміз жыл бойы туристік аудандарға саяхатқа, демалуға адамдардың барып тұруын айтады.

Мезгілдері мен ырғағына қарай туризм **жыл бойындағы** (үнемі) және **маусымдық** болып бөлінеді. Біріншісі – туристік аудандарға немесе елді мекендерге туристер жыл бойы біркелкі түрде келсе болады, ал белгілі жыл мезгілінде келіп тұрса маусымдық туризм деп айта аламыз. Маусымдық туризмнің өзі жазғы, қысқы және маусымаралық туризм болып бөлінеді.

Туристік саяхатқа қатысушылардың жасына қарай туризм былай бөлінеді: а) **балалар мен жасөспірімдер туризмі**; ә) **жастар туризмі**; б) **ересектер туризмі**. Ересектер туризмін орта жастағылар мен қарт адамдар туризміне бөлуге болады.

Әлеуметтік құрылымы бойынша а) **қала тұрғындарының туризмі**; ә) **ауыл тұрғындарының туризмі**; б) **отбасы туризмі** болады.

Туристердің сапар желісінде орналасуы бойынша туризмді төмендегідей бөлуге болады: а) **қонақ үй типтес** және ә) **қонақ үй типті емес** туризм.

Туристік саяхат мақсатына қарай туризм келесідей: а) **рекреациялық**, ә) **экскурсиялық** және б) **мамандандырылған** немесе **арнайы** туризм болып бөлінеді. Рекреациялық туризмге

емделу және сауықтыру мақсатындағы саяхат кіреді. Рекреациялық туризм климатпен емдеу, бальнеологиялық және балшықпен емдеуден тұратын курорттық емдеу туризмі мен демалыс үйлері мен пансионаттардағы және спорттық жорықтардағы сауықтыруды қамтитын сауықтыру-спорттық туризміне бөлінеді. Экскурсиялық туризм – табиғаты мен әлеуметтік-экономикалық (антропогендік) тұрғыдан қызықты орындармен танысу мақсатындағы саяхат, бұл басқа аудандарға немесе елдерге саяхат жасау. Арнайы туризм – арнайы бағдарлама және маршрут бойынша өткізілетін саяхат. Әдетте оған мақсаттары немесе кәсіби мүдделері ортақ болатын адамдар қатысады.

Қозғалыс әдісі мен көлік құралдарын қолдану бойынша туризмнің үш тобы бөлінеді: а) **белсенді** (көлік құралдарынсыз); ә) **пассивті** (моторлы көлік құралдарын пайдалануымен, бұл топтың бір бөлігі **көлік туризмі** деп аталады); б) **моторсыз көлік құралдарын қолданатын туризм** түрі.

Осындай белгілер бойынша жасалған жіктелу, әрине, шартты түрдегі жіктелу екені түсінікті. Мұнда ең басты белгіні тауып анықтау маңызды.

Көлік қызметінің түріне қарай туризм автомобильмен (жеке), автобуспен, авиациялық (рейс немесе чартер), темір жолмен, теплоходпен (теңіз, өзен, көл кемелері) саяхат жасау болып бөлінеді.

Дүние жүзіндегі жолаушылар тасымалының бір ширегі автомобиль көлігінің үлесіне тиеді. Батыс Еуропада туристердің 70% өз көліктерімен саяхаттайды (50-ші жылдары бұл көрсеткіш 25% болған), АҚШ-та бұл көрсеткіш 90% құрайды. Алыс емес жерлерге туристерді көбінесе автобус көлігі тасымалдайды, алыс және өте алыс жерге – авиация көлігі. Мысалы, атлантикалық желілерінде авиациялық тасымалдың дамуы нәтижесінде теңіз жолаушылар тасымалы күрт азайды.

Чартерлік авиациялық тасымал қазір кең қолданылады. Чартерлік ұшақ дегеніміз бір немесе бірнеше тасымалға жалданған ұшақ. Чартерлік ұшақтармен **инклюзив-турлар**, яғни алдын ала келісілген маршрут бойынша көлік шығындары күні бұрын төленген топтық туристік саяхаттар іске асырылады.

Туристік темір жол тасымалының маңызы төмен, әсіресе аумағы кішкентай елдерінде. Дегенмен темір жол көлігі жайлылығын жоғарылату мен жылдамдығын 200-250 км/сағатқа шейін жеткізу арқылы бәсекелестікте жеңу әрекеттерін жасауда. Темір жол көлігіне инклюзив-турлары да енгізілуде. Рекреацияның туристік пойыз сияқты формасы кең тараған. Сонымен қатар, темір жол тасымалының арзан бағасы да маңызды рөл ойнайды.

Теңіз көлігінің паромдық тасымалдағы, оның ішінде туристердің автомобильдерін тасымалдауындағы рөлі жоғары. Соңғы 20 жыл ішінде **круиз туризмі** де шапшаң дамуда. Круиз дегеніміз – бұл теңіз саяхаты, жабық бір шеңбермен, белгілі бір маршрутпен көрікті, көңіл толарлық жерлерге тоқтап саяхат жасау.

Круиз маршруттары көбінесе жылы теңіздерге қарай бағытталады. Жерорта теңізі бойынша, оның ішінде Грекия аралдарына жасалатын круиздер ең жақсы дамыған. Екінші орында Кариб ауданы орналасады, онда алдыңғы қатарда Багам аралдарындағы круиздер. Скандинавия елдерінің порттары да артта қалмайды. Тынық мұхит алқабында да круиздер саны өсуде. Круиздік кемелерін шығару бойынша бірінші орында Нью-Йорк порты орналасады. Круиздік туризммен айналысатын алдағы қатардағы елдер – Англия, Норвегия, Грекия, Италия, Франция, АҚШ.

Алғашқыда барлық туристік іс-әрекет коммерциялық түрде болса, одан түсетін кіріс туристік мекемелердің жұмысының басты нәтижесі болды. Табыстарын көбейту үшін туристік фирмалар мен агенттіктер өз шығындары мен туристік өнім арасындағы оңтайлы баланс іздестіреді, сондықтан олар ұсынатын тауарлар мен қызметтер табыстары жоғары немесе орташа тұлғаларға арналған.

Бірте-бірте **коммерциялық туризмге** қарсы мағынадағы **әлеуметтік туризм** деген түсінік пайда болды. Оның негізгі қағидалары мынадай: қоғам мүшелерінің барлығын табыстары шамалы таптарды туризм аясына тарту арқылы қамтамасыз ету; табысы аз адамдар туризмін қолдау мен үкіметтік, қоғамдық, муниципалдық және коммерциялық құрылымдардың оның дамуына белсене қатысу. Сонымен, әлеуметтік туризм – бұл

ақшалары аз адамдардың пайдаланатын туризмі, оларды мемлекет және мемлекетке жатпайтын құрылымдар қолдайды.

Әлеуметтік туризмнің дамуында зейнеткерлер кассаларының арнайы қорлары, кәсіподақтар, зауыт комитеттері, орталықтандырылған қаржы көздері беретін төлемақыларының маңызы жоғары.

Әлеуметтік туризм жүйесі тұтынушыларға ғана емес, туристік мекемелері үшін де өте тиімді. Демалыс чектерінің енгізілуімен бірге олар өз нарығын кеңейтеді және көрсеткен қызметінің өтілу кепілдігіне ие болады. Бұл бағытта мемлекеттің қаржылық, жеңілдетілген салық және несиелік саясаты жүргізіледі.

Осындай жүйе табысы төмен тұлғалардың көптеген топтарын қамтиды. Басынан бастап бұл жүйе қол еңбегімен айналысқан біліксіз жұмысшылар үшін құрылған, сондықтан оны жұмысшылар туризмімен теңестірген. Бірақ уақыт өте бере оның әлеуметтік базасы кеңейді, енді бұл жүйе қызметін әртүрлі қоғам мен жас мөлшер сатыларына жататын топтар пайдаланады.

Кәсіпорындардың, қоғамдық ұйымдардың, мемлекеттік және муниципалдық органдардың табысы төмен халық топтарының демалысын ұйымдастыруында қатысуы нәтижесінде әлеуметтік туризм қоғам өмірінің коммерциялық туризммен салыстыруға келетін құбылысқа айналды.

Қазіргі кезде **бұқаралық туризм** ұғымы туристік қозғалыстың демократиялануы мен кеңеюін көрсетеді. Жаксы дамыған Батыс индустриалды елдерінде халқының жартысынан көбі туристік өнімнің, яғни туристік тауарлар мен қызметтердің тұтынушылары болып табылады. Бұқаралық туризм ұғымы XIX ғасырдағы ақсүйектер туризміне қарама-қарсы түсінік ретінде енгізілді. Ақсүйектер немесе **аристократиялық туризм** тұтынушылардың өте жұқа таптарына арналған, ал дамушы елдерінде өмір деңгейі өте төмен болғандықтан бұл жергілікті тұрғындардың қолы жетпейтін туризм түрі.

Бұқаралық туризмге тағы бір қарама-қарсы мағынасы бар түсінік – қалтасы өте қалың клиенттерге арналған **элиталық туризм**. Бұлар үшін туристік нарықтағы бағалар маңызды емес, бірақ ұсынылатын тауарлар мен қызмет көрсету сапасына



олардың қоятын талаптары өте жоғары. Элиталық туризмнің дамуы бүкіл туристік бизнеске ықпал жасайды, қызмет көрсетудің жаңа жоғары стандарттарын бекітіп таратады және нәтижесінде қалай да болса халық өмірі деңгейін көтеруге септігін тигізеді. Элиталық туризм сондықтан «туристік локомотив» деп құры жай аталмаған.

**Рекреациялық туризм.** Туристік сапар жасау түрткілерінің ең бастысы – демалу. Әрине, бұл ең алдымен әдемі жерлерде, яғни туристік аттрактивтілігі жоғары жерлердегі (теңіз жағалауы, таулар, көлдер мен өзендер сияқты) жүйелі демалыс, уикэнд кезінде жанұясымен бірге демалу.

Рекреациялық туризмге демалыс пен уикэнд өткізу, спорт пен рекреация, мәдени шаралар, туған-туысқандарға барып шығу сияқты мақсаттарда жасалатын саяхаттар жатады [22].

Ең жиі кездесетін рекреациялық шаралар мынадай: пассивті демалыс, жағажайда болып шомылу, су спорты, серуендеу, теннис, волейбол ойнау, велосипед тебу сияқты демалыс.

Рекреациялық туризм шеңберінде этникалық, әлеуметтік және уикэнд түрлерін де бөлуге болады.

Көңіл көтеру мен демалу мақсатындағы саяхаттарға әлемдік туризмнің 70% келеді. Оларға сауықтыру, спорттық, танымдық мақсатындағы саяхаттар, шоп-турлар жатады.

Халықтың ең сүйікті демалыс түрі бұрынғыдай шомылу-жағажай демалысы болып қала береді: бұл адам денсаулығы мен көңіл-күйін қалпына келтірудің ең жақсы әдісі болып саналады. Алайда, мамандардың болжауы бойынша, тәуекел мен шытырман оқиға элементтері бар саяхаттар бірінші орынға шығуына байланысты, теңіз курорт сапарын жасау «сәні» өтіп кетіп, тауға аттану басталмақ.

Рекреациялық ағымдардың негізгі бөлігі Еуропа, Солтүстік Америка, Шығыс Азия және Тынық мұхит аймағында қалыптасады. Осы аймақтардың үлесіне халықаралық шығу туризмінің 90% келеді. Туристерді «жіберуші» елдерге (70% дейін) Еуропа жатады. Негізінен Германия, Улыбритания, Франция, Чехия, Польша, Ресей, Румыния, Словения елдерінен көп туристер саяхатқа шығады.

Еуропадан кейін екінші орында рекреациялық туристерді жеткізуші аймаққа Солтүстік Америка жатады, әсіресе АҚШ,

оның үлесіне туристік ағымдардың 15% түседі. Үшінші орында Шығыс Азия мен Тынық мұхит аймағы, туристік ағымдардың 10% алады. Қазіргі кезде Шығыс Азия мен Тынық мұхит аймағы шығу рекреациялық туризмнің қарқынды дамып келе жатқан нарығы.

**Іскерлік туризм** – бұл қызмет бабымен іссапар орнында табыс табу мақсатында емес сапарға шығу, яғни съезге, ғылыми конгреске, конференцияға, симпозиумға, өндірістік семинарға және көрмелерге қатысу. Бұған барған елде лауазымды орны бар тұлғалар кірмейді. О.А.Смирнованың (2006) іскерлік туризмнің анықтамасы мынадай: «Негізгі мақсаты өздерінің күнделікті қоныстауы мен жұмыс орнынан өзге жерлерде өтетін іскерлік кездесулерде қатысу болып табылатын жұмыс уақытындағы орнын ауыстыру кезінде пайда болатын қатынастар мен құбылыстардың жиынтығы» [23]. Іскерлік туризм – бұл туризмнің ең болашағы зор саласы.

Іскерлік туризм өзінің ағымдарын қалыптастырады. Олардың негізгі бөлігі Еуропа, Солтүстік Америка мен Оңтүстік-Шығыс Азияға келеді. Іскерлік туристерді қабылдайтын Еуропа мемлекеттердің алдыңғы қатарында Германия, Ұлыбритания, Франция, Нидерланды, Италия, Испания, Швеция, Швейцария орналасады. Еуропа Одағының астанасы болып есептелетін Брюссель (Бельгия) ерекше орын алады.

Іскерлік туризм нарығының ең қарқынды дамып келе жатқан сегменті – конгрестік туризм. Конгресс дегеніміз бірнеше жылда бір рет бірнеше мың адамға шейін жиналатын пленарлық отырыс түріндегі жиналыс. Әдеттегідей осындай форумдарда жаһандық, әлемдік маңызы бар мәселелер қарастырылады.

**Альтернативалық туризм** табиғи ортаға ең аз көлемде әсер ететін, және бұқаралық және коммерциялық туризмге қарама-қарсы болатын туризм [24]. Альтернативалық туризмді «сәйкесті», «жұмсақ», «тепе-теңдік», «жауапкершілікті» және «жасыл» деп атайды [24]. Альтернативалық туризмнің басты мақсаты – жергілікті тұрғындар қоғамдарымен қатынасқа кіру. Туризмнің бұл түрі жақсы даярлықты қажет етеді. Жеке және ұйымдастырылған альтернативалық туризм болуы мүмкін [18].

**Экологиялық туризм** (экотуризм) жақында ғана «жасыл» революция толқынында пайда болды және елдің тұрақты даму

концепциясына байланысты ол батыста кең дами бастады. Арнайы әдебиетте экологиялық туризм табиғи ортасы жақсы сақталған аудандарға жергілікті жердің табиғи және мәдени-этнографиялық ерекшеліктері жөнінде түсінік алу мақсатында жасалатын саяхаттар деп анықталады, сонымен қатар экологиялық туризм экожүйелердің біртұтастығын бұзбайды және табиғатты қорғау жергілікті тұрғындар үшін пайда әкелетіндей экономикалық шарттарды қалыптастыратын болады [25, 26].

Экотуризмді кейде бұқаралық туризмге қарама-қарсы мағынада қарастырады, сондықтан әдеттегі туризмге қарағанда оның негізгі белгілері мынадай:

- экотуризмнің басты нысандары болатын қайталанбас табиғи кереметтерінің бар болуы;

- туризм индустриясының жоспарлы дамуының арқасында қолданғанмен, тозбайтындай табиғи және мәдени потенциалды территорияның болуы;

- басқаларға қарағанда төмен капиталды, материалды және энергосыйымдылығының болуы;

- экотуризмнің ең күрделі мақсаттарының бірі экологиялық білім беру және экологиялық ойлауды қалыптастыру;

- бүкіл мемлекеттер мен аймақтардың әлеуметтік-экономикалық дамуын қолдау.

Қысқа уақыт мезгілінде табиғатта уикэнд жасаған кезінде демалудан бастап табиғи жаратылыс тақырыбында ғылыми зерттеулер жүргізуге дейін, экологиялық туристер әртүрлі міндеттерді орындайды. Соңғы жылдары экотуристер әртүрлі қиын емес таза ауадағы жұмыстарға қатысады. Олар құстар мен басқа жануарлар санын есептейді, сирек кездесетін өсімдіктерді бақылайды, басқа да осыған ұқсайтын жұмыс жасайды. Экотуристерді қайталанбайтын өсімдік қоғамдастықтары мен биоценоздар, мысалы экваторлық ормандар, жазғы тундра немесе көктемдегі шөл, өлі табиғат нысандары (үңгірлер, каньондар, таулар және т.б.), кейбір антропогендік ландшафтар қызықтырады.

Экологиялық туризмнің диверсификациясымен бірге оның туризмнің басқа туризм түрлерімен жанасуы байқалуда. Мысалы, іскерлік сапарлар кезінде қатысушылары ұлттық немесе табиғи-этнографиялық саябақтарға барады, жағажайда

шомылып демалады немесе құры жай таза ауада серуендеп қыдырады. Сөйтіп, экотуризм шекараларын табу өте қиын.

Альтернативалық туризм сияқты емес, экотуризм маркетинг зерттеулерін қажет етеді. Экотуризм шеңберіндегі рекреациялық шаралардың мысалы – «bird watching», яғни құстарды олардың табиғи ортасында бақылау; «фото-сафари» (жануарларды суретке түсіру).

Бүгінгі таңда экотуризм дамыған елдермен бірге дамушы елдерде де сәнге айнала бастады. Экотуризмді белсене насихаттайтын елдерге Колумбияны, Соломон аралдарын, Малайзияны, Уганданы жатқызуға болады.

**Квалификациялық (спорттық) туризм** ең алдымен жақсы шынығуды қажет етеді. Квалификациялық туризмді спортпен теңдестіруге болмайды, себебі оның мақсаты – рекреация, денсаулық пен физикалық форманы сақтап қалу, өлкені жан-жақты білу болып табылады [27]. Сонымен қатар квалификациялық туризм мақсаты ең жоғары жетістіктерге жетіп бәсекелестерді жеңу болып табылады. Квалификациялық туризмнің ең сүйікті түрлері – желкен спорты, байдарка мен каноэ қайықтарында жүзу, виндсерфинг, альпинизм, дайвинг, спелеотуризм, аң аулау және т. б.

Жалпы айтқанда спорттық туризм туризмнің қымбат түріне жатады. Онда қолданылатын құрал-жабдықтар қаражат қажет етеді. Және де мұндай туристің белгілі бір білімдері, дағдылары мен ептілігі болуы қажет. Осыған орай, бір жағынан спорттық туризмді элита туризміне жатқызуға болады.

**Экстремалды туризм** үнемі тәуекелмен, шытырман оқиғалармен байланысты. Қазір туризмнің осы сегменті әлемнің туристік нарығының 10% құрайды және бұл көрсеткіш өте жылдам өсуде. Лион университетінің география профессоры Ж.-М. Девайли «біздің қоғам жүйкені қытықтайтын көңіл көтеруді есірткі сияқты қажет етеді», – деп есептейді. Экстремалды туризм скейтбординг, сноубординг, скайсерфинг, треккинг, хели-ски, фри-райд, рафтинг сияқты спорт түрлерімен тығыз байланысты.

**Ауыл туризмі** – бос уақытты ауылды жерде өткізу. Оның ерекшелігі – ауыл пейзажы мен ауылды жерге тән үйлер мен жайлардың болуы. Ауыл туризмінің инфрақұрылымын ауылды

жерде орналасқан пансионаттар, паналар, шағын отельдер, жекеменшікті үйлер, қонақ жайлары (бөлмелер), кемпингтер құрады. Ауыл туризм түрлеріне ауыл аумақтарында өткізілетін, жергілікті жағдайларға лайықтанған және жергілікті табиғи ресурстарын тиімді пайдаланатын барлық түрлерін жатқызуға болады [28].

Ауыл туризмінің бір шағын түрі – **агротуризм**. Агротуризм дегеніміз ауыл шаруашылық кәсіпорындарында қонақтарды қабылдаумен байланысты іс-әрекет түрі (И. Ендрейчик, 1995). Агротуризм ауыл шаруашылығымен, ауыл шаруашылық кәсіпорны жұмысымен тығыз байланысты. Мұнда туристердің ауылды жерге оларды итермелейтін түрткісі – мал өсіруге, егістікпен айналысуға деген қызығушылығы.

Ауыл туризмінің, оның ішінде агротуризмнің қасиеттері мынадай:

- таза тамақ;
- бұзылмаған, таза табиғат;
- тыныштық;
- ауыл өмірімен, фольклормен танысу, малмен айналысу,
- ауыл шаруашылық жұмыстарын өз қолымен жасау [29].

Агротуризмнің тағы бір жақсы жері – жұмыссыздықты азайту, жаңа еңбек орындарын қалыптастыру. Мұндай әсері тікелей және жанама болуы мүмкін.

Тікелей жасайтын әсері – агротуристік шаруашылық иесі туристерге қызмет көрсетуге арналған әрекеттер жасайды, мысалы:

- пәтерін жалға беру және тамақтандыру;
- жол көрсетуші жұмысы (арба, велосипед қолданып немесе жаяу жүру);
- туристерге көлік қызметін көрсету;
- туристік құрал-жабдықтарды жалға беру (қайықтар, велосипед, моторлы қайық және т. б.);
- атқа мініп жүруді, жүзуді үйрету;
- механик қызметтері (өз көлігімен келген туристерге);
- күзет, мүлікті сақтау қызметі;
- балаларын күтіп, қарау және т.с.с.

Жанама түрдегі әсер:

- туристердің келуінен болатын ауыл шаруашылық өнімі көлемінің өсуі;
- туристер үшін азық-түлік, жартылай фабрикаттарды, басқа бұйымдарды алдын ала даярлап қою;
- жалға берілетін пәтерлер мен үйлердегі құрылыс-жөндеу жұмыстарын жүргізу;
- сауданың дамуы;
- туристер келетін аумақтарда тазалық сақтау мен реттеу жұмыстарының қажеттілігі;
- көркем колөнер бұйымдарына деген сұраныстың өсуі;
- ақпараттық, дистрибуторлық, промоушн сияқты қызметтердің дамуы, мысалы, картосхемалар мен буклеттерді шығару, агротуристік бюролар мен агенттіктердің пайда болуы және т.с.с. [30].

**Діни туризм** бүгінгі күні айтарлықтай ауқымды көлемге жетіп отыр. Оған мінажат ету сапарлары, дін мен діни мәдениет тарихын білу мақсатындағы саяхаттар, діни қызметшілердің саяхаттары жатады [31]. Олардың ішінде ең алдымен мінажат ету сапарларын атау керек. Бұл қасиетті діни орталықтарына бару болып табылады. Ең ірі үш монотеистік дін мінажат етушілері үшін қасиетті жер – Иерусалим. Еврейлер мұнда Інжіл жерлерін, жылау қабырғасын, Ғибадатханалық тауын көру үшін келеді. Христиандар Иеруалимді Исаның жердегі баспанасы ретінде мойындайды және Құдай Бейігіне тізе бүгу үшін келеді. Мұсылмандардың осындағы қасиетті орындары – Омар, аль-Акса мешіттері және т. б. Алайда мұсылмандардың ең басты қасиетті «хадж» (қажылық) орталығы – Мұхаммед пайғамбар туған Сауд Арабиясындағы Мекке қаласы. Құдайға табынушы католиктер Рим папасына Ватиканға барады. Туристік діни маршруттарды анықтайтын әр елде өзінің ұлттық діни орталықтары бар.

**Мәдени туризмі.** Мәдениет пен туризм бір-бірімен өте тығыз байланысты. Туризм мәдениет объектілерін қорғайды, байытады және насихаттайды, мәдениет болса туризм дамуына өз септігін тигізеді. Мәдени туризм – бұл ойдағыдай мәдени құндылықтарына ие орындарын: мәдениет, тарих пен сәулет өнері ескерткіштерін; археологиялық ескерткіштер мен қазбаларды; атақты тұлғалармен байланысты орындарды;

мұражайларды, көрмелерді және т. б. көріп шығу. Мәдени туризмі ең жақсы дамыған елдер – еуропалық мемлекеттер. Басқа елдер арасынан Израиль, Үндістан, Қытай, Мексика, Жапония сияқты елдерді бөліп атауға болады [18].

**Уикэнд туризмі (мерекелік туризм).** Бұл туризмнің ең сүйікті түрлерінің бірі. Жұмыс орны мен тұратын жерінен тыс, бірақ онша алыс емес жерде демалу қажеттілігінен туындайды. Уикэнд туризмі ұйымдастырылған (топтық) немесе жеке уикэнд туризмі болуы мүмкін. Туристер әртүрлі көлік құралдарын, ең алдымен меншікті автомобильдерін пайдаланады. Туризмнің бұл түрі өте жиі «екінші баспанаға» бару түрінде өтеді.

Сонымен, туризм классификациясының ғылыми және практикалық маңызы бар, ол білгеніңді реттеуге және дүниежүзілік туризм қозғалысын терең біліп-түсінуге әсерін тигізеді. Туристік қызметтердің сапасы мен көлеміне қойылатын қосымша талаптарының және қызмет көрсетудің жаңа түрлері мен формаларының, сондай-ақ туризмнің жаңа түрлерінің пайда болуына байланысты туризм классификациясы жетілдіріледі және толығымен мәреге жетті деп оны есептеуге болмайды.

### *Қайталау сұрақтары*

- 1. Қазіргі туризм жіктелуінің критерийлерін атап шығыңыз.*
- 2. Туризмнің формаларға, кластарға, типтерге, түрлерге және шағын түрлеріне бөлінуі жөнінде айтып беріңіз.*
- 3. Туризмнің негізгі формаларын атап шығыңыз. Оларды бөлу критерийлері қандай?*
- 4. Туризмнің негізгі кластарын атап шығыңыз. Оларды бөлу критерийлері қандай?*
- 5. Туризм типтерін атаңыз. Осы ұғымдарды кім және қашан енгізген?*
- 6. Ұйымдастыру сипаты бойынша туризмнің жіктелуі жөнінде айтып беріңіз.*
- 7. Туризм туристік саяхат мақсатына қарай қалай бөлінеді?*
- 8. Туризм қозғалыс әдісіне қарай қалай бөлінеді?*
- 9. Әлеуметтік туризм деген не?*
- 10. Рекреациялық туризмге сипаттама беріңіз.*

11. Іскерлік туризмнің туризмнің басқа түрлерінен айырмашылығы қандай? Іскерлік туризмнің сипаттамасын беріңіз.
12. Экологиялық туризм анықтамасын беріңіз.
13. Квалификациялық туризм деген не?
14. Ауыл туризмі деген не?
15. Агротуризм деген не?
16. Діни туризм туралы әңгімелеп беріңіз.



### **3-ТАРАУ**

## **РЕКРЕАЦИЯЛЫҚ БАҒА БЕРУ ЖӘНЕ АУМАҚТЫ РЕКРЕАЦИЯ ҮШІН ПАЙДАЛАНУ. ТУРИСТІК АУДАНДАСТЫРУДЫҢ НЕГІЗДЕРІ**

### **§ 1 Туризм дамуының табиғи алғышарттары**

Шаруашылықтың саласы ретінде туризм кен өндіру, орман шаруашылығы, балық пен ауыл шаруашылығы сияқты, ресурстарға тәуелді. Аумақты пайдалануы бойынша туризм тек ауыл шаруашылығы мен орман шаруашылығының артында орналасады. Рекреацияның жерге деген қажеті тұрғын үй құрылысына қажетті территориясынан үш есе, ал табиғи саябақтар, қорықтар мен қорықшалардың жер қажетін есептесек, 6-7 есе артық.

Сөйтіп, кейде табиғаты аз өзгерген жердің ауқымды аудандарын қажет етіп, туризм игерілген аудандарда шектелген мүмкіндіктеріне ие болады. Дегенмен ауыл аймақтарында туризм ауыл шаруашылық жер пайдалануымен жақсы үйлесуі мүмкін. Рекреациялық зоналарды пайдалы қазбаларын өндіру орындарының, жоғары зиянды өнеркәсіп орындарының жанында орналастыруға болмайды.

Рекреациялық мамандандырылу деңгейіне қарай рекреация үшін аумақтарды пайдаланудың үш түрі бар:

1) Рекреациясы жоғары аумақтар – саябақтар, жағажайлар және көпшілік демалыс аймақтары. Мұнда басқа жер пайдаланушылар жоқ немесе олардың әсері шамалы.

2) Рекреациясы орташа аумақтар – бір уақытта экологиялық және өндірістік функцияларды атқаратын жерлер (қала маңында

отырғызылған ағаштар, эрозияға қарсы егілген ормандар және т. б.).

3) Рекреацияға пайдасы шамалы аумақтар.

Жерді бөлудің ең көп кездесетін нұсқасы – екінші нұсқа.

Демалыс орындарын іздестіргенде табиғи ресурстардың атқаратын рөлі өте маңызды. Ландшафтың ерекшелігі мен климаты, өсімдік пен жануарлар әлемінің алуан түрлілігі, спортпен шұғылдануға, аңшылықпен және балық аулаумен айналасуға табиғаттың мүмкіншілігі ескерілуі қажет. Рекреациялық іс-әрекеттің түрлері аумақтағы табиғи ресурстардың әртүрлілігіне байланысты.

Ірі туристік кешеннің қалыптасуында немесе жеке бір туристік объектінің салынуында елдің (ауданның) географиялық орны маңызды рөл атқарады. Яғни теңізге, тауға, орманға немесе маңызды көлік жолдарына жақын болуы өз әсерін тигізеді.

Жер бедері табиғи ортаның маңызды элементі болып саналады, себебі жер бедерінің әртүрлілігі ландшафтың құндылығын көтереді.

Таулы жерлердің климаттық және ландшафтық ерекшеліктері психофизиологиялық регенерация (қалпына келтіру) жағынан өте маңызды, белсенді және пассивті демалыс үшін өте қолайлы. Белсенді тау туризмнің қасиеттері: ортаның жылдам ауысуы, формалардың контрасты, симметрия мен асимметрия, ландшафтың динамикалық және статикалық сипаттары, шынға шығу және тамаша көріністер. Қысты күні таудың климаттық-орографиялық қасиеттері шаңғы туризмін дамытуға мүмкіндік туғызады.

Табиғи ортаның екінші бір маңызды элементі – климат. Мезоклиматтың жалпы сипаттамасымен бірге, рекреациялық мақсатта аумақты бағалауында топоклиматтық, тіпті микроклиматтық ерекшеліктерді анықтау өте маңызды болады.

Гидрологиялық ерекшеліктері, бір жағынан, спорт түрлерін дамытуға, таза ауада суға түсуге, балық аулаумен айналысуға мүмкіндік береді, екіншіден, ландшафт көркемділігі жағынан туризм үшін өте маңызды. Рекреациялық қажетіне пайдаланатын гидрогеологиялық шарттары мынадай: таза ағын сулар мен суаттардың болуы, табиғи жағажайлар немесе жүзу бассейндерін қалыптастыруға жарайтын жердің болуы, судың

жайлы температурасы мен ағыс жылдамдығы, спорт түрлерін дамытуға жарайтын әртүрлі сулардың болуы.

Аумақтың туристік функциясының дамуына орман да қатты әсерін тигізеді. Ландшафтық қасиеттерімен бірге орман қоршаған орта жағдайын жақсартудың биологиялық факторы болып табылады. Орман атмосфераны оттегі және озонмен байытады, желге кедергі болады, ауа температурасының тәулік және жылдық амплитудаларын төмендетеді. Ірі орман массивтері ауа массаларының турбуленттік алмасуын жеңілдетіп, қолайсыз топоклиматтық құбылыс болып есептелетін ауаның тұрып қалуына жол бермейді. Орманның рекреациялық және эстетикалық маңызы жоғары.

Аукымды аумақтарда туристік қозғалыстың маусымдық сипатын анықтау қажет. Туристік мезгілдің үш түрі бар: жалпы рекреациялық маусым, суға түсу маусымы және қысқы маусым.

Жалпы рекреациялық маусым – демалыс пен туризмнің әралуан түрлерін (жаяу, велосипед саяхаттары, мототуризм, күнге күйю, таза ауадағы ойындар, аң мен балық аулау және т. б.) өткізуге болатын мезгіл. Қоңыржай климаті тән елдерде бұл мезгіл наурыз-сәуір айларында басталып, қазан айында аяқталады. Бұл мезгіл вегетациялық кезеңге сәйкес келеді (ауаның орташа температурасы 5°C жоғары).

Суға түсу маусымы – жалпы рекреациялық мезгілдің шомылу мен спорттың су түрлерін таза ауада жүргізу мүмкіндігі бар бір бөлігі. Оның ұзақтығы судың 18°C, ауаның орта тәулік температурасының 15°C шектеледі.

Қысқы маусым спорттың қысқы түрлерімен, әсіресе шана мен шаңғы түрлерімен байланысты. Оның ұзақтығы қардың қалыңдығына және жату ұзақтығына байланысты. Ауаның орташа температурасы 0°C төмен болады.

Туризмнің дамуы маусымға тығыз байланысты. Мысалға, спорттың су түрлерін шомылу маусымында жүргізуге болады. Шаңғы туризм жер бедерінің тартымдылығымен және қысқы мезгілімен байланысады. Тау туризмі үшін тиісті жер бедері мен ландшафтың эстетикалық қасиеттері маңызды, ал оны өткізу мезгілі – жалпы рекреациялық маусым.

## *Қайталау сұрақтары*

- 1. Халық шаруашылық саласы бола тұра, туризм неге ресурстарға бағытталады?*
- 2. Туризм қандай салалармен жақсы үйлеседі? Қайсыларымен үйлеспейді?*
- 3. Туризм дамуының табиғи алғышарттарының құрылымы қандай?*
- 4. Табиғи алғышарттарының бөлек элементтерінің сипаттамаларын беріңіз.*
- 5. Туристік маусымдардың қысқаша сипаттамаларын беріңіз.*

## **§ 2 Туризм дамуының әлеуметтік-экономикалық алғышарттары**

Екінші дүниежүзілік соғыстан кейін туризмнің дамуына көптеген факторлар әсерін тигізді, оның ішінде әлеуметтік-экономикалық факторлар маңызды рөл атқарды. Әлеуметтік-экономикалық факторларға мемлекеттің әлеуметтік саясаты; жұмыстан бос уақыт; халықтың ауқаты; урбандану үрдісі; білім мен мәдениеттің дамуы және т. б. жатады.

Қазіргі туризмнің дамуына мемлекеттің әлеуметтік саясаты, ең алдымен жұмыс уақыты, төлемі өтілетін демалыс жөніндегі жарғылары және демалыс жөніндегі шешімдері үлкен әсер тигізеді.

XIX ғасырдың екінші жартысынан басталған бос уақыттың көбеюі туристік қозғалысқа ең үлкен ықпал жасайды. Жыл бойындағы жұмыс уақытының қысқаруымен бірге бүкіл өмір бойындағы жұмыс істеген жылдарының көлемі де азаяды. Мұның себебі – мектепте жалпы міндетті білім беру мерзімінің өсуі және зейнеткерлік заңнаманың жетілдірілуі. Төлемі өтелетін жылғы демалыс та өте маңызды. Еңбек демалыстары 60-шы жылдарының өзінде екі аптадан кем болмаған, кейбір елдерде тіпті үш-төрт аптаға жеткен.

Жұмысты ұйымдастыру бойынша Халықаралық конвенциясы 1970 жылы жылдық демалыс мерзімі үш аптадан кем болмау керек екенін мойындады.

Кейбір елдерде демалыс мерзімі тез өсті, мысалы, КСРО-да 1958 жылы оның ұзақтығы 18,5 күн болса, 1968 жылы 21-ге дейін өсті. АҚШ-да дәл соғыс алдында өнеркәсіп еңбекшілерінің тек 46% еңбек демалысына қолы жеткен, 40-50-ші жылдары 80%, қазір – 95%. Мереке күндерінің туризмі мен күнделікті демалыс дамуында күн мен апта ішіндегі жұмыс сағаттарының көлемі маңызды.

Бұрынғы КСРО-да жұмыс аптасы бес күндік болған жағдайда жұрттың көпшілігінде 112 демалыс пен мереке күндері болған, ал жылғы еңбек демалысын есептегенде – 130-136 күн (кейбір қызметкерлер үшін 148-160 күн) немесе жылдағы күндер есебінің 35-42%. Дамыған елдерде, сонымен қатар, үй жұмысына жұмсалатын уақыттың қысқаруына байланысты еркін уақыт мөлшері де өскен.

Бос уақыттың көбеюіне ағартудың, білім берудің және міндетті оқудың дамуы да әсер етеді. Көптеген елдерде жастардың үлкен бөлігінің (17-19 жасар мектеп оқушылары немесе 21-25 жасар студенттер) бос уақыты көп, олар оны туристік саяхаттар мен апта сайынғы демалысқа жұмсайды.

Соғыстан кейінгі зейнеткерлік заңнаманың жетілдірілуі мен өмір жасының ұзаруына байланысты қарт адамдар (жасы 60-тан асқан) туристік саяхаттарға белсене қатыса бастады. Мысалы, Францияда 1961 жылы 60-64 жасар француздардың 29,9% туристік қозғалысқа қатысса, 1969 жылы бұл көрсеткіш 32,5% дейін өсті.

Туристік көш-қонға әсер ететін тағы бір өте маңызды фактор – елдер мен аймақтар тұрғындарының байлығының өсуі болды. Халық игілігі мен туристік қозғалыс арасындағы байланысты көптеген зерттеулер дәлелдейді. Бұл қорытынды әсіресе жоғары дамыған елдер үшін тән. Шаруашылық дамуы мен онымен байланысты халық табыстары деңгейі және туристік құбылыстар арасындағы өзара тәуелділіктері қоғамның туристік белсенділігі деңгейінде көрініс береді.

Халық табысы және оған байланысты оның туристік белсенділігі елдің әлеуметтік-кәсіптік құрылымына да тәуелді. Мысалы, бұл саланың зерттеулері көп жылдар бойы өткізілген Францияда демалысқа шығатындар арасында ең үлкен пайызын

еркін кәсіптер өкілдері, жоғары және орта білімді мамандар құратын көрінеді.

Туристік қозғалыста халықтың әлеуметтік топтарының қатысуы туристік аймақтар мен жерлердің шаруашылығына үлкен әсерін тигізеді.

Туристік қызметтер қажеттілігінің өсу себептері – халық өмір деңгейінің көтерілуі және әлеуметтік сақтандыру қаражаттарының бөлінуі болып табылады. Бос уақыттың көбеюі мен халықтың байлығы және мәдени деңгейінің өсуіне байланысты рекреациялық қызметтер сұранысы да ұлғаюда.

Соңғы жылдары қоғам қажеттіліктерінің өзгеруіне байланысты туристік қызмет көрсетудің жаңа формалары пайда болды. Мысалы, жеке меншікті автомобильдер санының көбеюіне қарай автосаяхат құмарлығы күшейді. Бұл мотельдер, кемпингтер, техникалық қызмет көрсету станцияларының құрылысының алғышарты болды.

Қазіргі кезде демалыстың тағы бір формасы – ата-аналардың балаларымен бірге демалуы жақсы дамып келе жатыр. Осыған орай туристік құрылыстарды жоспарлаған кезде арнайы отбасы демалысына назар аудару басталды.

Туристік кешендер қалыптасуының ең басты алғышарттарының бірі – олардың қаражатпен қамтамасыздандырылуы. Туризм дамуын қаржы ресурстарымен қамтамасыз ету мақсатында бұрынғы КСРО-да туристік-экскурсиялық мекемелер 1962 жылы салықтың барлық түрлерінен босатылған-ды. Туристік жолдамаларынан, экскурсиялардан, басқа қызмет түрлерінен түскен табыстар рекреациялық нысандарының құрылысы мен жабдықталуына, негізгі қорды толықтыруына, құрал-жабдықтарды, көлік құралдарын сатып алуға жұмсалған.

Халық санының өсуі нәтижесінде әлемнің туристік әулеті де өседі, осыған орай жұрттың жаңа топтары туристік іс-әрекетіне қосылады.

Халық саны өсуінің нәтижесінде халық тығыздығы өседі. Енді тыныш, өркениетпен өзгертілмеген жерді индустриялық дамыған елдерде табу қиын. Осыған орай ірі қалалар мен агломерациялар тұрғындары осындай жерде демалу үшін өз елі мен шет елдеріне алыс сапарға аттанады.

Халықаралық туризмге әсер ететін саяси факторларының ішінде туристердің «экспортерлері» мен «импортерлері» болып саналатын елдердің ішкі саяси жағдайын, елдер арасындағы қатынастар мен олардың туристік байланыстарына жасайтын әсерін, туристерді жіберуші елдердегі және туристік маршруттар өтетін аудандардағы саяси жағдайын атап айту керек.

Ел арасындағы дипломатиялық келісім, туризм бойынша келісімшарттардың болуы, коммуникациялар мен қозғалыс құралдарын бірігіп пайдалану, туристік жарнамамен алмасу елдер арасындағы туристік ағымдардың өсуіне септігін тигізеді. Ең қарқынды туристік байланыстар саяси, әскери және экономикалық бірлестіктерде тұратын елдер арасында байқалады.

### *Қайталау сұрақтары*

- 1. Туризм дамуының әлеуметтік-экономикалық алғышарттарын атап шығып, қысқаша сипаттамаларын беріңіз.*
- 2. Туризм дамуына мемлекеттің әлеуметтік саясаты қалай әсер етеді?*
- 3. Бос уақыттың көбеюі туризм дамуына қалай әсер етеді?*
- 4. Халық табысының өсуі оның туристік белсенділігіне қалай әсер етеді?*
- 5. Туризм дамуына урбандану, демографиялық және саяси факторлар қалай әсер етеді?*

## **§ 3 Туристік-рекреациялық ресурстар**

Туристік-рекреациялық ресурстар ұғымын түсіну үшін ең алдымен географиялық, табиғи, антропогендік (қоршаған) орта ұғымының мағынасын анықтау қажет.

Терминологиялық талқылауға үнілмей-ақ айтсақ, табиғи орта жеті элементтердің жиынтығы болып табылады. Бұл жеті элементтер мынадай: белгілі бір кеңістікте орын тапқан үш биотикалық (өсімдік, жануарлар, топырақ) және төрт абиотикалық элементтер (геологиялық құрылым, жер бедерінің құрылымы, сулар, климат). Табиғи ортада тұратын адам, оны

өзгертіп антропогендік ортаны қалыптастырады. Қорыта айтсақ, географиялық ортаны сегіз элемент құрады: физикалық және биотикалық ортамен бірге адам қалыптастыратын орта, яғни бұл ауылдар, қалалар, фабрикалар, су бөгендері және т. б. сияқты антропогендік элементтері кіретін өзгертілген табиғи орта [32].

Географиялық ортаның осындай барлық элементтері туристік-рекреациялық ресурстар бола алады. Бірақ олар туристердің қызығушылығын туғызғанда ғана туристік-рекреациялық ресурстарға айналады. Мысалға, геологиялық құрылым немесе топырақ туристерді қызықтыра ала ма деген сұрақ қоюға болады. Бұрын ондай болмаған, ал қазір болса, осындай туристік іс-әрекет дамып келе жатыр [32].

Сулардың (теңіздер, өзендер, көлдер, бөгендер), жер бедерінің (таулар, қыраттар және т.б.), климаттың (температура, күн сәулесі, қар, мұз), өсімдік пен жануарлар әлемінің туризмге әсер ететіндігі сөзсіз. Туристерді белгілі бір жерге (аудан, жергілікті жер, маршрут) туристік-рекреациялық ресурстардың жиынтығы (географиялық ортаның бірнеше элементтерінің үйлесуі) тартады.

Я. Варшиньска мен А. Яцковски [33] айтуынша туристік-рекреациялық ресурстар дегеніміз – туристерді қызықтыратын табиғи немесе антропогендік элементтердің (бірге немесе әр-біреуі бөлек) жиынтығы.

Экономикалық әдебиетте туристік-рекреациялық ресурстар табиғи және антропогендік шығу тегі бойынша жіктелетін игілік (қор) ретінде анықталады. Алайда, туристік-рекреациялық ресурстарды жіктеу үшін әдетте шығу тегі критериінің орнына олардың функциялары қолданылады, мысалға, ресурстарды демалысқа, тануға арналған және мамандандырылған ресурстар деп бөледі (4-кесте). Сонымен бірге бұл функциялар туристің ең басты үш түрткісі (мотиві) болып табылады.

Туризмді дамыту мақсатында аумақтардың құндылығын анықтау үшін туристік-рекреациялық ресурстарды зерттеу қажет.

Туристік-рекреациялық ресурстар дегеніміз туристік-экскурсиялық қызметте пайдаланатын қоғамдық қажеттіліктеріне сәйкес технологиялық дәрежеге жетілдірілген белгілі бір мөлшерде өзгертілген табиғи және антропогендік ландшафтардың



жиынтығы. Барлық туристік-рекреациялық ресурстардың жинағын үлкен екі топқа: табиғи және әлеуметтік-экономикалық (мәдени-тарихи) ресурстарға бөлуге болады.

4-кесте

### Туристік-рекреациялық ресурстардың жіктелуі [32]

№	Туристік-рекреациялық ресурстар	Ресурстарды жіктеу критерийлері	Ресурстардың жіктелуі
1	Рекреациялық (демалу үшін)	Демалу физиологиясының көрсеткіштері	1 Қажетті ресурстар (табиғи орта) 2 Пайдаланатын ресурстар
2	Танымдық	Табиғи ортамен генетикалық байланысы	1 Табиғи ресурстар А. Адам ешқандай қатыспай қалыптасқан: - флора мен фауна ерекшеліктері - жартастар - шатқалдар, өзен аңғарлары - сарқырамалар, бұлақтар - үңгірлер мен гроттар - басқа геологиялық объектілер В. Адам жасаған - ескерткіштер - мұражайлар мен табиғи коллекциялар - ботаникалық бақтар - зоосаябақтар С. Заңды түрде қорғалатын объектілер - көрініс пункттері - халық саябақтары - көрініс саябақтары
		Адам өмірімен, жұмысымен және іс-әрекетімен байланысты	1 Антропогендік ресурстар - мұражайлар мен археологиялық резерваттар - этнографиялық мұражайлар мен шығармашылық орталықтары - сәулет өнері мен құрылыс ескерткіштері - өнер мұражайлары мен көркем өнер коллекциялары - биографиялық мұражайлар

			<ul style="list-style-type: none"> <li>- мамандандырылған мұражайлар мен қайталанбайтын объектілер</li> <li>- әскери-тарихи объектілер</li> <li>- естелік орындар мен мұражайлар</li> <li>- шаруашылық іс-әрекет пен техниканың ескерткіштері</li> <li>- қазіргі мәдениет жетістіктері</li> <li>- діни табыну орындары</li> </ul>
3	Мамандандырылған	Табиғи ортаның туризмнің мамандандырылған түрлері үшін жарамдылығы	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Қайықтар мен желкенді кемелердегі саяхаттар</li> <li>2. Балық аулау</li> <li>3. Аң аулау</li> <li>4. Атты туризм</li> <li>5. Альпинизм</li> <li>6. Спелеология</li> <li>7. Сүңгу (дайвинг)</li> </ol>

Л.Н. Багрова, Н.В. Багров, В.С. Преображенскийлердің (1977) анықтамасы бойынша, «табиғи рекреациялық ресурстар» – бұл белгілі уақыт ішінде адамдардың демалысын ұйымдастыруға арналған, рекреациялық іс-әрекет үшін комфортты қасиеттері бар табиғи және табиғи-техникалық геожүйелер мен табиғи құбылыстар [34].

«Әлеуметтік-экономикалық рекреациялық ресурстарға» тарихи-мәдени объектілер (ескерткіштер және атақты жерлер, мұражайлар және т. б.) және құбылыстар (этнографиялық, саяси, өндірістік және т. б.) жатады. Бұл ресурстар бір жағынан материалдық және рухани болып жіктелсе, екінші жағынан жылжымайтын және қозғалатын ресурстар болып топтастырылады.

Материалдық ресурстар өндіріс құралдары мен қоғамның басқа да материалдық құндылықтарының жинағын біріктірсе, рухани ресурстар – қоғамның жетістіктерін білім, ғылым, өнер, әдебиет жағынан қамтиды.

Қозғалмайтын ресурстар тобын тарихи ескерткіштер, сәулет өнерінің объектілері, археологиялық және монументтік құрылыстар құрайды.

Жылжымалы ресурстар тобына өнер ескерткіштері, археологиялық заттар, минералогиялық, ботаникалық және

зоологиялық коллекциялар, деректі ескерткіштер және оңай қозғауға болатын заттар жатады. Мұндай ресурстар тобы әдетте мұражайларда, кітапханаларда, мұрағаттарда шоғырланады.

Тарихи және мәдени ескерткіштер негізгі белгілері бойынша бес түріне: тарихи, археологиялық, сәулет өнері және қала құрылыстық, өнер ескерткіштеріне, дерекнама ескерткіштеріне бөлінеді.

Тарихи ескерткіштерге үйлер, құрылыстар, қоғам мен мемлекеттің дамуына байланысты ескерткіш орындары мен заттар жатады.

Археология ескерткіштеріне қалашықтар қалдықтары, обалар, ескі үйлердің орны, бекіністер, өндіріс және су құбырлары, тасты мүсіндер, тастағы бейнелер жатады.

Сәулет өнері мен қала құрылыстық ескерткіштеріне сәулет ансамбльдері мен кешендері, тарихи орталықтар, алаңдар, кварталдар, көшелер, ежелгі қалалардың қалдықтары; азаматтық, өнеркәсіптік, әскери, діни сәулет өнерінің ескерткіштері, халық сәулет өнерінің ескерткіштері және осылармен байланысты монументалдық, бейне, декоративті-қолданбалы, бақ-парк өнерінің ескерткіштері жатады.

Өнер ескерткіштеріне бейнелеу өнері, декоративті-қолданбалы шығармалар және басқа да өнер түрлерін жатқызуға болады.

Дерекнама ескерткіштері – бұл мемлекет билігінің актілері, бейне-, фотоқұжаттар және таспа жазулар, сондай-ақ көне және басқа қолжазбалар мен архивтер, фольклор мен музыка жазбалары, сирек кездесетін баспалар.

Әлеуметтік-экономикалық рекреациялық ресурстарға тарихпен, мәдениетпен және қазіргі адамдардың іс-әрекетімен байланысты басқа да объектілерді жатқызуға болады. Мысалы, тамаша салынған спорт кешені, хайуанат паркі, ботаникалық бақтар, ғылыми мекемелер, жоғары оқу орындары, өндірістік мекемелер, театрлар, этнографиялық және фольклорлық көз тартарлық көрнекті орындар, халық дәстүрлері және т. б.

Туризмді дамыту үшін табиғи және әлеуметтік-экономикалық қолайлы жағдайы бар аумақтар өзінен-өзі туристік ресурс бола алмайды. Егер оған сұраныс болса және оны игеруге

туристік шаруашылық мүмкіндіктері табылса, онда олар туристік ресурстарға айналады.

Табиғи кешендер туристік-рекреациялық ресурстар класына келесі үлгі бойынша өте алады әлде ондай бола алмайды: 1) туристік сұраныс болмағандықтан табиғи кешендердің ресурстық сипаты жоқ; 2) туристік сұраныстың пайда болуы табиғи кешендерді тексеріп бағалауды қажет етеді; 3) қоғамдық қажеттіліктің арқасында бағалы табиғи кешендер ресурстарға айналады; 4) туристік сұраныстың көбеюі қолайсыз табиғи кешендер өңдеуден өткізіліп, туристік ресурстар класына енгізіле бастайды.

Осындай үлгі бойынша әлеуметтік-экономикалық объектілер де экскурсиялық рекреациялық ресурстар класына өтеді. Туристік сұраныстың арқасында мәдени және этнографиялық объектілер тексеріліп, экскурсиялық туризмге жарамдылығы жағынан оларға баға беріледі. Сұраныстың кеңеюі мен рекреациялық құндылық критерийлерінің дамуы, халықтың мәдени деңгейінің өсуі арқасында пайдаланатын нысандар ауқымы кеңейеді. Олардың көптеген саны арнайы реставрациялық жұмыстарынан кейін экскурсиялық көрсетілім қатарына енгізіледі. Бұрын өмір сүрген ұрпақтардың еңбек өнімі бола тұра, әлеуметтік-экономикалық объектілер мұнда танымдық сипаттағы туристік қызметтерді өндіруге арналған еңбек құралына айналады.

Туристік-рекреациялық ресурстар ғасырлар бойы ресурстар түрлерінің рөлі мен құрылымы, туристік қажеттіліктер көлемі өзгергендігінен тарихи ұғымдарға жатады.

Туризмнің әрбір түрінің ресурстары өзіне тән ерекше ресурстар болып табылады. Санаторлық-курорттық емдеу үшін минералды сулар мен балшықтар, ауа райы мен климат, үңгірлер мен тұз қазбалары (спелеотерапия) қолданылады. Сауықтыру демалысы үшін жайлы, қолайлы климат, жұмсақ маусым, су, өсімдік, жер бедері және ландшафтың басқа компоненттері қажет. Спорттық туризм үшін жорық жасау мүмкіндігі, белгілі қиындық дәрежедегі кедергілер, арақашықтық, жұрттың тығыз орналаспауы және т. б. қажет. Экскурсиялық туризмнің нысандарына келсек, олар мынадай: мәдени-тарихи және табиғи нысандары, қайталанбайтын

шаруашылық нысандары, фольклорлық мерекелер мен халық мәдениетінің элементтері (ұлттық ойындар, қолөнер, қолданбалы кәсіптер).

Туристік-рекреациялық ресурстардың маңызды сипаттамалары мынадай:

1) ТРЖ-нің әлеуеттік сыйымдылығын анықтайтын қордың мөлшері (минералды сулар дебиты; қолайлы рекреациялық аумақтардың көлемі, туристік орталықтардың экскурсиялық әлеуеті); игерілу деңгейі, жүктемелерді реттеу;

2) потенциалды рекреациялық жерлерді анықтауға және санитарлық қорғау шеңберлерін орнатуға мүмкіндік беретін ресурстардың таралу ауданы (сулы қабаттардың көлемі, жағажайлардың аумағы, территорияның суғарылуы, орман аумағы, тұрақты қар жамылғысының шекаралары);

3) туризм маусымын, туристік ағымның ырғақтығын анықтайтын эксплуатациялық кезең (климаты қолайлы кезеңнің ұзақтығы, суға түсу мезгілі, тұрақты қардың жатуы);

4) көптеген ресурс түрлерінің территориялық тұрғыдан қозғалмай жатуы, рекреациялық инфрақұрылым мен ағымдарды өзіне шоғырландырып тартуына себепші;

5) ақша капиталының аз жұмсалуды және пайдалануға кететін шығындардың тым жоғары болмауы инфрақұрылымды жылдам құруға және әлеуметтік-экономикалық нәтиже алуға, сондай-ақ ресурстардың кейбір түрлерін жеке қолдануға мүмкіндік береді;

6) табиғатты тиімді пайдалану нормаларын сақтай отырып, культивация және сапасы жоғары жабдықтарды пайдалану арқылы туристік-рекреациялық ресурстарды көп рет пайдалану мүмкіншілігі.

Демалыс пен туризм үшін пайдалынатын ресурстарды тікелей және жанама түрлеріне бөлуге болады. Біріншісіне туристердің өздері қолданатын ресурстар, яғни ландшафтың көз тартарлық ерекше сұлулығы және экзотикалығы, жергілікті жердің емдеу-сауықтыру қасиеті, тарихи-мәдени ескерткіштері және басқа да танымдық объектілері жатады. Тікелей туристік ресурстарды игеру үшін жанама ресурстарын, яғни шикізат, энергетикалық-жанармай, материалдық, қаражат, еңбек ресурстарын тарту қажет.

Туристік-рекреациялық ресурстар туризмнің аумақтық ұйымдастырылуына, туристік аудандар мен орталықтардың қалыптасуына әсерін тигізеді. Бірақ олар тікелей түрде әсер етпейді. Олар көптеген әлеуметтік-экономикалық факторлардың, ең алдымен туристік қажеттіліктердің көлемі мен құрылымының әсерімен іске асырылады. Туристік-рекреациялық іс-әрекеттің аумақтық ұйымдастырылуының ұзақ мерзімді болжамы барлық рекреациялық ресурстарды анықтауды, есептеуді және бонитировка жасауды қажет етеді.

### *Қайталау сұрақтары*

- 1. Географиялық, табиғи, антропогендік (қоршаған) орта анықтамаларының айырмашылықтарын көрсетіңіз.*
- 2. Туристік-рекреациялық ресурстар анықтамасын беріңіз. Ресурстар мен даму алғышарттары арасындағы айырмашылық неде?*
- 3. Табиғи туристік-рекреациялық ресурстар деген не?*
- 4. Әлеуметтік-экономикалық туристік-рекреациялық ресурстар деген не? Олар қалай жіктеледі?*
- 5. Алғышарттар туристік-рекреациялық ресурстар дәрежесіне қалай өтіп кетеді?*
- 6. Туристік-рекреациялық ресурстардың сипаттамасын беріңіз.*
- 7. Тікелей және жанама туристік-рекреациялық ресурстар деген не?*

## **§ 4 Территорияға рекреациялық баға берудің әдістемесі мен критерийлері**

Туризмнің ғылыми зерттеулері жаңа әдістемелік тетіктерді қажет етеді. Туризм географиясының қазіргі кезеңі – бұл жүйелену, жіктеу, теориялық тұжырымдамалар, қолдағы білімдер синтезінің кезеңі. Туризм жөніндегі әртүрлі көзқарастарды жалпы тұжырымдамаға біріктіретін жалпы әдістемелік негізі – жүйелік тәсіл. Оның мақсаты – объектілердің (мұнда қарастырып отырған объект – туризм) жүйелер ретіндегі мәнін ашу,

олардың ішкі және сыртқы байланыстарын зерттеу, жүйелердің тұрақты құрылымын қалыптастыру, тетіктерін анықтау болады.

Туризм географиясының әдістемелігі қазір даму жолында. Оған кіретін әдістер саны өте көп. Жалпы айтқанда әдіс дегеніміз – бұл тәсіл, мақсатқа жету жолы, әрекеттер қалпы. Туризм географиясы әртүрлі жаратылыстану және қоғамдық ғылымдардың әдістерін пайдаланады. Дәстүрлі географиялық әдістердің ішіндегі туризм географиясы үшін ең бастылары – типологиялық, салыстырмалы-географиялық, картографиялық әдістер. Олармен бірге туристер мен туристік индустрия қызметкерлерінің социологиялық зерттеулер әдісі, физиологиялық және ағымдағы дәрігерлік бақылау әдісі (климат факторлары мен микроклиматтық жағдайлардың, жер бедерінің, өсімдіктің және т. б. адам ағзасына жасайтын әсерін талдау), математикалық, математикалық-статистикалық әдістер қолданылады. Өрістегі және камералдық әдістер жақсы нәтижелерді көрсетеді.

Демалыс пен туризм үшін табиғи ортаның ресурстарына баға беріп, жарамдылығын анықтау – туризм географиясының ең басты мақсаты. Мәдени және тарихи объектілерінің туристік-рекреациялық ресурстардағы маңызды, табиғи жағдайлардың алатын орны да ерекше, себебі рекреация мен туризмнің дамуының негізгі алғышарты табиғи орта болып табылады. Сондықтан, КСРО және шетелдік зерттеушілер ертеден-ақ географиялық әдебиетте туристік-рекреациялық ресурстардың табиғи жағына ерекше баға берген.

Рекреациялық табиғи шарты ретінде табиғи-аумақтық және аквады кешендер және олардың компоненттері мен жеке қасиеттері болып табылады, олардың ішінде аттрактивтілік, контрасттылық, кедергілерден өту мүмкіндігі, экзотикалық, қайталанбайтын немесе үлгі болатын сипаты, табиғи нысандарының ауқымы мен формасы және олардың орналасуы.

Алғашқыда табиғи ресурстар мен аумақтар санаторлық-курорттық яғни емдік мақсаттарда бағаланған. Кейін табиғи кешендердің рекреациялық бағалану қағидаларына, әдістемесіне және критерийлеріне назар аударыла бастады. Ресурстар мен шарттар демалыс пен туризм ұйымдастырушылар жағынан да,

саяхатшылар жағынан да қарастырылғандықтан оларға баға беру өте қиын.

Табиғи әлеуеттің демалыс пен туризм үшін баға беру критерийлерін көптеген ғалымдар іздестіруде. Осындай зерттеулердің ішінде Л.И. Мухинаның «Принципы и методы технологической оценки природных комплексов» [35] еңбегін атап айту қажет. Л.И. Мухина рекреациялық баға беру мәселесін әлеуметтік мәселелер қатарына қояды. Бұл жұмыста аумақтың рекреациялық әлеуетін демалушылардың демалыс шарттарына деген көзқарастарына негізделген баға беру нұсқаулары берілген. Мұнда табиғи ортаның демалысты ұйымдастыру үшін физиологиялық жайлылығы мен ландшафтардың, табиғи және мәдени-тарихи нысандарының әлеуметтік-психологиялық аттрактивтілігін ескеру ұсынысы берілген.

Қазіргі кезде аумақты бағалаудың бірнеше әдістемесі жасалған. Алайда, ғылымның медициналық-биологиялық, әлеуметтік, психологиялық салаларында демалушылардың табиғи кешендеріне қоятын талаптары әзірше дұрыстап анықталмаған.

Демалыс пен туризм үшін табиғи жағдайына баға беру өте қиын. Емдік ресурстарына баға беруден айырмашылығы, мұнда пейзаждың тартымдылығы, экзотикалығы, қайталанбайтындылығы бағаланады.

Баға беру субъекті мен объектінің арасындағы қатынастарды көрсетеді. Сондықтан баға беру реті төмендегідей міндетті кезеңдерден тұрады:

1) баға берудің объектісін анықтау, яғни табиғи кешендердің компоненттері мен қасиеттерін бағалау;

2) субъектіні анықтау, оны позициясы бойынша бағалау. Рекреациялық ресурстардың баға беру субъектісі ретінде туризм жиі қолданылады;

3) зерттеудің мақсатымен және субъектінің қасиеттерімен анықталатын баға берудің критерийлерін бөлу;

4) баға беру шкалаларының көрсеткіштерін құрастыру. Шкалалар субъекті мен объектінің арасындағы бағалық қатынастарды көрсетеді. Бұл жағдайда шкала сатылардың саны жөнінде сұрақтар туады. Көбінесе 3-4 немесе 5-6 сатылар қолданылады. Әрбір саты объекті мен субъектінің арасындағы байланыстың интенсивтілігінің көрсеткіші болып табылады.



Рекреация үшін бағалаудың 5-сатылы шкаласы келесі градациядан тұрады: 1 - ең қолайлы; 2 - қолайлы; 3 - біршама қолайлы; 4 - аз қолайлы; 5 - қолайсыз.

Мысал ретінде КСРО ҒА география институтының КСРО орталық аумақтары үшін жасалған суаттарды шомылу мақсатында (5-кесте) бағалау шкаласын (ең қолайлы жағдайға 4 балл беріледі) қарастырайық.

5-кесте

### Жер алаңдарына шомылу үшін қолайлылығына баға беру [2]

№	Көрсеткіш	Сипаттама	Баға (балл)
1	Таяз су зонасының ені, м	5-10	4
		10-20	3
		20-40	2
		40-100	1
		> 100	0
2	Таяз су зонасының түбіндегі топырақ литологиясы	күм	4
		ұсақ қиыршық тас	3
		дөңбек тас	2
		саз	1
		түнба	0
3	Судың орташа тәулік температурасы 18-22 °С болатын жазғы күндерінің саны	80	4
		60-80	3
		50-60	2
		30-50	1
		< 30	0
4	Ағыс жылдамдығы, м/с	0	4
		0-1	3
		1-2	2
		2-3	1
		3	0
5	Жағалау маңындағы су өсімдігінің аумағы, су периметрінің 100 метріне келетін %	0	4
		0-10	3
		10-50	2
		50-80	1
		>80	0

Сатылар арасындағы интервал сұрағы да әзірше шешілмеген. Оған жауап беру үшін объекті мен субъекті арасындағы байланыстар тікелей немесе тікелей емес екендігін анықтау қажет.

Туристік-рекреациялық ресурстарға баға бергенде бағаланатын объектінің (ресурстың түрі, объект немесе аумақ) және субъектінің (туризмнің түрі, рекреациялық шаралардың циклі, демалушылардың категориясы) ерекшеліктерін ескеру қажет.

Туристік ресурстарға баға берудің негізгі үш түрі бар:

1. Медициналық-биологиялық (физиологиялық) баға беру – демалысты ұйымдастыру үшін табиғаттың комфорттық дәрежесін табу;

2. Психологиялық-эстетикалық баға беру – демалушыларға тиетін табиғат ерекшелігінің эмоциялық әсерлеріне талдау жасау;

3. Технологиялық баға беру – мамандандырылған және кешенді ТРЖ қалыптасуының мүмкіндіктерін және туризмнің әралуан түрлерін ұйымдастыру үшін ресурстардың жарамдылығын анықтау.

Ресурстардың құндылығын анықтау және олардың түрлерін тиімді пайдалану үшін, рекреациялық ресурстардың кешенді сипаты баға берудің үш түрін үйлесімді болуын қажет етеді.

**Баға берудің медициналық-биологиялық түрі** табиғи факторлардың адам ағзасына тигізетін әсерін көрсетеді. Бұл жағдайда рекреанттың организм үшін комфорттылығы да бағаланады. Медициналық-биологиялық баға бергенде климат басты рөл атқарады. Климатологтар мен курортологтар демалыс пен туризм үшін климаттық ресурстарға баға беру әдістері жүйесін ұсынған. Климат дегеніміз белгілі бір аудандарға лайықты ауа райының көп жылдық режимі. Оның адамға әсері нақтылы ауа райы арқылы беріледі.

Климатқа рекреациялық баға бергенде адам организмінің метеорологиялық факторларға байланысын тексеру қажет. Курортологтар ауа райының адамға жасайтын физикалық әсерімен бірге оның эмоциялық әсерін де ескереді.

Ұзақ уақыт бойы ауа райының адам ағзасына әсер ететін элементтері мен құбылыстарын өлшеу әдістері іздестірілген. Бірақ адам ағзасына бір мезгілде көптеген метеорологиялық элементтер әсер етеді, сондықтан мұндай іздестірулер нәтижесіз болды. Әдістерді таңдау барысында шартты (эффektivті) температураның жүйесі құрастырылған. Осындай шартты температуралар метеорологиялық көрсеткіштердің (ауаның

температурасы, оның ылғалдылығы, жел күші мен күн радиациясы мен ұзын толқынды сәулелену интенсивтілігі) кешенді әсерін сипаттайды.

Температура мен ылғалдылықтың әсерін сипаттайтын кешенді көрсеткіш *эффективті температура* (ЭТ) деп аталады. Температура, ылғалдылық және жел жылдамдығын сипаттайтын кешенді көрсеткіш – *эффективті-эквивалентті температура* (ЭЭТ). Температура, ылғалдылық, жел күші және күн радиациясын сипаттайтын кешенді көрсеткіш *радиациялық-эквивалентті температура* (РЭТ) деп аталады. РЭТ есептері күн сәулесінің адам денесін қыздыратынын көрсетеді. 1 минутта адам денесінің 1 шаршы сантиметріне күн энергиясының 0,7 кіші калориясы келіп тұрса, адам оны температураның 3° көтерілгеніндей болып сезінеді. Кесте мәліметтеріне сүйенсек, жоғары температураны ауа құрғақ болған кезде оңай шыдауға болатыны анық.

Адам организмі үшін қолайлы температура мен ылғалдылықтың үйлесімді көрсеткіштері 6 кестеде көрсетілген (6-кесте).

6-кесте

### **Адам ағзасына қолайлы температура мен салыстырмалы ылғалдылық үйлесімі [1]**

Температура, °С	Салыстырмалы ылғалдылық, %
20	85
25	60
30	44
35	33

Шартты температура жүйесімен «комфорт зонасы» байланысады, көптеген адамдар үшін оның температурасы 17° пен 23°С арасында болады. Белсенді рекреанттар үшін «комфорт зонасы» 12° пен 16° арасындағы эффективті-эквивалентті температурада бола алады. «Комфорт зонасынан» тыс эффективті-эквивалентті температура адам ағзасына қолайсыз. «Комфорт зонасы» адамның денсаулығына және жыл мезгіліне қарай өзгеріп тұрады.

Медициналық-биологиялық баға берудің келесі әдісі – кешенді климатологиялық әдісі. Бұл әдіс адам организміне тигізетін метеорологиялық элементтер кешенінің әсерін ескереді. Бұл әдіс арқылы «тәулік ауа райы» мен «бір мезет ауа райын» және ауа райы өзгеруінің жылдамдығын сипаттауға болады. «Тәулік ауа райы» түсінігін қолдану себебі адам ағзасының көптеген функцияларының ауа райының тәуліктегі өзгерістеріне байланысты болуы. Алдында өткен түн мен келесі күннің метеорологиялық жағдайлары бір-бірімен байланысты, бұл жағдай адамның тәуліктік ритмикасын анықтау үшін өте маңызды.

«Тәулік ауа райы» ұғымы курорттық аудандар климаттарын зерттеп салыстырған кезде өте пайдалы болды. Ауа райы оның морфологиялық негізінде құрастырылған классификациясы арқылы сипатталады. Бұл жіктелуге ауа райының 16 класы кіреді, оның ішінде аязсыз ауа райы тобы (8 класс), ауа температурасы 0°-тан өтетін ауа райы (2 класс) және аязды ауа райы (6 класс).

Соңғы жылдары ауа райының күрт өзгерісі көрсеткішін бағалау қолдануда. Ауа райының күрт өзгерістерге ұшырауы ағзаның физиологиялық функцияларының ойдағыдай өзгерістеріне әкеліп соғады. Мұндай өзгерістер атмосфералық фронттар өткен кезде және жергілікті циркуляция жағдайында да байқалады. Өзгеріс көрсеткішінің мөлшеріне қарай (пайыз) ауа райының мынадай режимдері: өте тұрақты (25%), тұрақты (25-34%), құбылмалы (35-50%) және өте құбылмалы (50%) режим болады. Ауа райының өзгеріс көрсеткіші жоғары болса, ауа райын болжау қиынға түседі.

Климаттық зерттеулермен бірге климаттық факторлар әсеріне ұшыраған ағзаның күйін суреттейтін көрсеткіштер іздестірілуде. Климат ерекшеліктері мен ағза күйі арасындағы байланыстарды табудың жиі қолданылатын әдістерінің бірі – сұрапталған топ ішінде олардың субъективті пікірлері жөніндегі сауалнама жасау. Объективті бағалау критеріі ағзаның терморегуляторлық тетіктерінің кернеуі болып табылады. Ол адам денесінің орташа температурасының немесе терлеу көлемінің өзгеруі бойынша анықталады.

Адам терісінің орташа температурасына байланысты жылу сезімін ескеруімен ауа райы түрлері тоғыз категорияларға – өте суықтан өте ыстыққа дейін бөлінеді. Ыстық болған кезде адам терісінің температурасы көп өзгермейтіндігінен ыстық ауа райының әсерін бағалау үшін терлеу көрсеткішін қолданған жөн.

Комфорттық жағдай – дене терісінің орташа температурасы 31-33° болған кезде байқалады, бұл жағдайда адам ыстықтамайды да, тоңбайды да. Температураның белгілі бір мөлшерге төмендеуі адам денесінің белгілі бір мөлшерде салқындауына әсер етеді. Көрсетілген әдістерді қолданып, бірқатар қолданбалы мақсаттарды шешуге болады: демалыс, туризм, емдеу үшін климаттың қолайлылығы бойынша географиялық аудандастыруды жүргізуге болады. Адам организмі үшін қолайлы ортаның ұзақтығы – климатқа медициналық-биологиялық баға беру жұмысының негізгі көрсеткіші болып табылады.

Тау аймақтарының климатын бағалау әдістемесі жөнінде атап айту керек. Біріншіден, тау климаты теңіз деңгейінен жергілікті жердің биіктігіне, беткей көлбеуі мен бағытына, жер бедеріне қарай жылдам өзгерістерге ұшырайды. Екіншіден, өзіне тән ерекшеліктерімен бірге, айналасындағы ландшафт сипаттарына да ие болады. Таулы аудандарының климаттық жіктелуі тау курорттарының классификациясында көрініс табады. Бұл классификацияда курорт мамандандырылуы; тау аймағы орналасқан табиғи зонасы; биіктік белдеуі (аласа таулы – 1000 м-ге дейін, орта таулы – 1000-2000 м, биік таулы – 2000 м-ден жоғары); курорт ауданындағы өсімдік көрсетілген.

Негізгі көрсеткіші адам ағзасы үшін қолайлы мезгіл ұзақтығы болып табылатын климаттың медициналық-биологиялық бағалануы әсіресе территориясы үлкен елдер үшін қажет. Осындай жұмыстар шетелдік туризм дамуы үшін де маңызды. Олардың қорытындылары жолнамалар мен жарнама-лық буклеттерге енгізіледі.

**Психологиялық-эстетикалық баға бергенде** адамға тиетін табиғи ландшафттың ерекшеліктерінің эмоционалды әсері бағаланады. Баға берудің әдістемесі өте күрделі. Сондықтан ол кез келген табиғи кешенге адамның эмоциялық реакциясымен анықталып қана қояды.

Сұлулықты аңсау адамның рухани дүниесінің ең маңызды қырының бірі болып табылады. Осыған орай табиғи туристік-рекреациялық ресурстарды бағалаған кезде оларды психологиялық-эстетикалық жағынан қарастырған жөн болады. Басқа қасиеттері теңдес болған жағдайда эстетикалық қасиеттері жоғары аумақтар рекреанттарды өзіне көбірек тартатыны белгілі.

Ең соңғы уақытқа шейін ландшафтың эстетикалық құндылығы жөніндегі көзқарастар ландшафтық сәулетшілер талғамдары мен пікірлеріне ғана негізделген. Соңғы жылдары психологтар, социологтар және географтар ландшафтың эстетикалық қасиеттерін өлшеу үшін бірқатар көрсеткіштер ұсынған. АҚШ-тың ұлттық паркінде туристердің орналасуы туралы зерттеудің нәтижесі көрсеткендей, ең жоғары тартымды әсерді шеткі зоналар мен фокустік пункттер алып тұратыны анықталды. Шекаралық зоналар деп әр түрлі екі ортаның арасындағы шекаралық сызықты айтады: су – құрлық (күшті әсер), орман – алаңқай (орташа әсер), төбешіктер – жазық (шамалы әсер) (7-кесте).

7-кесте

**Табиғи кешендер жұптарының контраст деңгейіне  
салыстырмалы баға беру  
(Ю.А. Веденин, Л.С. Филиппович, 1975)**

№	Табиғи кешендерінің жұбы	Баға (балл)
1	Орман-суат	4
2	Орман (өріс)-суат	3
3	Орман-жайылым (өріс)	3
4	Қалың бұталар-жайылым (өріс)	2
5	Орман-қалың бұталар	2
6	Өріс-жайылым	1

Бірқалыпты орманды алаптар, батпақтар немесе аса ылғалды жерлер, ландшафты қатты ыдырап кеткен жерлер ешкімді қызықтырмайды. Осындай бақылаудың арқасында сандық көрсеткіштерді шығаруға мүмкіндік туды, жеке алғанда аумақтың «шеттік» әсерлерімен қанықтық көрсеткіші:

$$K_{ш.э.} = L_{ш} / S,$$

мұнда  $L_{ш}$  – шеттік сызықтың ұзындығы,  $S$  – аумақтың көлемі.

Аумақтың фокустік пункттермен қанықтығы көбінесе жер бедеріне байланысты. Ландшафттың осы қасиетін бағалау үшін, мысалы, орташа максималды салыстырмалы биіктіктердің аумақ бірлігіне деген қатынасын қолданады.

Көптеген зерттеушілердің айтуынша, эстетикалық құндылық ландшафтың морфологиялық құрылымына, табиғи пейзаждың әртүрлілігіне тәуелді. Осыдан «табиғи пейзаждың әртүрлілігі» деген түсінік енгізілді. Бұл түсінік 1) табиғи кешеннің ішкі құрылымынан; 2) басқа табиғи кешендермен сыртқы байланыстан тұрады.

Табиғи пейзаждың ішкі әртүрлілігі ландшафтың ішкі морфологиялық құрылымы арқылы анықталады (жер бедері, өсімдік түрлері, гидрологиялық ерекшеліктері, әртүрлі компоненттердің өзара байланысы және т. б.). Табиғи пейзаждың ішкі әртүрлілігінің мынадай көрсеткіштері болады: ландшафттың морфологиялық бөліктерінің контурларының ландшафтық аудан көлеміне деген қатынасы; морфологиялық бөліктері түрлерінің ландшафт ауданына қатынасы; фондық доминанталар мен құрылымдық детерминанттардың маршруттағы жиілігі.

Табиғи кешендердің эстетикалық ішкі қасиеттері мынадай көрсеткіштермен де сипатталады: орманның тығыздық дәрежесі, ағаштардың толықтығы, орманның жік қабаты, балауса орман ағаштарының молдығы және т. б. Тегістіктегі орманды аудандар үшін басым белгі – кеңістіктің орман тығыздығының дәрежесі. Орман тығыздығының пайызына байланысты кеңістік ашық, жартылай ашық және жабық болып бөлінеді.

Мысалы, орманның тығыздығы 50% асқанда ландшафтың эстетикалық қасиеті төмендейді. Қалың орман ішінде рекреант жаяу жүргенде жылдам шаршайды және табиғат пейзаждарының өзгерістерін дұрыс қабылдай алмайды. Ең жоғары баллды жартылай ашық кеңістік алып тұрады. Ашық кеңістіктер де жалықтыруы мүмкін.

Жер бедері мен өсімдіктің үйлесуі де маңызды болады. Төбелі жер бедерінің биік жерлерінде орналасқан орташа биік орманымен үйлесуі ландшафттың тілімделуін күшейтіп көрсетеді, ал ойпаттарда орман орналасса ландшафт жазық болып көрінеді. Бірінші мысалда эстетикалық бағасы жоғары, екіншісінде бағасы төмендейді.

Сыртқы пейзаж әртүрлілігі көршілес табиғи кешендерінде көрініп тұратын пейзаждық әралуандығымен сипатталады. Жазық жерлерде таулы аудандарға қарағанда табиғи кешеннің сыртқы айналасының эстетикалық қасиеттері шамалы рөл ойнайды. Жазықта эстетикалық жағынан орман аумақтары маңызды орын алады.

Сыртқы пейзаж әртүрлілігінің көрсеткіштері мынадай: бірден көрінетін көрші табиғи кешендердің саны, сыртқы табиғи пейзаждарды қабылдау бұрышының тікелей және көлденең мөлшері, көкжиек сызықтарын кесілуі, сонымен қатар сыртқы пейзаждарды жақсы көру үшін көп орындардың пайда болуы. Мысалы, таулы аудандарда ең жоғарғы бағаны тау шыңдары алуы керек, себебі солар арқылы барлық табиғи кешендер жақсы қабылданады, ең төменгі бағаны – тау шатқалы алып тұрады. Сыртқы пейзаждарды көру бұрышы үлкен болса, көршілес кешендердің көрінісі кең болады, пейзаждардың әртүрлілігі жоғары.

Психологиялық-эстетикалық бағалаудың жаңа түрлері – табиғи кешеннің экзотикалық және қайталанбау сипаттары. Экзотикалық сипаты дегеніміз демалыс орнының турист тұратын жеріне ұқсамау мөлшері. Қайталанбау сипаты – нысандар мен құбылыстардың кездесу (қайталану) немесе кездеспеу (қайталанбау) жиілігі.

**Технологиялық баға беру:** адам мен табиғи ортаның өзара байланысы рекреациялық іс-әрекеттің «технологиясы» мен техникасы арқылы ерекшеленеді. Бағаның бұл түрі екі аспектіні камтиды. Бір жағынан, технологиялық баға беру бүкіл рекреациялық жүйедегі жұмыстарының мүмкіндіктерін бағаласа, екінші жағынан аумақты игеру үшін инженерлік-құрылыс мүмкіндіктерін бағалайды. Мұнда рекреант көзқарасынан бағалау субъекті рекреациялық сала болады. Рекреациялық салада пайдалануы үшін табиғи кешен біршама халықтың демалысы мен санаторлық емдеуін ұйымдастыруға жарайтын қасиеттеріне (жайлылық, шипалық қасиеттері және т. б.), қоры мен көлеміне және ұзақ уақыт пайдалану мүмкіншілігіне ие болуы қажет.

Туристік-рекреациялық ресурстарды бағалау үшін ең қолайлы тәсіл – ландшафтық картаны пайдалану, себебі мұндай



жағдайда бағалау объекті ретінде синтетикалық бірліктер – табиғи аумақтық кешендер болады. Бірлік дәрежесі зерттеу және оған сәйкес карталардың масштабымен анықталады: орта масштабта – аудандар, ландшафтар немесе олардың ірі бөліктері (жергілікті жерлер), ірі масштабта – урочище (мекендер) мен фациялар.

Ең алдымен рекреацияның шектеулер сұлбасы құрастырылады, ол үшін табиғи және шаруашылық шектеуші факторлар ескеріледі. Тек осыдан кейін баға беру жұмысына кірісуге болады. Шектеуші факторлар мынадай болуы мүмкін: климаттың қолайсыздығы, жыртқыш жануарлардың кездесіп қалу мүмкіндігі, санаторлық-курорттық емдеу үшін қолайсыз микроклиматтық жағдай; жағажай, су, құрылыс жерінің жетіспеуі және т. б. Алдын ала табиғи аумақтық кешендердің қазіргі пайдалану сұлбасы құрастырылады және халық шаруашылық жоспарлары ескеріледі. Қалалар мен өнеркәсіп нысандарының әсер ету зоналары, пайдалы қазбаларды өндіру орындары, ауыл шаруашылық жерлері және т.с.с. бағаланатын аумақтарға кірмейді.

Технологиялық баға беру критерийлерін таңдау – кәдімгі үлкен зерттеу жұмысы, ол әлі де толығымен аяқталған жоқ. Критерийлер біздің субъект-объект қатынастары жөніндегі білімімізді көрсетеді. Ал біздің қарастырып отырғанымыз жеке тұлғалар мен әлеуметтік топтардың талаптары емес, бүкіл сала болғандықтан, баға беру субъектісі жалпылану керек, тіпті кейбір субъективтік талаптар қарастырылмау керек. Сонда баға беру субъекті ретінде рекреациялық шаралар түрі, олардың кешені, демалыс пен туризм формалары мен түрлері және т. б. қарастырылуы мүмкін. Ал енді шаруашылық іс-әрекетінің ірі аялары үшін жер бөліну бойынша екіталай жағдай туындаған кезде аумақты бүкіл рекреациялық сала үшін бағалау қажеттілігі пайда болуы мүмкін.

Баға беру жұмысының соңғы кезеңі – бағаның түрін анықтау. Қазіргі шақта бағаның екі түрі бар: сапалық және баллдық. Сапалық баға аумақтардың морфологиялық құрылымының анализі бойынша бағалық белгілерді логикалық түрде дәлелдеуге мүмкіндік береді. Соның негізінде қысқаша сипаты бар баллдық баға дұрыс қойылады. Сонымен қатар, матема-

тикалық әдістерді қолданған кезде сапалық тетік факторлардың салмақтарын дәлелдеуге мүмкіндік береді.

Рекреация үшін табиғи жағдайларға баға берудің критерийлерін анықтау жұмыстарымен көптеген елдердің ғалымдары айналысады. Осындай зерттеулердің арасында 1973 жылы шыққан Д.И. Мухинаның «Методы и принципы технологической оценки природных комплексов» (Табиғи кешендерге технологиялық баға берудің әдістері мен принциптері) атты жұмысы маңызды болып табылады. Бұл еңбекте рекреациялық бағалау үшін әдістемелік ұсыныстар келтірілген. КСРО-ң табиғи аймақтарына рекреациялық баға беру әдістемелері туралы 1969 жылы шыққан Ю.А. Веденин мен Н.Н. Мирошниченконың жұмысы бар.

Я. Варшиньска (Польша, 1974) табиғи ресурстарының туризм мен демалыс мақсаттарында бағалауды сандық көрсеткіштерін таңдап алынған математикалық функция арқылы өтетін трансформациясына негізделген баға беру әдісін ұсынған. Бұл ұсыныс Краков аймағын тау туризмі мақсатында бағалау үшін қолданылған. Ол үшін негізгі ландшафттық сипаттамалар: жер бедері, гидрографиялық торы, өсімдік ескерілген.

Бұл тақырыптағы жұмыстар әсіресе 60-шы жылдардың соңынан бастап белсене жүргізілуде. Жалпы туристік қасиеттер жүйеленетін, терминология анықталатын теориялық жұмыстармен бірге туристік қасиеттердің аттрактивтілігін (тартымдылығын) анықтауға арналған жұмыстар жүргізіліп жатыр. Мұнда қолданатын ең сүйікті әдіс – бонитировка әдісі. Бұл әдіс кең қолданылады және мұнда субъективтік элементтерден құтылу әрекеттері жүргізіледі, себебі субъективтік фактор баға бергенде дұрыс қорытынды жасауға кедергі болады. Кейінгі кезде «тартымдылық (жарамдылық) коэффициенті» деген синтетикалық көрсеткіш қолданылады. Ол 0-ден 1-ге шейін өзгереді, және 1 дегеніміз тартымдылықтың максималды деңгейі болып табылады.

Демалушылар мен туристердің табиғи-рекреациялық айналасына деген таңдау сипаты бәріне мәлім. Рекреациялық зонасының табиғаты әртүрлі болған сайын, оның табиғи элементтерінің саны да көп болады, және рекреациялық іс-әрекеттің көптеген түрлеріне қолайлы болады. Рекреациялық

жергілікті жерді функциялары бойынша бағалау көптеген элементтерге тәуелді. Мұнда рекреациялық жергілікті жер деп рекреациялық мақсатта қолдану алғышарттарына ие болатын табиғи кешенді айтамыз. Жергілікті жер функциялары дегеніміз табиғи кешеннің рекреациялық іс-әрекет түрлері үшін пайдалану мүмкіншілігі. Рекреациялық іс-әрекет түрлері, яғни функциялар саны сандық көрсеткіш арқылы сипатталады, әрбір функция бір түріне теңдес.

Рекреациялық жергілікті жердің қабілеті жететін функциялар суммасын білсек, оның тартымдылық (жарамдық) коэффициентін табуға болады. Ал осы коэффициент арқылы қандай да болсын аймақтың рекреациялық жергілікті жерлердің бағалануы өткізіледі.

Тартымдылық (жарамдылық) коэффициенті бойынша рекреациялық жергілікті жерді бағалау үшін ландшафтық карта, ландшафтық сипаттама және зерттелу аймағының рекреациялық функцияларының суммасы қажет.

Тартымдылық (жарамдылық) коэффициенті бойынша рекреациялық жергілікті жерлердің бағалану бағдарламасы мынадай кезеңдерден тұрады:

а) аталған аймақта мүмкін болатын рекреациялық іс-әрекет түрлерін болжап, зерттеу және олардың санын анықтау;

ә) рекреациялық жергілікті жер мен айналасын сипаттайтын материалдарды талдау, мұнда табиғи компоненттер бөлек түрде және біріктіріліп зерттеледі;

б) әртүрлі рекреациялық іс-әрекет жүргізу мүмкіншіліктерін анықтау;

в) рекреациялық жергілікті жер функцияларының суммасын есептеу;

г) аталған жердің жарамдылық коэффициентін ( $K_{ж}$ ) мынадай формула бойынша есептеу:

$$K_{ж} = C_{фа} / C_{фж},$$

мұнда  $C_{фа}$  – аймақ функцияларының суммасы;  $C_{фж}$  – жергілікті жер функцияларының суммасы.

Сонымен бірге туристік-рекреациялық ресурстарды дифференциалдық рентаның қалыптасуын ескеруімен, бір тектес

ресурстарды игеру құндарын салыстыру арқылы, рекреациялық қызметтің экономикалық эффектін анықтау арқылы, рекреациялық ресурстарды пайдаланудан түсетін табысты анықтау арқылы бағалау әдістері жасақталуда.

Табиғи ресурстарды демалыс пен туризм мақсатында антропогендік жүктеме нормаларына сәйкес пайдалану қажет. Осындай нормаларды анықтау үшін биологиялық және психологиялық әдістер қолданылады. Биологиялық әдіс бойынша туристік ауыртпалық табиғи кешен өз биологиялық қасиеттерінен айырылмай шыдай алатындай 1 гектарға келетін адамдар санымен анықталады. Бұл көрсеткіштер әртүрлі табиғи кешендер үшін бірдей емес және олардың антропогендік әсеріне деген шыдамдылығына, мысалы, тапталуға, топырақтың нығыздалуына, тамырлардың бұзылуына тәуелді. Орман мен жайылым биоценоздарына түсетін рекреациялық ауыртпалықтың рұқсатты нормалары 8-ші кестеде көрсетілген.

8-кесте

### **Рұқсат берілген рекреациялық жүктеме нормалары [36]**

№	Табиғи кешен	Норма, адам/га
1	Өте құрғақ топырақтағы қарағай орманы	0,5-1
2	Құрғақ топырақтағы қылқанды орман	1-2
3	Аралас және жапырақты құрғақ орман	2-3
4	Құнарлы топырақтағы жалпақ жапырақты орман	3-5
5	құрғақ аңғардағы, жайылмадағы, ойпаттағы және басқа да орташа ылғалды жерлердегі жайылымдар.	5-10 10-20

Туризм мен демалыс ресурстарына табиғи ресурстарымен бірге антропогендік (мәдени) ландшафтар ресурстары да жатады. Мәдени-тарихи әлеует дегеніміз – бұл тарихи ескерткіштер, естелік орындары, колөнер, мұражайлар және материалдық және рухани мәдениеттің басқа да нысандары. Мәдени-тарихи ресурстар туристік қызметте қолданылады.

Олардың ішінде ең көп тараған түрлері – мұражайлар мен экскурсиялық-туристік қызмет көрсету.

Мәдени-тарихи ресурстарға баға беру әдістері мынадай [13]:

1. Экскурсиялық нысандардың аудан бірлігіне келетін тығыздығын, олардың санын және аумақ бірліктері (әкімшілік, экономикалық) мен туристік орталықтары бойынша құрылымын анықтау.

2. Экскурсиялық нысандардың демалыс пен туризм ұйымдастырушылар көзқарасы жағынан негізгі көрсеткіштер бойынша (танымдық құндылығы, әйгілі болуы, аттрактивтілігі, келбеті, қоршаған ортаның медициналық-географиялық қасиеттері) баллдық баға беру.

3. Нысанның экскурсиялық әлеуетін оны қарап шығу үшін қажетті және жеткілікті уақытын анықтау арқылы есептеу. Нысандардың белгілі түрлерін қарап шығу үшін орташа уақыты көрсетілген типологиялық кестені құрастыру.

4. Экскурсиялық трассалар мен маршруттардың аттрактивтілігін трассада да, маңындағы зоналарда да орналасқан мәдени-тарихи нысандарды ескеріп бағалау.

Әлеуметтік-экономикалық рекреациялық ресурстарды құрастыратын неше түрлі объектілерді талдауға оларды санақтау, сипаттау және топтастыру кіреді. Мәдени-тарихи нысандарын тіркегенде және оларға сипаттама бергенде оның атауын, орналасуын, маркировкасын (белгіленуін), иесін, нысан бойынша әдеби және басқа көзнамаларды, орналасу сұлбасын атап көрсетіп, оның қысқаша суреттемесін жасау керек.

Мәдени-тарихи нысандарға баға берудің келесі, бұдан маңызды кезеңі – олардың рекреациялық маңызы бойынша типологиясы. Типологияның негізінде мәдени-тарихи нысандардың ақпараттық мәні жатыр: қайталанбауы, аталған түрге жататын нысандар арасында үлгілі болуы, танымдық және тәрбиелік маңызы, көркемділігі (аттрактивтілігі).

Әлеуметтік-экономикалық нысандардың рекреациялық мақсаттағы ақпараттылығын оларды тамашалау үшін қажетті және жеткілікті уақыт мөлшерімен өлшеуге болады. Осындай уақыт мөлшерін анықтау үшін нысандардың мынадай көрсеткіштер бойынша жіктелуін жасау керек: 1) нысанның көрсетуге арналған ұйымдастырылу деңгейі; 2) экскурсант-

тардың нысанды қарап тұратын кездегі орналасуы. Ұйымдастырылу деңгейі бойынша нысандар арнайы ұйымдастырылған, мысалы, мұражайлар, монументтер т. б., және көрсетуге ұйымдастырылмаған нысандар, мысалы, қаланың көріністері, көшенің перспективасы және т.с.с. болады. Қарап көру мақсаты мен экскурсияның негізі болғандықтан, ұйымдастырылған нысандарды көру үшін ұйымдастырылмаған нысандарға қарағанда ұзақ уақыт керек. Ұйымдастырылмаған нысандар экскурсия бағдарламасындағы ұсақ-түйектерге үніліп қарайтындай емес жалпы көрініс болып табылады.

Экскурсанттардың нысанды қарап тұратын кездегі орналасуы бойынша нысандар интерьерлік (экскурсант нысанның ішінде орналасады, ішкі жағынан қарап көру) және экстерьерлік (экскурсанттар нысан сыртында, сырттан қарап шығу) нысандарға бөлінеді. Экстерьерлік нысандарды көріп шығудың жалпы уақыты интерьерлік объектілеріне қарағанда ұзақ болады.

Экскурсия тақырыбына орай (бұрынғы КСРО-да кәсіподақтық туризмде экскурсиялар 9 тақырыптық топқа жіктелген) онда мақсаттық, қосымша және қосалқы нысандар болады. Мақсаттық нысандарды көріп шығу үшін экскурсия уақытының 50%, қосымшаларына 30% шамалы, қосалқы нысандарға 20% шамасында жұмсауға келісіп алуға болады.

Мәдени-тарихи нысандарына (тарих пен мәдениет ескерткіштері) экономикалық баға берген кезде осы ескерткіштер орналасқан аумақтарға дифференциалдық рента қолданылмайды, есептерге кіргізілмейді. Экономикалық баға көрсеткіші ретінде ескерткіштерді пайдаланудың тікелей эффекті (кіру бағасы, экскурсиялық қызмет көрсету бағасы) және танымдық, тәрбиелік ақпаратынан болатын жасырын экономикалық эффекті қабылданады.

Қазіргі ғылыми әдебиетте туризм мәселелерін кешенді түрде зерттеу қажеттілігі талқылануда. Сондықтан туристік ресурстар (мүмкіншіліктер) ұғымына тұрмыс жағдайы мен қызмет көрсету жүйесін (қонақ үйлер, туристік базалар, қызмет көрсету мәдениеті, көлік жағдайы мен құралдары және т. б.), яғни инфрақұрылымды кіргізу керек. Кейбір авторлар мұнда сонымен қатар нақты туристік аудандардың салт-дәстүрлері мен көпшілік үшін сүйікті болуын қосады.

Географиялық жағынан туризмнің даму жолдарын анықтаған кезде табиғи, мәдени-тарихи және әлеуметтік-экономикалық жағдайына баға беру; туристік мекемелер мен маршруттардың қалыптасқан торын талдау; рекреациялық аумақтардың сыйымдылығын анықтау қажет. Осының нәтижесінде рекреациялық аудандастыруды өткізуге болады.

Е.В. Ефременконың (1980) айтуынша, кешенді бағаның құрамына 1) табиғаттың мүмкіншіліктері; 2) аумақты мәдени жағынан игеру дәрежесі; 3) экзотикалығы; 4) бос уақытта өткізілетін шаралардың әртүрлілік дәрежесі бойынша туристік мүмкіншіліктер; 5) тарихи-мәдени объектілер; 6) тұрмыстық қызметтер; 7) әйгілілік дәрежесі мен салт-дәстүрлер бағалары кіреді. Сөйтіп, туристік мүмкіншіліктерді кешенді түрде анықтау үшін әрбіреуі бірнеше басқа көрсеткіштерден тұратын 6-7 көрсеткішті қосып есептеу керек. Факторлардың біреуінің басым болуына негізделіп, рекреациялық іс-әрекеттің функционалды типтерін анықтауға болады. Сауықтыру туризмі үшін  $1+2+3+4+6$ , спорттық сауықтыру туризмі үшін  $-2+3+4$ , танымдық туризмі үшін  $2+3+5$  факторларының интеграциясы маңызды. Басқаша айтқанда, «біріктірілген туристік әулет» ұғымын енгізу және оның анықтау критерийлерін табу уақыты келді.

Бонитировка арқылы ең үлкен туристік ағымдарды анықтауға, туристер құрамы жөнінде жанама мәліметтерді табуға болады. Әдетте табиғи әулеті жоғары маршруттарға жастар аттанады, ал белгілі мәдени-тарихи ескерткіштері орналасқан жерлерге жасы келіп қалған адамдар барады. Бірақ қалай да болса, туристер бонитеті жоғары жерлерде шоғырланады.

Бонитировка жүйесі туристік аудандарды топтастырудың объективті, шынайы критерийлерін береді.

### *Қайталау сұрақтары*

- 1. Туризм географиясының әдістемелігі жөнінде әңгімелеп беріңіз.*
- 2. Қандай себептен аумаққа рекреациялық баға беру туризм географиясының басты міндеттерінің бірі болып табылады?*

3. Табиғи туристік-рекреациялық ресурстарға баға беру жөнінде айтып беріңіз. Қандай себептен оларға әлеуметтік-экономикалық ресурстардан бұрын баға беріле бастаған?
4. Табиғи туристік-рекреациялық ресурстарға баға берудің медициналық-биологиялық түріне сипаттама беріңіз.
5. Туристік-рекреациялық ресурстарға баға берудің психологиялық-эстетикалық түріне сипаттама беріңіз.
6. Туристік-рекреациялық ресурстарға баға берудің технологиялық түріне сипаттама беріңіз.
7. Аумақтың туристік бонитировкасы деген не?
8. Жарамдылық коэффициенті деген не? Оны қалай есептейді?
9. Әлеуметтік-экономикалық туристік-рекреациялық ресурстарға баға беру жөнінде айтып беріңіз.
10. Жалпы туристік әлеует деген не?

## **§ 5 Территорияның туристік-рекреациялық сыйымдылығын зерттеу мәселелері**

Соңғы кезде территорияның рекреациялық сыйымдылығы өзекті мәселеге айналып барады. Бұл халық демалысын қамтамасыз етумен және рекреация зоналарында табиғатты қорғаумен байланысты. Территорияның рекреациялық сыйымдылығы дегеніміз – бұл осы территорияда бір уақытта бола алатын, табиғаттың тұрақты бірқалыптылығын бұзбайтын және демалу жағдайын нашарлатпайтын, рекреанттардың максималды саны. Туристік маршруттың рекреациялық сыйымдылығы – оның қауіпсіздік техникасын бұзбаған жағдайдағы өткізу мүмкіндігі. Кейбір зерттеушілердің айтуынша, территорияның рекреациялық сыйымдылығын анықтағанда туристік-рекреациялық іс-әрекеттің объектісінен, яғни рекреациялық потенциалдан бастау керек. Рекреациялық потенциал дегеніміз – демалыс пен туризмді ұйымдастыру үшін табиғаттың, мәдени-тарихи және әлеуметтік-экономикалық құндылықтардың жиынтығы.

Бағалау ауқымына қарай рекреациялық әлеует пен оның элементтері, аумақтың рекреациялық сыйымдылығы ұғымдарының көлемі өзгереді. Бірінші дәрежедегі экономикалық аудан



немесе ел деңгейінде рекреациялық әлеуетке рекреацияның ресурстық бөлігімен бірге шаруашылық әлеуеті де – негізгі қор мен еңбек ресурстары кіреді. Бұларға қарағанда курорттың немесе ұлттық саябақтың функционалды зонасының әлеуеті элементтерінің (мысалы, биотоп) саны әлдеқайда төмен.

Экономикалық аудан немесе ел деңгейінде рекреациялық потенциал рекреациялық ағымның экономикалық даму деңгейіне, халық өмірі деңгейіне, демалыс пен туризм саласына еңбек ресурстарын тарту мүмкіншілігіне тәуелді. Рекреанттар ағымының көлемі елдің (ауданның) ауқымына; туристік-рекреациялық ресурстардың көлеміне, тұрақтылығына және әртүрлілігі мен кеңістік пен уақыттағы таралуына, қажетті инфрақұрылым дамуына байланысты.

Кейбір ғалымдар рекреанттар ағымы, олардың елде (ауданда) болатын уақыты және тұрақты тұрғындар саны арасындағы өзара тәуелділігіне назар аударады. Мысалы, дамушы елдерде халықаралық туризм белгілі бір шамадан асып кетсе, азық-түлік дефицитын туындырады. Яғни, рекреациялық сыйымдылық елдің азық-түлік қабілетін де ескеруі қажет.

Рекреациялық сыйымдылық инвестиция салу мүмкіндігіне де тәуелді. Дамымаған елдер, туристік-рекреациялық ресурстары көп болса да, туризм мен оның инфрақұрылымына инвестиция жасай алмайды. Керісінше олар өзінің туристік-рекреациялық ресурстарын аямай қолданып, жалпы рекреациялық потенциалын азайтады. Мысалға, Африка елдерінде аңшылық туризмінің қарқынды дамуы жабайы аңдардың азаюына әкеліп соқты. Кейбір зерттеушілер рекреациялық сыйымдылықты анықтағанда қонақжайлылық сақталатындай туристер мен тұрақты тұрғындар арасындағы пропорцияларға назар аударады. Мұндай қатынас 1:3 аспау керек.

Территорияның рекреациялық сыйымдылығын зерттеген кезде туристік-рекреациялық пайдаланудың экологиялық аспектісіне назар аударған жөн. Алайда рекреациялық сыйымдылықты тек рекреациялық қажеттіліктер мен табиғаттың оларды қанағаттандыру қабілеті арасындағы қайшылық деп шектеуге болмайды. Оны ескеру керек, бірақ бұл жеткілікті емес. Аумақтың рекреациялық сыйымдылығы

мәселесін шешу туралы рекреациялық табиғат пайдалану жөніндегі тарауда айтылатын болады.

Жылдан жылға туризммен айналысатын адамдардың саны көбейіп келе жатыр. Сондықтан олардың табиғатқа тигізетін жағымсыз әсері байқалуда. Бұл жағдайда табиғатқа әсер ететін рекреациялық салмақтың мәселесі де көтеріліп жатыр. Табиғатты деградациядан сақтау үшін және рекреациялық әрекетті жүргізуге комфортты жағдай жасау үшін рекреациялық салмақты оптималды қылу проблемасын тез арада шешу қажет. Бұл проблеманың мәні – нормативтер жасау арқылы табиғатқа әсер ететін экологиялық салмақты ғылыми түрде дәлелдеу.

Табиғатқа әсер ететін рекреациялық салмақтың нормативтері туралы мәлімет әлі де аз. Көптеген нормативтер бақылаудың өте аз санына негізделеді, немесе тек қана жобалау мен пайдалану тәжірибесіне сүйенеді. Нормативтер «аудандастырылған» болуы керек, олар нақты ауданның табиғи компоненттерінің, функционалдық зоналарының және пайдалану тәртібі арасындағы тепе-теңдігін қамтамасыз етуі қажет.

Дүниежүзілік тәжірибеде туристік-рекреациялық табиғи кешендерді пайдаланудағы нормативтерде біраз үйлеспеуі білінеді. Мысалы, бір рекреантқа бөлінетін жағажай нормасы әр елде әр түрлі: 5 шаршы метрден 15 шаршы метрге дейін.

Курорттардағы құрылыс жүргізу нормаларында да үйлеспеулері көп. Бұрынғы КСРО-да мұндай норма бір төсек орнына 300-500 м<sup>2</sup> болған, белгілі «Золотые пески» болгар курортында 150 м<sup>2</sup>, румын «Мамайя» курортында 85 м<sup>2</sup>, ағылшын «Брон-и-мор» курортында – 53 м<sup>2</sup>. Югославияда Адриатика теңізі жағалауындағы жағажайлар нормативі мынадай болған: бір рекреантқа жағаның 1 метрі және ені 10 м (10 м<sup>2</sup>); серуендеу жері – бір туристке 0,5 га; аң аулау жері – бір аңшыға 2 га.

Польшада рекреациялық жерлердегі туристердің шынайы шоғырлануы 1 гектарға 75-115 адам болған.

АҚШ-та келесі шартты стандарттар қолданылады (9-кесте).

Табиғи аумақтық кешен тұрақтылығы бойынша анықталатын рұқсатты сыйымдылықпен бірге, аумақтың психофизиологиялық сыйымдылығы болады. Психофизиологиялық сыйымдылығы деген белгілі бір аудан бірлігінде әрбір адамның психофизиологиялық және гигиеналық жағдайы бұзылмау

шарты орындалып бір уақытта рекреациялық шараларды жүргізу мүмкіндігі болып табылады.

9-кесте

Территорияның рекреациялық пайдалану түрлері	Бір туристке бөлінетін жердің аумағы, м <sup>2</sup>
Қала маңындағы демалыс зонасы, ойын алаңдары	80
Жағажайлар	18,5
Көңіл көтеру (пикник) алаңы	100
Жаяу туризм үшін соқпақ жол	80
Атпен жүретін соқпақ жол	80

Табиғи кешендер және оны құрайтын элементтерінің рекреациялық салмаққа деген шыдамдылығы жағынан айырмашылықтар болады. Поляк географы А. Костровицкий (1970) эксперимент арқылы бір апта бойы 1 га жерінің шөбін таптап 400 өсімдіктің шыдамдылығын анықтады: құрғақ қарағайлы орман 46 адамды, жас қарағайлы орман – 50-90, жас шабындық – 126-196, жайылым – 300 адамды зиянсыз қабылдай алды. Рұқсатты салмақты А. Костровицкий максималді адам саны арқылы анықтап, 8 сағат бойы тынымсыз қозғалып, 1 га жердің шөбін деградацияға дейін жеткізді. Поляк А. Марш бұл анықтамаға мынадай ескерту қосады: деградацияның рұқсатты түрі – 3 м<sup>2</sup> тапталған жерде ең болмағанда 1 дм<sup>2</sup> жері толығымен бұзылса бұл деградацияның рұқсатты деградациясы болады.

Табиғи кешеннің тұрақтылығы фитоценологиялық қасиетімен бірге топырақ сипатына, жер үсті көлбеуіне және табиғи компоненттерінің сипаттамаларына байланысты. А. Марш мәліметтері бойынша көлбеуі 2-ден 6<sup>0</sup> дейін болса беткей көлбеуі тапталу жылдамдығына шамалы ғана әсер тигізеді, мұндай әсер көлбеуі 6-12<sup>0</sup> болса, күшейеді. Көлбеуі 12<sup>0</sup> асып кетсе шөп тез тапталып кетеді, сондықтан көлбеуі осындай көрсеткіштен асқан аумақтар рекреациялық пайдалануға жарамайды. Топырақтың механикалық қасиеттері де рұқсат берілген жүктеме көлеміне әсер етеді. Мысалға, рекреанттардың құмды жерлерге деген жүктемесі саздаққа қарағанда үлкен болады.

Кеңес географтары В.П. Чижова мен Е.Д. Смирнова (1976) КСРО еуропалық бөлігінің орталық аудандарындағы табиғи кешендеріндегі ең көп рұқсат берілген демалушылар санының нормативтерін келтіреді (10-кесте).

Нормалардың біркелкі болмауының себебі – табиғи кешендер мен олардың элементтерінің шыдамдылығын анықтау әдістемелігінің біркалыпты болмауында. Табиғи кешеннің туристік ауыртпалығына деген шыдамдылығы – оның өз қалпына келу қабілетінің шектері.

Салмақ (жүктеме) деп бұл белгілі бір мезгіл ішінде территорияда байқалатын рекреанттар санын айтамыз. Егер табиғи кешенге түсетін салмақ қалпына келтірілмейтіндей өзгерістер туғызатын болса, оны критикалық салмақ деп атайды; критикалық салмаққа жақын, алайда қалпына келтірілмейтіндей өзгерістер туғызбайтын болса, оны рұқсат етілген салмақ дейді; егер салмақтың нәтижесінде қалпына келтірілмейтіндей өзгерістер болып қойса, бұл салмақ рұқсат етілмейтін деп аталады.

10-кесте

	Орман түрлерінің топтары					
	Шырша орманы, адам/ га	Ылғалды шырша ормандары, адам/га	Қарағай, адам/га	Ылғалды қарағай ормандары, адам/га	Қайың мен көктерек ормандары, адам/га	Ылғалды қайың мен көктерек ормандары, адам/га
Жайпақ бұйратты саздақ жазықтары:						
- қысқа мерзімді демалыс	30	20	35	25	50	37
- ұзақ мерзімді демалыс	11	7	12	9	18	13
Саздақ арасында құм қатпарлары бар жайпақ жазықтар:						
- қысқа мерзімді демалыс	20	12	25	15	37	25
- ұзақ мерзімді демалыс	7	4	9	5	13	9

Табиғи аумақтық кешеннің рекреациялық сыйымдылығын рұқсат берілген жүктемені табиғи аумақтық кешені ауданына көбейтіп табамыз.

Соңғы зерттеулердің негізінде жайылым дигрессиясына негізделген рекреациялық дигрессия кезеңдері ережесі қолданылады. Мәскеу төңірегіннің орман зонасын зерттеп, 1972 жылы Н.С. Казанская рекреациялық дигрессияның 5 кезеңін бөліп атап шықты:

1. Адамның іс-әрекеті орман кешеніне ешқандай өзгерістер енгізбейді.

2. Адамның рекреациялық әсер сирек кездесетін соқпақтардың және жарық сүйгіш өсімдіктердің пайда болуына әкеледі.

3. Соқпақтар мен жарық сүйгіш өсімдіктер жиі кездеседі.

4. Орман өсімдіктері азайып, соқпақ желісі басым болып келеді.

5. Тапталған алаңдарда арам шөптер мен біржылдық шөп түрлері пайда болады, ал шөп төсеніштері мен жас ағаштар толығымен жоқ.

3 және 4 кезең арасында табиғи кешеннің тұрақтылығының шекарасы өтеді. Рұқсат етілетін салмақ дигрессияның 3 кезеңіне сәйкес келеді. Қалпына келтірілмейтін өзгерістер 4 кезеңде пайда болады.

1, 2, 3 кезеңдері эстетикалық жағынан тартымды.

Рекреациялық әсерді анықтау жұмыстары рекреациялық салмақты басқару үшін жүргізіледі. Рекреациялық салмақты басқару әдісіне аумақты функционалді зоналарға бөлу қағидасы, сонымен қатар, туристік-рекреациялық ресурстардың пайдалануын реттеу әдістері жатады. Оның ішінде рекреанттарды тәртіпке келтіру, яғни зиян келтіретін әрекеттерге тыйым салу; өсімдік жамылғысын қалпына келтіру үшін тыңайтқыштарды пайдалану; жерді қайта өңдеу шараларын жүргізу.

Жасанды соқпақтар жасап, аумақты абаттандырғанда, оның сыйымдылығы табиғи сыйымдылығымен салыстырғанда 6 есе өседі.

Табиғи кешендеріне түсетін ауыртпалықты оңтайлы қылу, туристік-рекреациялық ресурстарды қорғау мақсатында демалыс аудандары мен зоналарының аумақтық ұйымдасты-

рылуын іске асыру қажет. Б.Б.Родоман (1976) қала маңы демалысын ұйымдастыру мақсатындағы аумақтың зоналауының сызықтық-торлық принципін ойлап тапты. Өзінің теориялық схемасында жерді рекреация мақсатында пайдалануының үш деңгейімен айқындалатын үш зонаны: I – жоғары, II – орташа, III – рекреациялық пайдаланудың төмен деңгейі (11-кесте) – атап шықты

Рекреациялық аумақтарды зоналау үшін линиялық бағдарламалау қолданылуы мүмкін. Линиялық бағдарламалау моделі дегеніміз жобаланатын аумақта «пик» маусымында алдын ала берілген шектеулердің ескерілуімен биоценоздарды қорғау мен рекреациялық шаралар үшін жайлы жағдай жасау – рекреациялық жүктемені максимумға жеткізу моделі. Осындай модель жасау үшін мынадай мәліметтер қажет: 1) жобаланатын аумақ ауданы; 2) рекреациялық шаралар түрлерінің үлестерін (%) көрсететін рекреациялық іс-әрекет құрылымы; 3) рекреациялық әрекеттердің аумаққа түсетін ауыртпалығы (жүктемесі); 4) табиғи кешендердің тұрақтылық коэффициенттері.

### *Қайталау сұрақтары*

- 1. Туристік-рекреациялық сыйымдылық анықтамасын беріңіз.*
- 2. Табиғи кешендерге түсетін рекреациялық ауыртпалықты оңтайлы қылу мәселесі жөнінде айтып беріңіз. Осы мәселе жөніндегі кеңес және поляк ғалымдарының қандай еңбектерін білесіз?*
- 3. Табиғи кешен мен оның элементтерінің тұрақтылығы (шыдамдылығы) деген не?*
- 4. Н.С. Казанскаяның рекреациялық дигрессия кезеңдері жөніндегі еңбегі туралы айтып беріңіз.*
- 5. Рекреациялық ауыртпалықты реттеу әдісі болған аумақтың функционалдық зоналау қағидасы жөнінде айтып беріңіз. Б.Б. Родоман еңбегі туралы әңгімелеп беріңіз.*

**РЕКРЕАЦИЯ ҮШІН ПАЙДАЛАНУ ДӘРЕЖЕСІ БОЙЫНША АЙЫРЫЛАТЫН  
ФУНКЦИОНАЛДЫҚ ЗОНАЛАР (Б.Б.РОДОМАН, 1976)**

Рекреация үшін пайдалану дәрежесі	Аумақтың түрі						
	Қалалық саябақ	Қала маңындағы саябақ	Орман саябақ ауданы	Қала маңы демалыс секторы	Рекреация мен ауыл шаруашылық ауданы	Ауқымды қала маңы зонасы	Ауыл шаруашылық ауданы
I. Жоғарғы	Думанды ойын-сауық пен бұқаралық демалыс	Экскурсиялар мен бұқаралық демалыс	саябақтар	Жаппай дачалық құрылыстар	саябақтар	Стационарлық демалыс	Саябақ, ормандар, бақтар
II. Орташа	бұқаралық демалыс	Шоғырланбаған тыныш демалыс	Орман-саябақтар	Орман-саябақтар арасында орналасқан шоғырланбаған мекемелер	Орман-саябақтар	Ормандар мен ауыл шаруашылық жер аумағындағы маршруттық туризм	Орман тілімдері, бұталар, жайылымдар, бос жерлер
III. Төменгі немесе қолданбайды	Шоғырланбаған тыныш демалыс және серуендеу	Қорық аумақтарының учаскелері	ормандар	Ормандар мен ауыл шаруашылық жер аумағындағы туристік маршруттар	Ауыл шаруашылық	Ауыл шаруашылығы, аңшылық, қорықтар	өрістер, огородтар, фермалар

## § 6 Туризмнің дамуы және табиғатты қорғау

Табиғи ортаны туризм үшін пайдалану географтарды және басқа да ғылым өкілдерін ертеден-ақ қызықтыра бастады. XIX ғасырдың бірінші жартысының өзінде географтар туристік қозғалыстың асып түскен шоғырлануының нәтижесінде болатын ландшафттардың тозып өзгерістерге ұшырайтынын байқаған.

Ең алдымен табиғи ортаның ең тартымды жерлерінде шоғырланған туристік қозғалыс осы аумақтарды қорғауға алуға шақырған жергілікті тұрғындардың қарсыластығын туындырады.

Туристік базалардың салынуы және туристік ағымның шамадан тыс шоғырлануы табиғи ортаның туристік құндылығын төмендетеді. Алайда, кейде табиғи ортаның өз ерекшеліктері кейбір туристік артықшылықтарына (әсіресе мәдени ескерткіштерді қарастырсақ) кері әсерін тигізуі мүмкін.

Жыл сайын күшейіп отыратын туристік миграция, туристік инфрақұрылымның дамуы табиғи ортаға қауіп тигізеді, оның әсерін өнеркәсіп, көлік пен урбанизацияның дамуымен салыстыруға болады. Сондықтан да, кейде туризмнің табиғатқа, қоршаған ортаға тигізетін әсерін «агрессивті» деп те атайды.

Қоршаған ортаға тигізілетін жағымсыз әсері әр түрлі, олардың кейбіреулері өте қауіпті. Егер де туризм нашар басқарылып, жоспарланатын болса, онда теріс әсерлер күшейіп тереңдей түседі. Нәтижесінде экологиялық жағдай нашарлауы мүмкін. Теріс экологиялық әсерлер мынадай:

– туристік шаруашылықтың дамуы нәтижесінде табиғи ортаның урбандануы;

– көліктің және туризм жүйесіндегі мекемелердің жұмыс істеу нәтижесінде қоршаған орта ауасының ластануы;

– туристік мекемелердің пайдаланған суларынан, туристік су көлігінен, машина жуудан және т. б. сулардың ластануы;

– туристердің көп шоғырлануынан, радионың қатты дауысынан және көлік құралдарының шоғырлануынан да шумен ластануы;

– ландшафт эстетикасының нашарлауы, мүлдем жойылып кетуі бірқатар факторлардың әсерінен болады: туристік құрылыстың шамадан тыс шоғырлануы, олардың жобасыз және



тиімсіз орналасуы, көрікті ландшафтарды жауып тұратын жарқыраған жарнама плакаттарының болуы;

– табиғи орындардағы туристерден қалатын қоқыстар мен қалдықтарды тазарту мәселесі;

– табиғи зоналардың экологиясының бұзылуы, әсіресе туристер көп баратын жағажай, және де таулы және шөл дала экожүйелері;

– археологиялық және тарихи ескерткіштерге туристерден тиетін зиян;

– қате жоспарлау және туристік объектілерді дұрыс орналастырмау нәтижесіндегі экологиялық қауіптер мен мәселелер.

Соғыстан кейінгі жылдары мұндай процестер өте қауырт жүрді, оны Батыс Еуропаның және Солтүстік Американың географтары табиғи ортаның «туристік урбандануы» деп атады. Туристік функцияларының дамуы нәтижесіндегі урбандану процесі «екінші баспана» санының және осыған орай әлеуметтік-техникалық базаның қажетті жабдықталуына байланысты. «Екінші баспана» торы өте көп жағдайда жүйесіз және жоспарсыз дамиды, ал олардың шектен асқан шоғырлануы табиғи орта мен оның оң қасиеттеріне зиян келтіреді.

Шектен асып кеткен «туристік урбанданудың» осыған ұқсас құбылысы туристік нысандардың басқа түрлерімен байланысты орталықтарында да байқалады.

Моторизация мен «моторлы» туризмнің дамуы бұрын онсыз да әртүрлі кәсіпорындардың шаң және газдармен былғанған әуе бассейнінің одан сайын қатты ластануына әкеліп соғады. Ауаның көлік арқылы ластануы аймақтардың климаттық артықшылықтарын жоққа шығарады, тіпті адам денсаулығына қауіп төндіретін болады.

Су-моторлы спорттың дамуы өзендер мен басқа суаттардың ластануына әкеліп соғады. Сонымен бірге туристік базалардың коммуналдық кәсіпорындары да суды ластайды. Осындай базалардың ең үлкен жігінде қажетті тазарту жабдықтары жоқ, сондықтан ластайтын қалдықтар суға кетіп қалады.

Қорыта айтсақ, бұқаралық туризм табиғат қорғау мәселесін құнды табиғи кешендердің көпшілік үшін қол жетерлік қағидасымен үйлестіру міндетін артып отыр.

Рекреациялық аумақтардың деградацияға ұшырауының себебіне туристік ұсыныс пен сұраныстың сәйкес еместігі жатады. Яғни, рекреациялық саланың дамымағандығы туристердің «ескі» аудандарда шоғырлануына себеп болып отыр.

Туризмнің мұндай әсерлерін көре отырып, мамандар маңызды рекреациялық ресурстарды «туризмнен және туризм үшін» қорғауды мақсат етеді. Осыған байланысты, зерттеушілердің көбісі туристік құбылыстар мен объектілерді аумақта бірқалыпты орналастыру принципін қолдайды, ол туристер көп баратын аудандарға салмақты азайтады. Көптеген мемлекеттерде туристік қозғалыстың жоспарлы аумақтық саясаты жүргізіліп отыр. Мұндай саясаттың ерекшелігі – ол туристік ықпалдың территория бойынша біркелкі таралып, табиғи ландшафтарды сақтап қалуында.

Рекреацияның дамуы мен қоршаған ортаны қорғау бір-біріне қарама-қарсы тұратын құбылыстар емес. Дұрыс реттелген және үйлестірген жағдайда бұлар бір-бірін толықтырып отырады.

Рекреациялық география мен туризм географиясының қолданбалы міндеті – рекреациялық табиғат пайдалану негіздерін қалау болып табылады. Оған саяхат жасайтын адамдар үшін ландшафтардың құрылымын, динамикасын және даму болжамы кіреді. Рекреациялық табиғат пайдалану мақсаты – табиғатты саналы түрде пайдалану, өзгерту және қорғау. Бұл жағдайда рекреациялық табиғат пайдалану технологиялары әлеуметтік-экономикалық және экологиялық заңдарды ескеретін жалпы табиғат пайдалану жүйесінің бір бөлігі болып табылады.

Табиғат пайдаланудың жалпы жүйесі қоршаған ортаны қорғаудың үш тетігін қамтиды: 1) табиғат пайдаланудың шектеу жүйесін (нормалар, тыйым салулар, айыппұлдар) қамтитын әкімшілік-құқықтық тетік; 2) әкімшілік-құқықтық тетігін толықтыратын және көп мақсаттық табиғат пайдалану нұсқаларынан ең оңтайлысын таңдап алу деп түсінілетін жоспарлық-экономикалық тетік; 3) шаруашылықтық-есептік, төлемді табиғат пайдалану тетігі, оның негізі – табиғат пайдалану шығындарын өтеу.

Тиімді рекреациялық табиғат пайдалану мақсаты – табиғи-аумақтық кешендерін қорғау. Тиімді рекреациялық табиғат пайдалану технологиясын қолданған жағдайда рекреациялық

ресурстар ең ұтымды түрде рекреациялық қажеттіліктерге сәйкес болып келеді.

Рекреациялық жүктемені реттеу әдістеріне рекреациялық аудандастыру мен рекреациялық зоналау жатады. Олардың мағынасы – рекреациялық игерудің бөлек аудандар мен зоналарының режиміне сәйкес реттелуі. Әрбір аудан мен зона үшін рекреациялық пайдаланудың құндылығына, табиғи кешен тұрақтылығына және т.с.с. басқа факторларына байланысты өз деңгейі қабылданады. Соңғы аталған факторларға рекреациялық іс-әрекет түрлері мен формаларының ерекшеліктері, олардың табиғатқа қойылатын талаптары, рекреанттардың рекреациялық аудандардағы таралуының кеңістік-уақыт заңдылықтары жатады.

Рекреациялық жүктемелерді реттеу әдістері – туристік-рекреациялық аудандастыру мен зоналау: мұнда рекреациялық игеру бөлек аудандар мен зоналарының режиміне сәйкес өткізіледі. Әрбір аудан әлде зона үшін рекреациялық пайдаланудың өз деңгейі қабылданады. Ол аудан не зонаның рекреациялық құндылығына, табиғи кешен тұрақтылығына және табиғи емес факторларға байланысты болады. Табиғи емес факторлар: туристік іс-әрекет формалары мен түрлерінің ерекшеліктері және олардың табиғат қасиеттеріне қоятын талаптары, рекреанттардың туристік-рекреациялық аудандардағы таралуы.

Рекреациялық табиғат пайдалану негіздеріне тәрбие шараларының жүйесі де кіреді. Туристердің табиғатқа зиян келтірмеу бойынша тәрбиелік шараларын Д.Л. Арманд (1969) ұсынған.

1. Рекреация процесіндегі өнегелікті бозбала шағынан тәрбиелей бастау қажет. Мұндай жұмысты табиғатты қорғау органдарының насихаттауымен бірге, барлық заманауи ақпарат құралдары жүргізуі керек. Табиғат қорғау білімдерін бала бақша мен бастауыш мектеп мұғалімдері игеріп алғаны өте маңызды.

2. Мектепте табиғат қорғау элементтері ең алдымен география мен жаратылыстану сабақтарында оқылу керек. Түсіндіру жұмыстары жастар ұйымдары бағдарламаларында болуы қажет.

3. Туризм нұсқаушылары мен экскурсия жүргізушілердің дайындығы университеттердің арнайы факультеттерінде өткізілуі қажет және оларға табиғат қорғау курсы оқылуы керек.

4. Туристерді саяхат жасап жүрген өлке табиғатын тануға қызықтыру қажет. Табиғат жөніндегі ақпаратты тарихи және көркем ақпараттармен толықтырған жөн.

5. Туристер жиі келетін демалыс зоналары мен ұлттық саябақтарда арнайы қызметкерлер: тәртіп сақтау қызметкерлері, өрттен қорғау, медицина қызметкерлері, қоқыс жинаушылар болуы қажет. Демалушыларға тазалық сақтауды жеңілдететін жабдықтар (мысалы, қоқыс контейнерлері) болуы керек.

6. Қорықтарда кіруге рұқсат берілген зоналарында ерекше қатаң режим орындалуы қажет. Әрбір қорықта ол не үшін ұйымдастырылғаны және қандай нысандар қорғалатыны түсіндірілетін мұражайы болған жөн.

7. Табиғатта өзін-өзі ұстау этикасы адамның қанына сіңіп кетуі керек. Табиғат шыдайтын ауыртпалық ең алдымен демалушылар саны емес, олардың мәдени деңгейіне байланысты.

Рекреация, туризм және қоршаған орта өзара тығыз байланысты. Табиғи ортаның туристерді қызықтыратын көптеген элементтері бар, ал туризмнің дамуы болса, оң және жағымсыз экологиялық салдарларға әкеліп соғады. Туризмді экологиялық тұрғыдан жоспарлау үшін ең алдымен туризмнің қоршаған ортаға мүмкін болатын әсерлерін болжау қажет. Егер туризм дұрыс жоспарланатын, дамитын және басқарылатын болса, оң экологиялық әсер тигізуі әбден мүмкін. Табиғат қорғау шаралары:

1) маңызды табиғи аумақтарды, фаунаны, оның ішінде аквалдық экожүйелерді анықтауға, оларды қорғау шараларын қаржыландыруға, сонымен қатар, ұлттық, аймақтық саябақтар мен қорықтардың дамуына септігін тигізеді. Мұндай жағдай әсіресе табиғат қорғауға жұмсалатын қаржысы жетіспейтін елдер үшін маңызды;

2) археологиялық және тарихи нысандарды туристерді қызықтыратын объектілер ретінде жариялау мен оларды қаржыландыруға көмектеседі. Мұндай болмаса, осылардың көбі қирап немесе құрып кетуі де мүмкін. Туристік мақсатта бүгін кейбір қалалардың тарихи аудандары сақталады және дамиды;

3) туристер көркем, таза және ластанбаған жерге баруды сүйетін болғандықтан қоршаған орта сапасын жақсартуға

септігін тигізеді. Оның үстіне жақсы жоспарланған және орналасқан туристік нысандар қала және ауыл ландшафтарын көркемдейді. Инфрақұрылымның, әсіресе сумен жабдықтаудың, канализацияның, қатты қалдықтардың шығарылуының жетілдірілуі де қоршаған орта сапасының көтерілуіне септігін тигізеді;

4) жергілікті тұрғындардың экологиялық ағартуына көмектеседі. Туристердің табиғатты қорғау ынтасын көргенде жергілікті жұрт та оны сезіне бастайды.

### *Қайталау сұрақтары*

- 1. Туризмнің қоршаған табиғи ортаға жасайтын зиянды әсерлерін атап шығыңыз да сипаттамаларын беріңіз.*
- 2. Туристік урбандану деген не?*
- 3. Рекреациялық аумақтардың деградациясының (азуының) себептері неде? Бұл мәселені қалай шешуге болады?*
- 4. Рекреациялық табиғат пайдалану технологиялары мен тетіктері жөнінде айтып беріңіз. Д.Л. Арманд ұсынған шаралар тізімін атап беріңіз.*
- 5. Туризм қоршаған ортаға қандай оң экологиялық әсер тигізуі мүмкін?*

## **§ 7 Демалыс пен туризм мақсатында территорияны аудандастыру. Туристік аудан, оның ерекшеліктері**

Халық шаруашылық салаларының территориялық ұйымдас-тырылуы мен жоспарлы реттелуінің эффе́ктивтілігі ғылыми-дәлелденген аудандастыруға тікелей байланысты, себебі аудандастырудың негізін табиғи-географиялық жағдайы мен ресурстарын бағалау жұмыстары, сонымен қатар, террито-рияның шаруашылық және басқа да аумақтық ерекшеліктері құрайды.

Рекреациялық іс-әрекетінің дамуы, осы саладағы аумақтық еңбек бөлісінің тереңдеуі нәтижесінде бірқатар аумақтар белгілі бір рекреациялық функцияларды орындауға мамандырылатын болады.

Туризмнің дамуы, оның материалдық-техникалық базасының ұлғаюы, туризмнің мақсаты үшін табиғи және мәдени-тарихи элементтерді интенсивті пайдалану, олардың аймақтың әлеуметтік-экономикалық өміріне әсерінің өсуі, міне, осылардың барлығы территорияны туристік аудандастыру мақсаты үшін арнайы зерттеулерді қажет етеді.

Көптеген авторлар мен ғылыми ұйымдар рекреациялық мақсат үшін аудандастырудың әдістемесі мен қағидаларын мемлекет көлемінде, сондай-ақ жеке аймақтарда да жасау үшін күш салған. Бірақ аудандастырудың әдістемелік қағидалары жөнінде әзірге ортақ пікір жоқ.

КСРО-да алғаш рет рекреациялық аудандастыру жөнінде Б.Н. Лиханов пен В.С. Преображенский ұсыныс жасаған еді [6]. Аудандастырудың негізгі критеріі – рекреациялық кәсіпорындардың орналасу тығыздығы мен олардың елдің негізгі қажеттіліктерін қамтамасыз етудегі рөлі болып табылады. Авторлар елді төрт рекреациялық зонаға, ал зоналарды рекреациялық аудандарға бөлді.

Туристік аудан анықтамасы жоғарыда (2 тарау) келтірілген. «Туристік аудан (аймақ)» ұғымын анықтайтын көзқарастар мен критерийлерді бірқалыпты қылу қажеттілігі туындады. Әзірше біркелкі көзқарас ғылыми зерттеулерде де, әкімшілік және шаруашылық органдарында да қалыптаспаған.

Көптеген елдерде туристік аудандастыруды рекреациялық және табиғи аудандастырумен шатастырады. Табиғи элементтерінің маңызын ескере тұра, туризмнің танымдық процесімен тығыз байланыста болатын әлеуметтік-экономикалық құбылыс екенін ұмытпаған жөн, туризмнің бұл аспектісі келешекте кеңейіп, ұлғаятын түрі бар. Көптеген туризм географтары туристік аудандастыруды тіпті физикалық географиялық аудандарының негізінде өткізе береді.

Соңғы жылдарда бұрынғы КСРО-да рекреациялық аудандар жөнінде көп зерттеулер жүргізілді. Рекреациялық аудандастырудың негізіне демалыс, емделу, содан кейін ғана туризм үшін табиғаттың жағдайларының анализы пен бағалануы жатты. Сонымен рекреациялық аудандастырудың ішінде екі тенденция пайда бола бастады:

1) мұнда демалыс пен туризм аудандары жеке бір физикалық-географиялық аймақтардың ішінде қалыптасады. Сонда әрбір ірі физикалық-географиялық бірлікте бірнеше аудандар болуы мүмкін;

2) физикалық-географиялық аудандардың шекарасы рекреациялық аудандардың шекарасына сәйкес келеді.

«Рекреациялық аудан» деген ұғымды пайдалану тек қана табиғаттану зерттеулерін жүргізуге мүмкіндік береді, ал шаруашылық, халықтық, көліктік жағдайларды анықтау өте қиын, кейде мүмкін емес, себебі рекреациялық ауданның нақты белгіленген шекарасы анықталмаған. Сондықтан туризм статистикасын жүргізуге де жағдай жоқ.

Туризм мәселелерін шешуге экономикалық географтар да қатысқан еді. Олар рекреациялық аудандастырудың негізіне экономикалық аудандастырудың қағидаларын жатқызды. Яғни рекреациялық аудандар экономикалық аудандарға сәйкес келеді. Бұл өз кезегінде салалық аудандастырудың қағидаларына қайшы келеді, яғни туристік және рекреациялық аудандастырылу араласып кетеді. Рекреацияға туризм кіргендіктен олардың айырмашылықтарына қарамай осы процесс бойынша аудандастыру жүргізіледі.

Туристік ауданды «туризм үшін әлеуметтік-экономикалық, мәдени-тарихи және табиғи-географиялық жағдайларды біріктіретін территориялық бірлік» ретінде қарастырсақ, онда туристік аудандардың шекарасы әкімшілік аудандардың шекарасына сәйкес келеді деп айтуға болады. Яғни әкімшілік аудандар – бұл нақты белгіленген әкімшілік аумақтар.

Әкімшілік аудан дегеніміз не? Бұл төменгі сатыда орналасқан әкімшілік-шаруашылық аудан, яғни территорияның экономикалық аудандастырылуының бастауыш ұйымы (бірлігі).

Географиялық әдебиетте «туристік аудан» мен «туризм ауданы» деген ұғымдарды жиі шатастырады. Туристік аудан дегеніміз белгілі бір территориялық бірлік, ал туризм ауданы – туризмнің таралу аймағы. Туристік аудан экономикалық географтардың зерттеу объектісіне жатады. Туризм ауданы болса, сәулеткерлер мен жоспарлаушылардың зерттеу объектісіне кіреді. Ал шынында географтар туризм аудандарын

зерттеумен айналысады, осының нәтижесінде терминологиялық түсініспеушілік пен ауытқулар байқалады.

Бұл жөнінде Л.И. Мухина былай деп айтады: «туризмді белсенді демалыс ретінде қарастырсақ, туризмнің белгілі түрі (немесе бірнеше түрі) үшін пайдаланатын (немесе пайдалануы мүмкін) кез келген ауданды туристік аудан деп атай аламыз. Алайда бірнеше дәрежедегі аудандарды – жергілікті, облыстық, жалпыұлттық, халықаралық туристік аудан – айыру қажет» [6].

В.С. Преображенскийдің пікірінше, «туристік аймақ дегеніміз туризм дамуының ауданы. Оны туристік аудандастыру кезінде бөлінген «ауданнан» айыру керек, себебі онда: а) аудандар торы тегіс, бұл бөлінген аудандардың барлығы туристік аудандастыру аудандары болып табылады деген сөз, яғни олар туристік аудандар деп атала беруі мүмкін; б) қазіргі және болашақтағы туристік сұраныстың қалыптасу аудандарды және туристік сұраныс қанағаттандырылатын аудандарды (шаралардың уақыт циклдары бойынша) бөліп атауға болады. Экономикалық географияда туристік аумақ дегеніміз туристік экономикалық ауданы басым немесе шаруашылық саласы ретінде туризм маңызды немесе басты рөл ойнайтын салалық экономикалық аудан; оның маңызы табыс әкелу деңгейі, саладағы еңбекпен қамтылу деңгейі сияқты деңгейлері бар критерий бойынша анықталады» [6].

Рекреациялық және туристік аудан анықтамаларын салыстырсақ, туризмді рекреация түрі ретінде қарастыруға болғандығынан туристік аудан – рекреациялық ауданның бір түрі деп айтуға болады.

Н.С. Мироненко мен И.Т. Твердохлебов айтуынша, «рекреациялық аудандастыру салалық әлеуметтік-экономикалық аудандастырудың бір түрі болғандығынан, рекреациялық ауданды салалық экономикалық аудандар класына жатқызу керек» [5].

Олардың рекреациялық (туристік) аудан анықтамасы мынадай: «рекреациялық (туристік) аудан дегеніміз аумақтың табиғи және мәдени-тарихи кешендері мен оның экономикалық шарттарын пайдаланып, рекреанттар қажеттіліктерін ең жақсы түрде қанағаттандыруға мүмкіндік беретін рекреанттарға қызмет көрсетуге мамандандырылған экономика жағынан өзара



байланысты рекреациялық кәсіпорындарының аумақтық жиынтығы» [5].

Сонымен бірге, рекреация мен онымен байланысты салалар кешені басым болатын және аумақ дамуының негізін құратын рекреациялық ауданды интегралдық экономикалық аудан деп атауға да болады.

Сөйтіп, туристік аудан – туризмнің дамуына арналған бірнеше табиғи, тарихи-мәдени және әлеуметтік-экономикалық жағдайлары бар экономикалық салалық аудан. Осыларға байланысты ауданда туристік іс-әрекеттер басым болып келеді. Туристік аудан – әлеуметтік-экономикалық категория, оның рекреанттарға қызмет көрсету бойынша аумақтық жүйесі ретіндегі ұғымы қоғамдық еңбектің аумақтық бөлінісіне негізделеді.

Туристік аудандардың бірқатар ерекшеліктері бар: туристік аудан – өзінің сипаты мен өнімі бойынша әлеуметтік құрылым. Туристік ауданның өнімі – халықтың физикалық және рухани күшін қалпына келтіруге және жетілдіруге арналған туристік қызметтер; туристік аудандардың өндіріс үрдісі бөлек кезеңдерде өтетін басқа салалық аудандардан айырмашылығы – онда қоғамдық ұдайы өндірісінің төрт сатылы процесі қатар жүреді: өндіріс, алмасу, тарату және тұтыну. Туристік аудандарда екі шеткі сатылар арасында (өндіріс пен тұтыну) уақыттық үзіліс жоқ. Бұл алдын ала жинақталмайтын туристік қызметтерге жататын қасиет; туристік аудандар ресурстарға бағытталады. Яғни тау-кен, балық, орман өндірістік салалармен және ауыл шаруашылық аудандарымен туристік аудандардың ұқсастығы – ұзақ (жыл бойы) демалыс функциясын атқаратын туристік аудандарды орналастыру үшін жеткілікті түрде ресурстардың болуы керек; көптеген туристік аудандарға тән қасиет табиғи ырақтарға және қоғам өмірінің ұйымдастырылуына сәйкес мезгілмен жұмыс істеуі.

Туристік аудандардың қалыптасу шарттары – табиғи және әлеуметтік-экономикалық орта болып табылады.

Туристік аудандардың қалыптасуын былай суреттеуге болады. Өзіне туристік аймақпен бірге қазіргі мезетте туристік аймақ бөлігі болмайтын туристік нысандар кіретін аумақ «туристік кеңістік» (С. Лишевский, 1995), кеңес әдебиетінде

«рекреациялық кеңістік» болып табылады. Кеңістік ішіндегі туризм дамуының алғашқы кезеңдері туристік аймақтың ерекшеліктерін әзірше анық көрсетпейді. Әуелі туристік аймақ туристік қасиеттермен ассимиляция мен колонизация арқылы көзге түседі, бірақ бұл қасиеттері урбандану кезеңінде аса қарқынды туристік игеру нәтижесінде («туристификация») жоққа шығады. С. Лишевскийдің айтуынша, туристік кеңістік түрлері туризм дамуының фазаларын (кезеңдерін) және аумақты игеру деңгейін көрсетеді [37]. Мұндай жағдайда туристік аймақтар таңдалып алған критерийлер бойынша бірқалыпты аралдар болып табылады.

Бұдан кейінгі маңызды мәселе – туристік аймақ пен ТРЖ арасындағы айырмашылықтарды анықтау (В. Преображенский, С. Лишевский, М. Бочваров).

Басты жүйе қалыптастырушы фактор – сала блоктары (жүйе бөліктері) арасындағы байланыстар болып табылады. Ал аймақ қалыптастырушы фактор – жүйе бөліктерінің нақты элементтерінің бір-бірімен және табиғи, әлеуметтік-экономикалық, мәдени орталары элементтерімен аумақтық үйлесулері болып табылады. Осы байланыстар арқылы аталған аумақтың туристік мамандандырылуы қалыптасады. Аймақ, бір жағынан, үлкен кеңістік инфрақұрылымның бір бөлігін ғана қамтиды (байланыстырушы ұғым), екіншіден, туристік сала элементтерін біріктіруімен бірге, әртүрлі артефакттар мен ментифакттарды да біріктіріп, олармен бірге біртұтас болады да аймақтағы туризм мен рекреация дамуына әсер етеді (кең ұғым).

Туристік аймақ ерекшеліктеріне әсер ететін туризмнің кеңістіктік қырларына сипаттама берейік.

Туристік кеңістік үш негізгі элементті: туристер сұранысы мен рекрутациясының (шығу тегі) қалыптасу аумағын; қызмет көрсету ұсынысы аумағын (сұраныстың іске асырылатын аумағы, оны туристік дестинация аумағы деп атайды) және олар арасындағы оларды байланыстыратын аумақтарды (сұраныс аумағынан ұсыныс аумағына жету үшін көлік қажет) қамтиды.

Туристік аймақ туризмінің дамуында өзгерістер факторы ретіндегі туризмнің дамуы ең басты рөл ойнайды. Сұраныс пен байланыстырушы аумақтардың шығу тегі туристік аймақтар шығу тегіне мүлдем ұқсамайды. Сыртқы орта мен туристік

аймақ арасындағы айырмашылықтарды және бүкіл кеңістік ерекшеліктерін анықтау өте маңызды мәселе болып табылады. Сонымен қатар, О. Рогалевский (1974), С. Лишевский (2002) және т. б. туристік аймақтардың пішініне де назар аударады. Олар зоналық, тораптық, ареалдық (шашыраңқы) және т. б. аймақтар болуы мүмкін.

Туристік құндылықтар (туристік-рекреациялық әлеует, туристік-рекреациялық ресурстар) – гетерогендік (шығу тегі бойынша әртүрлі) құндылықтар. Бастапқы туристік құндылықтардың бір бөлігі табиғи құндылықтар, ал екінші бөлігін адам жасаған. Олардың географиясы әртүрлі. Табиғи құндылықтар аз өзгерген табиғи орта, ал екіншісі – жасанды орта болып табылады. Нысандардың осы екі топтары арасындағы шекара айқын емес: кейбір ресурстарды табиғатпен бірге адам да қалыптастырады (мысалы, су бөгендері).

Бастапқы туристік құндылықтардың орналасуы туристік мамандандырылуы бар аумақтардың тұрақталуын қалыптастырады. Құндылықтардың өзі туристік ресурстар емес. Оларды ресурстарға айналдыру үшін белгілі қаржы жұмсап, шаралар жасау қажет. Тек осыдан кейін оларды нарықта қызметтер (туристік өнімдер) ретінде ұсынуға болады.

Туристік аймақ өмірінің ерекшелігі оның маусымдық сипаты болып табылады. Мұның себебі – жыл бойында табиғи құндылықтарды бірқалыпты пайдалануға болмауы және әртүрлі әлеуметтік факторлардың әсері. Ресей географтары И. Твердохлебов пен Н. Мироненко (1981) туристік аймақтардың мазмұны мен сипаттамалары маусымдарға байланысты өзгеріп тұрғанынан және мұндай жағдай басқа салалар үшін тән емес болғандықтан туристік аймақтар жөнінде жалпы түрде айтуға болмайды, дейді. Кейбір авторлар (мысалы, П. Мариот) интегралдық аймақ деген болмайды немесе шындықта біз аймақтардың екі түрі жөнінде айтуымыз керек, деп айтады. Аймақтардың бұл екі түрі логикасы және кеңістік-уақыт қағидалары бойынша бір-бірінен айырылады: каникулдық-демалыстық аймақтар (жоғары сапа мен мамандандырылуға бағытталған) және уикэндтік-мерекелік аймақтар (оның шарты – туристік құндылықтардың оңай қол жетерлігі, мұнда аумақтың

игерілуі онша маңызды емес, мұнда ең алдымен қаланың әсер ету зонасы ескеріледі).

Туристік аймақ – салалық және функционалды аймақ. Қажетті шарттардың болуы аймақтың міндетті түрде туристік аймақ болуы деген сөз емес. Мұнда тек болашақта туризмнің даму потенциалы бар зоналары жөнінде айтуға болады.

Туризм қырларының бірі туристік аймақтардың жіктелуі, мысалы, теңіз маңы, тау, діни туризм аймақтары және т. б. Бұл мамандандырылған туристік аймақтар болады.

Туристік аймақ ұғымы туризм классификациясында маңызды ақпараттық және дидактикалық рөл ойнайды.

Туристік аймақтардың шекараларын анықтау оңай мәселе емес. Шекараларды өткізу үшін қандай нәрсе ең маңызды болады – табиғи жағдай ма, шаруашылық іс-әрекеті ме, әкімшілік бөлінуі ме? Мысалға, туристік аймақ шекарасын тауда қалай өткізу керек – аңғарлар мен өзендер бойымен, тау жоталары суайрықтарымен, әлде туристік аймақ тауға барам деген туристер келетін елді мекендер, шаруашылық нысандар мен терминалдар орналасатын тау бөктерлерін қамыту керек пе? Гималай тауларын бір туристік аймаққа жатқызу керек пе немесе, оның бөліктері бір-бірінен бөлек орналасқан болғандықтан, көршілес шатқалдарды аймақ құрамына кіргізу үшін шекараларын Қытай, Непал, Үндістан территориясына тереңдетіп енгізу керек пе? Альпы территориясы автомобиль, темір және аспалы жолдарымен жақсы қамтамасыздан-дырылған. Бірақ осыған негізделіп, итальян Альпілерін Ломбардия мен Пьемонттан, австриялық – Дунай, Штирия мен Каринтиядан, швейцариялық – Солтүстік Швейцария жазықтарынан, француз Альпілерін Рона аңғарынан бөліп жұлып ала аламыз ба? Сонымен бірге тағы да бір сұрақ бар: туристік аймаққа туристік емес, бірақ функциялары мен аумағы бойынша байланысы бар территорияларды қосу керек пе, керек емес пе? Сірә, В.С. Преображенскийдің (1975) көзқарасы ең дұрыс болмақ: ол рекреация мен туризмнің салалық жүйелерін функционалды тұтастық пен реттеу негізінде бөлінетін жүйелері ретінде қарастырады. Қалай да болсын, туристік кеңістікке туристік емес кеңістікті енгізу қажеттілігі мәселесі әзірше шешілмеген.

КСРО, Ресей географиясында туристік-рекреациялық аудандастырудың анық әдістемелігі түгелі оның біртұтас қабылданған қағидалары да жоқ. Мұның себептері мынадай: рекреациялық іс-әрекеттің өзіндік ұйымдастырылуының, туристік-рекреациялық баға беру сұрақтарының, толыққанды туристік ресурсты қалыптастыру мәселелерінің нашар зерттелуі.

Батыс және поляк географиясы (КСРО, Ресей географиясымен салыстырсақ) XX ғасырдың 80-ші жылдарынан бастап салалық және интегралдық аймақтар мәселелерімен айналыспайды. Бұл таң қалдыратын жайттың бірнеше түсіндірмесі бар [38].

Біріншіден, жаһандану факторларының әсерінен орталықтандырылған басқару маңызы жоққа шыққан кезде аудандастырудың жоспарлау сайманы ретіндегі маңызы төмендеген. Ал аудандастыру болса, 30-шы жылдары басталып, орталықтандырылған және аймақтық жоспарланумен бірге дамып келе жатыр.

Екіншіден, интегралдық (табиғи-әлеуметтік-экономикалық) аймақ ұғу үшін өте күрделі және нақты әрекеттерді іске асыру негізін жасамайтын құрылым болып түсіндіріледі.

Үшіншіден, бір мақсатқа жету үшін кеңістікте қалыптастырылған функционалдық аймақтар арасындағы қатынастар өте маңызды. Мысал ретінде көршілес аудандарға қарағанда туризмі нашар дамыған аймақта туризмді дамыту жұмысын жүргізу мақсатын келтіруге болады. Әдетте түрлі функционалды мақсаттар үшін аудандастыру ісі геоақпарат әдістерін қолданғанда едәуір жеңілдейді. Аумақтық дамуындағы жылдам өзгерістері болған жағдайда да бұл әдіс өте пайдалы. Аудандастырудың мыңдаған нұсқалары болуы мүмкін, сондықтан аудандастыру дегеніміз нақты бір жерде нақты бір мақсатқа жетуге арналған әдіс болып табылады.

Төртіншіден, аудандастыру туризм дамуына қолайлы табиғи жағдайларды аудандастырумен теңдеседі және болашақта да теңдеспек. Еуропа мен Ойкуменада бұл жағдайлар бұрын да белгілі болғандықтан, мәліметтер базасынан ақпарат алынып тұрса, аудандастырудың қажеті де жоқ. Ол туризмнің бастапқы кезеңдерінде ғана өте қажетті болған. Ол кезде ақпараттың қыруар көлемін реттеу, ресурстарды тегістеу қажеттілігі болған.

Дегенмен аудандастырудың қажеті жоқ деген көзқарас қате сияқты: туризмнің нақты бір аумақтағы экологиялық, әлеуметтік, шаруашылық, мәдени, психологиялық әсерін бағалауын аудандастырусыз жасау мүмкін емес.

Бесіншіден, туризмнің қазіргі дамуы мұқият ұйымдастыруға, маркетингке, туристік өнімді нарықта өткізуге, яғни туристік аймақтан тыс орналасқан рекрутация аумақтарында қалыптасатын сұранысқа бағытталған. Осы күнге дейін аудандастыру туристік өнім ұсынысына бағытталатын. Маркетинг пен өнім өткізу мәселелері географиялық зерттеулер мен аудандастырудың негізі екенін географтар және осы проблемамен айналысатын басқа мамандар түсінуі қажет.

Еңбекшілердің туристік қызмет сұранысының өсуіне орай еңбектің аумақтық бөлінісі нәтижесінде демалыс пен туризм сферасы өзінің табиғи және әлеуметтік-экономикалық шарттары бойынша туристік іс-әрекет түрлерінің талаптары мен шаруашылықтың осы саласының аумақтық ұйымдастырылуына сәйкес болатын ең қолайлы аумақтарды өзі үшін «таңдап» алады. Демалыс пен туризм дамуының белгілі бір кезеңінде туристік іс-әрекеттің осы аумақта шоғырланып орнығуы пайда болады, ішкі және сыртқы байланыстар қалыптасады, үйлестіру орталықтарының иерархиясы пайда болады, жоспарлық-ұйымдастырушылық аумақтық басқару құрылады.

Экономикалық және әлеуметтік географияда әлеуметтік-экономикалық аудан тауарлық өнімнің ауданаралық алмасуымен сипатталатын шаруашылығының мамандандырылуымен ерекшеленеді. Сол сияқты туристік ауданда рекреанттарға туристік қызмет көрсетуді өнімді осы ауданнан «сыртқа шығару» деп бағалауға болады. Дегенмен, туристік аудандарға тек халық шаруашылығында туризм басым болатын аудандарды ғана жатқызуға болмайды. Мұндай аудандар әдетте аз болады.

Аумақты рекреациялық мақсатта аудандастыру және бағалау әртүрлі табиғи, экономикалық, әлеуметтік, физиологиялық, экологиялық, сәулеттік-көркем-суреттік және басқа факторларды ескеруді қажет етеді. Туристік аудандастыру әдістері аудандастыру ауқымы мен мақсаттарына тәуелді:

1) шаруашылық дамуының перспективті жоспарларын техникалық-экономикалық жағынан дәлелдеу үшін елдің ірі аймақтарының туристік потенциалын анықтау әдісі;

2) жеке облыстардың территорияларында халықтың демалысын ұйымдастыру мүмкіндіктерін аудандық жоспарлау жасау үшін анықтау;

3) жоспарда белгіленген демалыс зоналарында нақты туристік объектілерді орналастыру және олардың детальды жоспарлауын жасау.

Дәл қорытындыларды жасау үшін зерттеудің негізгі нысаны табиғи аумақтық кешен болуы керек. Туризмде пайдалану мақсатында жер бедері, су, өсімдік, климат, табиғат пен мәдениеттің қызықтыратын нысандары бағаланады.

Жыл мезгілдеріне демалысқа қолайлы күндер санын есептеп талдау жасасак, басқа элементтерге қарамай-ақ, стационарлық демалысқа жарайтын аумақтар тізімінен қиыр солтүстік, биік тау, шөл аумақтарын алып тастауға болады. Шектеу факторларына, сондай-ақ, батпақтар және эндемиктік жұқпалы аурулар тарап кеткен жерлердің болуы, тарихи және сәулет өнері ескерткіштері жоқ жерлердегі тегіс урбандану жатады.

Туристік аудандастыруды тікелей шектеу факторларынан бастау керек, себебі көптеген артықшылық болып есептелетін факторлар болған жағдайдың өзінде жалғыз бір шектеуші фактор олардың барлығынан асып түсуі мүмкін.

Географиялық әдебиетте салалық экономикалық аудандастыру мәселелері аз қарастырылған, әсіресе аудандастырудың басқа түрлерімен (мысалы, ауыл шаруашылық немесе өнеркәсіп) салыстырсақ. Дегенмен рекреациялық жүйелердің таксономиясы, иерархиясы жөніндегі сәтті жұмыстарды атауға болады.

ТРЖ-нің иерархиясы, таксономиясы туралы Е.А. Котляровтың (1978), Н.С. Мироненко мен И.Т. Твердохлебовтың (1981) жұмыстарында айтылған.

Е.А. Котляровтың пікірінше, туристік-рекреациялық аудандастырудың төрт сатылы таксономиялық бірліктері болғаны дұрыс: республика (өлке, облыс), аудан, рекреациялық жер, рекреациялық шағын аудан [13]. Н.С. Мироненко мен И.Т. Твердохлебов (1981) бұл жүйені бес буынға бөліп отыр: рекреация-

лық зона (аймақ), рекреациялық макроаудан, рекреациялық мезоаудан, рекреациялық микроаудан, рекреациялық пункт [5].

Туристік аудандастыру туристік саланы жоспарлау мен басқарудың негізін құрайды. Туристік аудандастыру арқылы оның негізгі даму бағыты анықталады, туризмнің материалдық-техникалық базасының өсуі үшін аумақтың алғышарттары бағаланады. Табиғи және әлеуметтік-экономикалық ресурстарын, көлік жағдайын, туристік инфрақұрылым деңгейін, басқа іс-әрекеттердің туристік іс-әрекетке деген оң және кері әсерлерін, туристік аудандардың өндірістік және аумақтық ішкі құрылымын бағалау негізінде аудандастыру кезінде әртүрлі дәрежедегі аумақтық рекреациялық бірліктердің шекаралары, олардың функционалды және әлеуметтік маңызы, рекреациялық сыйымдылығы анықталады, рекреациялық игеру реті орнатылады.

#### *Қайталау сұрақтары*

- 1. Аумақтың туристік аудандастырылуы не үшін қажет? Аудандастырудың басқа түрлерімен оның қандай байланысы бар?*
- 2. «Рекреациялық аудан» мен «туристік аудан» анықтамаларының айырмашылығын түсіндіріп беріңіз.*
- 3. «Туристік аймақ» (аудан) деген не? Анықтамасын беріңіз. С. Лишевскийдің «туристік кеңістік» ұғымынан оның қандай айырмашылығы бар?*
- 4. Туристік аудандастырудағы жүйе қалыптастырушы және аймақ қалыптастырушы факторлары деген не?*
- 5. Туристік ауданның негізгі сипаттамаларын беріңіз.*
- 6. Туристік аудандар шекараларын анықтау (делимитация) мәселелері жөнінде айтып беріңіз.*
- 7. Батыс елдерінде салалық және интегралдық аудандастыру мәселелерімен неге айналыспай қойған?*
- 8. Туристік-рекреациялық аудандастыру таксономиясы жөніндегі кеңес ғалымдары еңбектері туралы әңгімелеп беріңіз.*



## 4-ТАРАУ

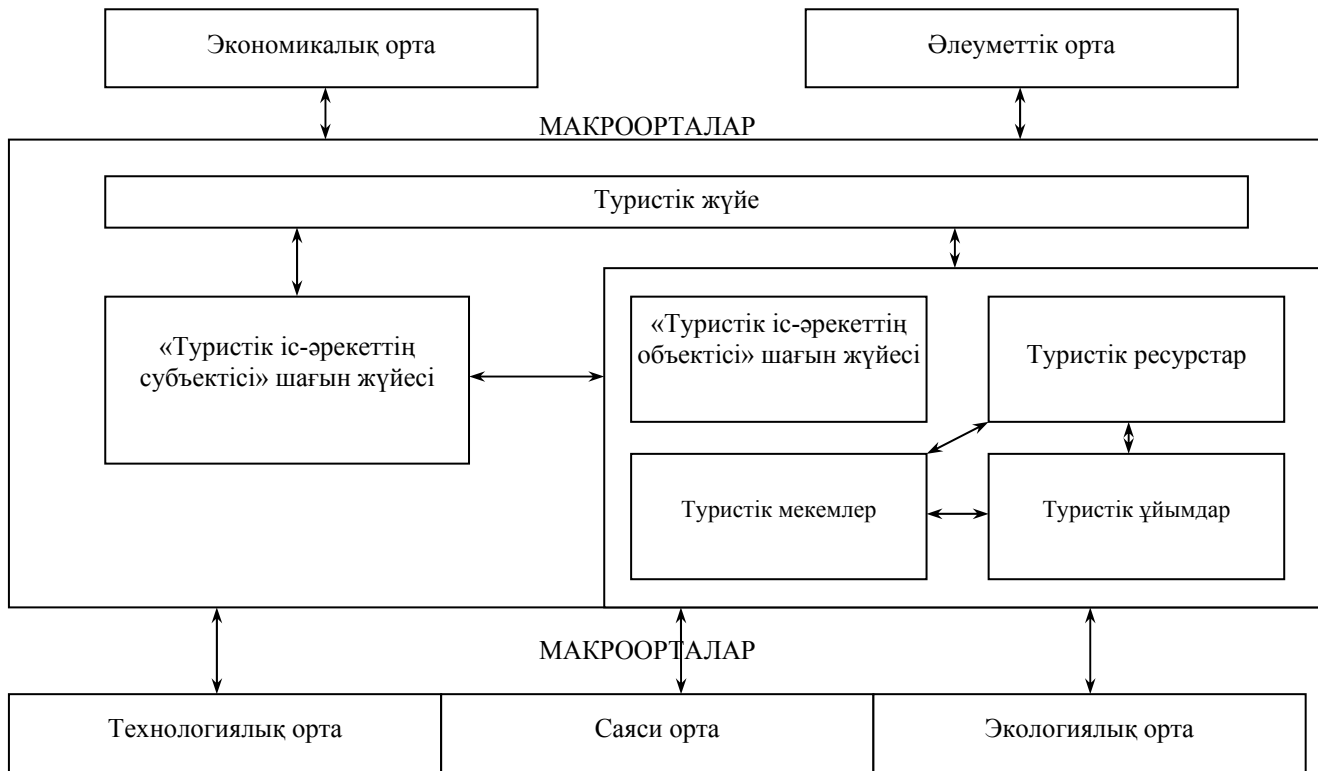
### ТУРИЗМ – ХАЛЫҚ ШАРУАШЫЛЫҒЫНЫҢ САЛАСЫ

#### § 1 Туризм – қоғамдық-шаруашылық жүйе

Туризм дегеніміз әзірше толығымен зерттелмеген және сандық көрсеткіштерімен бағалануы қиынға түсетін күрделі қоғамдық құбылыс. Сондықтан, көп ғасырлық тарихына ие болғандығына қарамастан, туризмнің біркелкі анықтамасы жоқ. Тар салалар ауқымымен шектелген анықтамалар бұл күрделі ұғымның барлық ішкі және сыртқы байланыстарын біріктіре алмайды. Сондықтан туризмнің тұжырымдамалық, толық және мәнді анықтамасын тауып дәлелдеу қажет болып тұр.

Кеңес Одағы кезіндегі география ғылымында территориялық рекреациялық жүйесінің (ТРЖ) моделі жасалынған. Атап айтсақ, бұл мәселені XX-шы ғасырдың 70-ші жылдарының орта шенінде В.С. Преображенский (1975) басқарған ғалымдар тобы қарастырған, кейін Н.С. Мироненко мен И.Т.Твердохлебов (1981) бұл жұмысты одан әрі дамытқан. Батыс елдерінде 1983 жылы Г. Гуибилатомен жасалынған, кейін 1988 жылы Г. Ваккерманмен толықтырылған туризмнің концептуалдық моделі пайда болды. Жоғарыда аталған ғалымдардың теориясы бойынша туризм жүйесі екі шағын жүйеден тұрады (13-сурет): «туристік іс-әрекет субъектісі» (туристер) және «туристік іс-әрекет объектісі» (туристік ресурстар, туристік мекемелер мен ұйымдар).

Бұл жүйе шеңберінде туристер сұранушы немесе сатып алушы, ал туристік қызмет көрсетушілер – сатушылар болады. Осылай болғанда, туристік іс-әрекет субъектісіне, яғни туриске -



13-сурет. Туризм жүйесінің сұлбасы

жүйеде қарсы тұратын туристік іс-әрекет объектісі, яғни «туристік шаруашылық» болмақ. Туристік шаруашылық туристер тұтынатын тауар мен қызметтерді өндіреді. Туристік шаруашылық екі бөлікке бөлінеді: туристік ресурстар мен туристік инфрақұрылым. Туристік инфрақұрылымға туристік мекемелер, ұйымдар және кәсіпорындар кіреді. Туристік ресурстар өндіріс құралы және еңбек заты, яғни туристік қызметтерді өндіру негізі болып табылады. Инфрақұрылым болса, ол осы қызметтерді нақты өндірушісі болады.

Туристік шаруашылық туристерге қызмет көрсететін басқа да халық шаруашылық салаларымен қосылып, «туризм индустриясын» құрайды. Басқаша айтсақ туризм индустриясы дегеніміз туристік өнімді өндіретін кешенді жүйе. Ал туристік өнім болса, бұл туристік кәсіпорындардың халыққа (туристерге) көрсететін қызметтердің кешені.

Туристік индустрияның құрамына «туристік мекемелер» кіреді. Туристік мекеме дегеніміз барлық керекті өндірістік құралдарды біріктіріп (жерді, ресурстарды, еңбек күшін, қаражатты және т. б.), туристерге қызмет көрсететін мекемелер.

Туристік мекемелер өз қызметтерін ұсынып, халықтың туристік қажеттілігін өтейді.

Туристік мекемелердің біреулері клиенттерге тек қана туристік қызмет көрсетіп тұрса, басқалары үшін туризм олардың коммерциялық іс-әрекетінің бір ғана тармағы болады.

XX-ғасырдың 50-ші жылдардан бастап қарқынды дамып келе жатқан бұқаралық туризм туристік қызметтердің стандартталуын, алдын ала дайындалған, жоспарланған және есебі жасалған «қызметтер пакетін» қажет етті. Қызметтердің осындай жиынтығы бір бағамен туристік фирма каталогында тұтынушылардың назарына ұсынылады. Бұрын тұристің өзі ойластырған заттардың барлығын: маршрутты, орналасуды, тамақтануды, тур бағдарламасын күні бұрын жоспарлауын – мұның барлығын қазір туристік фирманың өзі әзірлейді. Қазір ұйымдастырылған туризм деп «туристік саяхатты» құратын туристік қызметтердің стандартталған толық пакеттерінің ұсынысын айтамыз.

Туристік қызметтер халық тұтынатын қызметтердің елеулі бөлігі болып табылады.

Туристік қызметтер негізгі, қосымша және қосалқы қызметтер болып бөлінеді.

Негізгі қызметтер туристік жолдамадағы келісімшартпен шектеледі. Ондайларға орналастыру, тамақтандыру, көлік қызметтері, экскурсия қызметтері жатады.

Қосымша қызметтер туризмнің инфрақұрылымы дамыған жағдайда жалпы кірістің 50% атқарады. Оларға негізгі қызметтерге кірмейтін қызметтерді, сауықтыру қызметін, медицина қызметін, мәдени, ойын-сауық шараларын және т.б. жатқызуға болады.

Қосалқы қызметтерге сувенир өнімдерімен, туристік символикамен қамтамасыз ету, сауда, валюта-кредит, жеке сейф ұсыну, ақпарат және басқа да қызметтер жатады.

Қосымша және қосалқы көрсетілетін қызметтердің арасында анық айырмашылық жоқ. Жоғары дәрежедегі қонақ үйлерінде қосымша қызметтердің саны 500-ге жетуі мүмкін.

Туристік мекемелер «туроператорлар» және «турагенттер» болып жіктеледі. Туроператор дегеніміз – өзінің және басқа мекемелердің қызметтерін біріктіріп өзінің жаңа туристік өнім жасайтын туристік мекеме. Туроператор өз атынан клиентке кешенді тур ұсынады. Осындай жаңа өнімді паушалды (кешенді) тур деп атайды. Паушалды тур – бұл бірнеше қызметтерден тұратын пакет. Сонымен қатар паушалды турға туроператор әртүрлі мекемелер шығарған қосымша қызметтерді де кіргізеді. Мұндай өнімге кеңес беру мен сату бойынша делдалдың қызметі де кіреді [39].

Туроператорлардың және туристік қызметтердің дербес өндірушілерінің өнімдері турагенттер (туристік делдалдар) арқылы таратылады. Турагенттіктің туроператордан айырмашылығы мынадай: турагенттік туроператорлардың бағдарламалық пакеттерін бөлшектеп сатуында және бөлек туристік кәсіпорындардың (қонақ үйлерінің, әуе компанияларының және т. б.) қызметтерін сатуында делдал болып қызмет көрсетеді. Туристік өнімді сатумен бірге турагенттіктің (әдетте бұл саяхат бюросы) тағы бір маңызды функциясы – клиентке ақпарат жеткізу, турды ұйымдастыру бойынша кеңес беру және т.с.с. Әдетте саяхат бюросы тұтынушы (турист) мен туристік қызмет

өндіруші кәсіпорын арасындағы байланыс орнататын мекеме рөлін ойнайды.

Теорияда туроператор мен турбюро (турагент) арасындағы айырмашылықтары ап-анық болып көрінсе, тәжірибеде туристік кәсіпорындарының осы екі формасы араласып кетеді де біртұтас болып көрінеді. Саяхаттар бюросы қызметтерді сатумен бірге өз қызмет пакеттерін ұсынады. Ірі туроператорлардың өзінің тарату желісі, яғни саяхат бюросы болады (14-сурет).

Туризм жүйесінде «туристік ұйымдар» маңызды орын алады. Әртүрлі дерекнамаларда туристік ұйымдар өзгеше аталады және туризм маркетингі мен менеджментінің әралуан функцияларын орындайды. Бір жағынан туристік ұйымды туристік аймақтағы үйлестіру функциясын орындайтын басқару құрылымының ерекше түрі деп атауға болады. Кәсіпорындардың және бүкіл туристік ауданның функциялары арнайы ұйымдастырылған құрылымдармен басқарылуы менеджмент үшін өте маңызды. Ал басқа жағынан қарасақ, туристік ұйымдар делдал жұмысын атқарады, яғни осындай туристік ұйымдар маркетинг функцияларын орындауы қажет. Олар кооперациялық сипатына ие және жұмысын мемлекеттік деңгейде де, дербес түрде де жұмысын орындауға қабілетті болуы керек.

Қандай да болсын, туристік ұйымдар туристік саясатты қалыптастырады, яғни олар туризм үшін жағдай жасап оның дамуына септігін тигізуі міндетті. Осындай ұйымдастырушылық құрылымдарға жекеменшікті (бірлестіктер) немесе мемлекеттік (басқармалар) құрылымдар түріндегі туристік ұйымдар жатады. Туристік ұйымның ерекше түрі – өз жұмысын ұлттық, облыстық және қалалық (коммуналдық) үш деңгейінде орындайтын жарнамалық орталық болып табылады.

Сөйтіп, туристік ұйымдар туристік басқару жұмысын орындауы қажет, олар мемлекеттік және жеке құрылымдарды аймақтық, ұлттық және халықаралық деңгейде қамтиды. Туристік ұйымдар туризмді аймақтар мен елдердегі дамуын жоспарлау және басқару, туристік өнімді сату жұмысын ұйқас қылу үшін қажет. Жеке туристік ұйымдарды мемлекеттік емес құрылымдар (бірлестіктер мен одақтар) қалыптастырады және қаржыландырады. Мемлекеттік және жекеменшікті кәсіпорындар бірігіп жұмыс істеген жағдайда туристік ұйымдар ең



14-сурет. Туризм нарығының функционалдық сұлбасы (В.Б.Сапрунова, 1997)

жоғары жетістіктерге жете алады.

Өз қаражатын жұмсаған кезде турист инфрақұрылымның одан әрі дамуына «өз дауысын бергендей» болады. Қандай да болсын кәсіпорын сияқты, туристік кәсіпорын туристік өнімді шығару үшін ресурстарды қажет етеді. Ең алдымен бұл жер. Жер туристік қызметтерді өндірудің ең басты факторларының бірі және туристік кәсіпорындарын орналастырудың кеңістік базисы болып табылады. Аумақтың табиғи және мәдени компоненттерінің жиынтығына туристік іс-әрекет формалары мен түрлері байланысты. Еңбек ресурстарының да маңызы өте жоғары. Туристерге қызмет көрсету саласы жергілікті және сырттан келген жұртты еңбекпен қамтиды. Сонымен қатар, туристік кәсіпорындар капиталдық салымдарды, яғни инвестицияларды қажет етеді.

Жаңа рекреациялық аумақтарды игеру, туристік іс-әрекетті кеңейту, туристік инфрақұрылымның жаңа объектілерін салу үлкен инвестициялық салымды керек етеді. Ірі жобаларды мемлекет, ұлттық және шетелдік жеке қаржы мекемелері, біріккен мекемелер, халықаралық ұйымдар мен басқа да заңды және жеке тұлғалар қаржыландырады.

Туристік сұраныстың көбеюі капитал салымының өсіруін және туристік қызметтің мөлшерін көтеруді қажет етеді. Бұл территорияның экономикалық іс-әрекетін жаңартуға әкеліп, кірісті көбейтеді. Түскен кірістің бір бөлігі мемлекетке салық арқылы түседі. Сонымен қатар, мемлекет казынасы кеден салымдары арқылы толықтырылады. Осылай жиналған табыс қайтадан жаңа туристік жобаларды қаржыландыруға, табысы төмен халық топтарының демалысын ұйымдастыру үшін материалдық жәрдемақыға, туристік мамандарды даярлауға және т.с.с. жұмсалады.

Туристік нысандардың құрылысы мен қайта құрылуына қаржысын жұмсаған мемлекет пен басқа инвесторлар, әрине, несие беруден өз пайдасын іздейді. Олар салынған капиталын қайтарып және оның өскен пайызын тауып өз қызметкерлеріне еңбекақысын төлеуге үміттенеді. Өз пайдасын іздеген инвесторлар несие берудің ең ұтымды шарттарын тапқысы келеді. Сондықтан олар шетелдік туристік нарыққа шығып, капитал экспортерлеріне айналады және халықаралық

корпорациялар торының буындары рөлін ойнай бастайды. Осының барлығын ескере тұра біз туризм жүйесін (сферасын) нарық жүйесі деп атай аламыз.

Экономикалық, әлеуметтік, технологиялық, саяси және экологиялық макроорталармен бірге туристік жүйе күрделі құрылым болып табылады. Сыртқы орта туризм жүйесіне қатты әсерін тигізеді, оның әсері екі түрлі болуы мүмкін: бір жағдайда туристік іс-әрекеттің дамуына мүмкіндіктер туғызса, басқа бір жағдайда керісінше, тіптен жойылып кетуіне қауіп туғызады. Жойылып кетпей нәтижелі жұмыс істеу үшін туризм жүйесі қоршаған ортаның сыртқы өзгерістеріне бейімделіп тұру қажет.

Туризм еліміздің белгілі бір территориясының халық шаруашылық салаларының дамуына оң әсерін тигізеді, инфрақұрылым құрып, дамуын жылдамдатады, өндіріс күштерін дамыған аудандармен бірге артта қалған өлкелерде де орналастыруға, яғни жергілікті жұрттың еңбекпен қамтылуына әсерін тигізеді.

Туризм аймақтардың экономикалық белсенділігінің маңызды факторы болып табылады. Туристерге тікелей қызмет көрсететін субъектілерімен бірге, туризм халық шаруашылықтың басқа да салаларының катализаторы болып есептеледі. Алайда туризм дамуы өз бетімен өтпеу керек. Тек жоспарланған түрде жүргізілген туристік қызмет туристерге дұрыс демалыс жағдайын туғызып, туристік кәсіпорындарға пайда әкеле тұра, табиғи ортаның тепе-теңдігі мен тұрақтылығын сақтауы мүмкін.

Аумақтың туристік игерілуі (дамуы) дегеніміз кеңістікті туристік қозғалыс мақсатына лайықты қылу болып табылады. Аумақтың туристік игерілуіне мынадай іс-әрекеттер:

- туристік-рекреациялық ресурстарды сақтап қалу және жаңа ресурстарды қалыптастыру;

- көлік қол жетерлігін қамтамасыз ету;

- аумақты туристік инфрақұрылымның қажетті нысандарымен жабдықтау жатады.

Осындай міндеттерді орындауға бағытталған бағдарламаларды аумақтың туристік игерілуі (дамуы) бағдарламалары деп атайды. Осындай жоспарланған түрде туризмді дамытып келе жатқан елдер қатарына мынадай елдер кіреді: Франция, АҚШ,



Испания, Италия, Польша, Грекия, Болгария, Тунис, Түркия, Израиль, Таиланд, Малайзия, Мексика, Куба.

Аумақтың туристік игерілу (даму) жоспарлары екі түріне:

- кешенді жоспарлар (белгілі аумақтағы белгілі уақыттағы туристік құбылыстардың толық кешенін қамтиды);

- арнайы жоспарлар – туризм дамуының нақты бір мәселелерін шешуге арналған жоспарлар (О. Рогалевский, 1974) – бөлінеді.

Табиғи жағдайы мен инфрақұрылымы туризмді дамытуға қолайлы барлық аумақтар үшін осындай жоспарлар құрастырылса дұрыс болар еді. Және де тәуелсіз еңбек болса да, олар аумақтың игерілу жоспарларымен үйлестірілуі қажет. Аумақтың шаруашылық игерілуі жоспарлары уақыт мерзімі бойынша былай бөлінеді:

- кезеңдік жоспарлар (әдетте 5 жылға дейін);

- перспективалық жоспарлар (15-25 жыл);

- бағыттаушы жоспарлар (25 жылдан астам).

Қарастырылатын аумағы бойынша:

- жергілікті;

- аймақтық (аймақ немесе оның бөлігі үшін);

- ұлттық (бүкіл ел аумағы үшін)

жоспарлар болып топтастырылады.

Туризм елдер мен аймақтардың қоғамдық-шаруашылық өмірінде маңызды орын алады. Экономикалық функциясымен бірге әлеуметтік, білім беру, тәрбиелік, экологиялық және саяси функцияларын орындайды.

Туристік тұтыну төрт кезеңнен:

- саяхатқа дайындалу;

- туристік дестинация орнына жету;

- туристік дестинация орнында болу;

- үйіне қайту (С. Водейко, 1997)

– тұрады

Дайындалу кезеңі турист тұратын жерінде өтеді. Туристердің шығуы әдетте өз аймағы үшін экономика жағынан пайдалы емес. Екінші (жету), үшінші және төртінші (қайту) кезеңдер туристерді қабылдайтын аймақтар үшін пайдалы. С. Водейко бесінші кезеңді (қорытынды жасау) де бөлу қажет,

дейді. Бұл кезде турист өз саяхатына баға беріп, болашақта осындай саяхатқа бару-бармауын шешеді [40].

Туристік тұтырудың осы кезеңдері шаруашылық дамуында маңызды рөл ойнайды (12-кесте).

12-кесте

### Туризмнің экономикалық маңызы (С. Водейко,1997)

№	Туристік тұтыну әсерінің сферасы	Туризмнің салдарлары
1	Туристің қоныстайтын жері	<ul style="list-style-type: none"> <li>- қалыптасып болған қажеттіліктер құрылымындағы өзгерістер</li> <li>- жоспарланған саяхатқа байланысты әртүрлі тауарлар мен қызметтерге деген жаңа сұраныстың пайда болуы</li> <li>- инвестициялардың пайда болуы немесе тауарлар мен қызметтерді өндіру</li> <li>- жергілікті туристік шаруашылықтың ыдырауы</li> <li>- баратын жерінде туристік өнімді сатып алуға жоспарланған ақшаның ағып кетуі</li> </ul>
2	Көлік	<ul style="list-style-type: none"> <li>- көлік инфрақұрылымының дамуы нәтижесінде жұмыс орындарының пайда болуы</li> <li>- саяхатшыларға қызмет көрсетумен байланысты жұмыс орындарының пайда болуы</li> <li>- көлік қызметі ұсынысы үшін түсетін ақша</li> <li>- туристерге арналған көлік инфрақұрылымының дамуына байланысты басқа секторлардың өркендеуі</li> </ul>
3	Туристің уақытша болатын жері	<ul style="list-style-type: none"> <li>- туристер келуі нәтижесінде ақшаның келіп түсуі</li> <li>- жергілікті қауымдастықтың кәсіби белсенділігінің жандануы</li> <li>- туристер болатын жерлердегі сұраныстың өсуі</li> <li>- жергілікті халық табысының өсуі</li> <li>- туристерді қабылдайтын аймақтардың шаруашылық дамуы</li> <li>- қатты инфляциялық қысымның мүмкін болуы (маусымдық сұраныстың күрт өсуіне сәйкес ұсыныстың болмағаны жағдайында)</li> <li>- еңбек тосқауылы (қажетті біліктілігі бар мамандардың немесе кейбір мамандар топтарының болмауы)</li> </ul>

Көптеген ауылды жерлер үшін тек қана туризм әлеуметтік-экономикалық жағдайын түзей алатын күшке айналуы мүмкін. Мұны географиялық әдебиетте «агротуризм» деп атаған.

Еуропаның көптеген аймақтарында, әсіресе таулы жерлерде тұрғындары жер аударып кеткен шаруашылықтарды қала тұрғындарының пайдалануына беріп, жергілікті билік органдары осы өлкелердің өмірін жандандырғысы келеді. Осының нәтижесінде жергілікті шаруашылық құрылымы өзгере бастайды, мұнда (әсіресе жазды күні) тауар өткізу нарығы пайда болады. Югослав зерттеушілерінің мәліметтері бойынша әрбір 100 мың туристік түнеулерді қамтамасыз ету үшін ауыл шаруашылық өнімінің 33 вагоны қажетті. Италияның кейбір аудандарында фермерлер туристер мен туристік ұйымдарға көкөніс пен жемістің жылдық өнімінің 20%, сүт пен ет өнімдерінің 30-40% сататын көрінеді.

Жерді ауыл шаруашылық және туризммен пайдаланудың экономикалық тиімділігі есебін жасау мәселесі өзекті мәселеге айналып тұр. Ұлыбританияда өткізілген осындай зерттеулер кейбір аумақтарда туристік іс-әрекет ауыл шаруашылығынан әлдеқайда көп табыс әкелетіндігін көрсетті.

Туризм ауыл халқына ең алдымен туристерге тамақ өнімдерін сату мен түнеу орындарын беру арқылы жақсы табыс әкелуі мүмкін. Подгалье (Польша) ауданында өткізілген зерттеулер осы туристік аймақта халықтың туризмнен түсетін табысы жалпы табыстардың 30%, кейде тіпті 40-50% құрайтынын көрсетті.

Көптеген елдерде түнеу орындарын ұсыну ауыл тұрғындарының бюджетінде өте маңызды орын алады. Мысалға, Австрияда туристің 1 түнеу орнынан түскен табыс ауыл шаруашылық жерінің 1 гектарынан түсетін табысына тең екен.

Туристердің келуі және олардың ақша шығыны ауыл тұрғындардың өмір деңгейін көтереді. Осы себептен кейбір елдер мен аудандарда ауыл жерлерінде тұрғын үйлердің құрылысы мен үйлерді жалға беру қарқынды дамуда. Туристерді қабылдауға арналған ауыл жерлеріндегі тұрғын үйлердің құрылысы жақсы жабдықталуымен сипатталады, ал туристерге жалға берілетін пәтерлерді жыл он екі ай

пайдалануға болады. Жаңа тұрғын үйлер (кейде бірнеше кабатты) құрылысымен бірге ескі үйлер де жаңартылады.

Туризм территориялық ақша баланс құрылымының кірісі мен шығысына да үлкен әсерін тигізеді, оны рекреациялық аудандар өз пайдасына шешеді.

Сөйтіп, туризмнің аумақтық бірліктерінің экономикасына тигізетін әсері ең алдымен туристік сұраныс пен ұсынысқа байланысты. Сұраныс пен ұсыныс көлемі ең алдымен әлеуметтік-экономикалық шарттарға тәуелді.

### *Қайталау сұрақтары*

- 1. ЮНВТО қабылдаған Г. Гуибилато мен Г. Ваккерманның тұжырымдамалық (концептуалдық) моделі жөнінде айтып беріңіз. Туристік қызметтің субъектілері мен объектілері кім болады?*
- 2. Туризм индустриясының туристік өнім өндірушісі ретіндегі мағынасы туралы айтып беріңіз,.*
- 3. Туристік кәсіпорын мен туристік ұйым деген не? Туроператор мен турагент деген кімдер?*
- 4. Аумақтың туристік игерілуі (дамуы) деген не?*
- 5. С. Водейко бойынша туристік тұтыну кезеңдері қандай болады?*
- 6. С. Водейко бойынша туризмнің экономикалық маңызы неде болады?*

## **§ 2 Туристік сұраныс пен туристік ұсыныс**

Туризм тауарлар мен қызметтердің үлкен кешенін және халықтың кең ауқымын қамтитын тұтыну сұранысының жаңа формасын туғызды.

Туристік-рекреациялық миграция адамдардың демалыс пен саяхат жасау қажеттілігінің көрсеткіші, ол материалдық-тұрмыстық және мәдени-танымдық қажеттерді қанағаттандыруға мүмкіндік беретін әртүрлі қызметтер мен тауарларға деген сұраныс түрінде байқалады. Қызмет көрсету кешеніне көлік, орналастыру, тамақтандыру және сауда

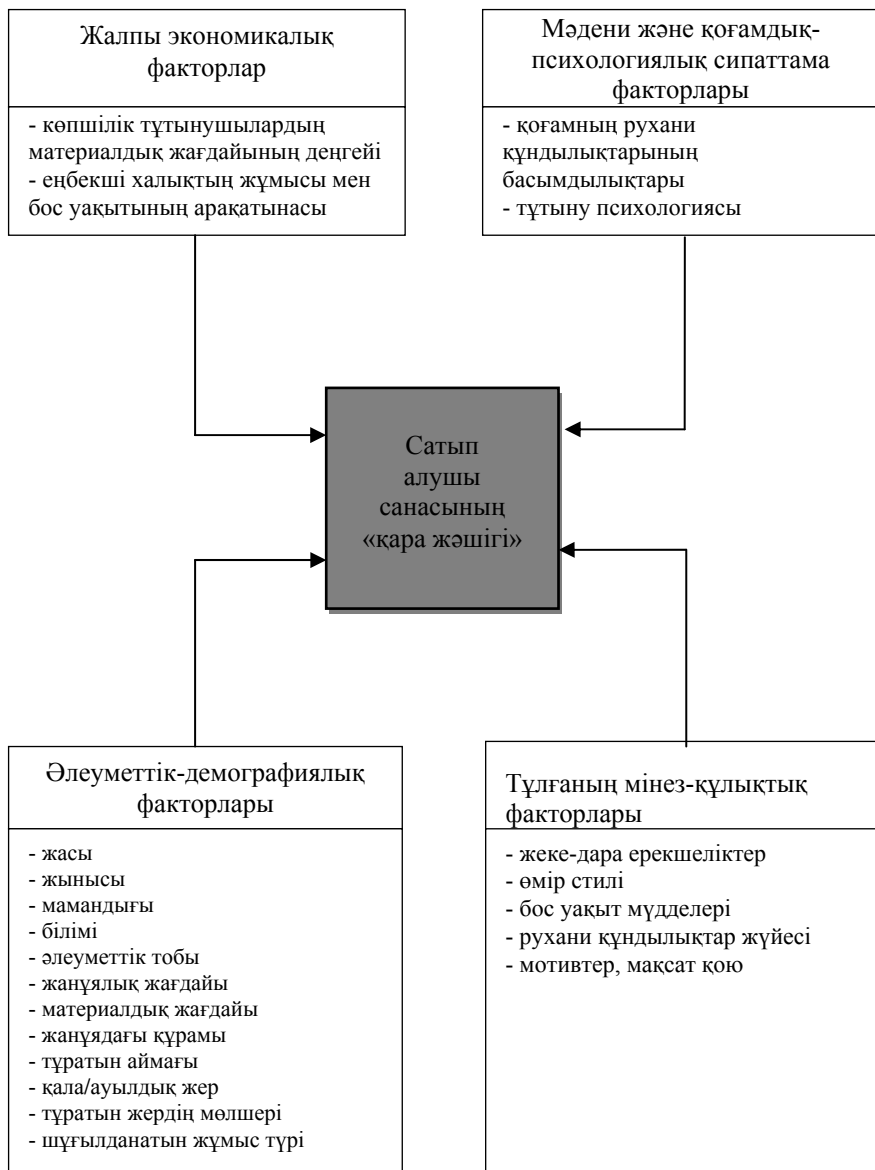
кәсіпорындарының қызметі, мұражайлар мен мәдени-ағарту мекемелерінің, көңіл көтеру, спорттық, емдеу және т. б. мекемелерінің қызметі кіреді. Туристік қызмет көрсетуге сонымен қатар табиғи-климаттық және әлеуметтік-экономикалық ресурстарды ұсыну ісі кіреді.

Туризмді нарық жүйесі ретінде түсіну үшін «туристік сұраныс» ұғымын дұрыс түсіну қажет. «Туристік ұсыныс» ұғымымен бірге бұл бастапқы экономикалық категория туристік шаруашылық мәселелері мен оның жұмысын түсіну үшін өте маңызды.

Әлемдегі мәдениеттер мен табиғаттың әртүрлілігін танып білу құмарлығы адамдарды саяхат жасауға итермелейді. Алайда олардың мүміншіліктері шектелгендігінен мұны толығымен іске асыру мүмкін емес. Адамдар өз қалтасына қарап осы шеңбердегі ең ұтымды нұсқаларды іздестіреді. Сондықтан сапарға шығудың алдында турист өз тұтыну талдауын жасауға мәжбүр болады. Белгілі бір жерде белгілі уақытта тұтынушылар сатып алғысы келетін және оған қабілеті жететін туристік тауарлар мен қызметтердің көлемін туристік сұраныс немесе туристік тұтыну деп атаймыз.

Тұтыну сұранысының категориясы ретінде туристік сұраныс туристердің әртүрлі қажеттіліктерін қанағаттандыра алатын заттық (тұтыну заттары) және заттық емес (қызметтер) тұтыну құндылықтарының тұтас жиынтығын қамтиды. Туристің қажеттіліктерін қанағаттандыруға арналған тұтыну құндылықтарының жиынтығы «туристік өнім» деп аталады.

Туристік сұраныс әлеуметтік және бұқаралық категория болып табылады, оған динамизм, әралуан түрлерінің болуы, кешендік, икемділік, бірқалыпты болмауы және басқа да қасиеттер тән. Туристік сұраныс көптеген объективті және субъективті факторлар әсерінен туындайды (15-сурет). Бүкіл әлемдегі туризм дамуына ең алдымен демографиялық, табиғи-географиялық, әлеуметтік-экономикалық және ғылыми-техникалық факторлар әсер етеді. Сонымен қатар, тұтынушылардың (туристердің) талғамдарын, ұлттық салт-дәстүрлерін, сән, престиж және т. б. біріктіретін субъективті факторлар тобын атау қажет [39].



**15-сурет.** Туристік сұраныстың факторлары (В.Б. Сапрунова, 1997)

Туристік сұраныс қоғамның дамуымен бірге өзгерістерге ұшырайды: кейбір туристік қажеттіліктер жоққа шығады, кейбіреулері өзгереді, жаңалары пайда болады. Олардың саны үнемі өседі, ал қажеттіліктерінің өзі бұрынғыға қарағанда жоғары болады. Екінші Дүниежүзілік соғыстан кейін ғылыми-техникалық прогреске, халықтың саяси, экономикалық және әлеуметтік өміріндегі өзгерістерге байланысты туристік сұраныстың сандық және сапалық терең өзгерістері байқалуда. Олардың көзге түсетін бір ерекшелігі – туризмнің бұқаралық сипаты.

Туристік сұраныс динамикасы қоғамдағы саяси және экономикалық үрдістерге байланысты. Жалпы айтқанда туристік қозғалыс жылдам дамып келе жатыр, бірақ туристік қызметтің тұтыну үрдісі бірде жылдам, бірде баяу өтеді. Саяси тұрақсыздық немесе кейбір елдердегі немесе аудандардағы экономикалық конъюнктураның нашарлауы халықаралық және ішкі туризм көрсеткіштерін төмендетеді, ал керісінше, саяси және экономикалық жағдай түзелсе туризм өркендей бастайды.

Саяхат жасаған кезде турист қызметтердің жалпы, арнайы туристік және қосалқы түрлерін тұтынатынын түсіну қажет. Ең алдымен турист баспананы, тамақты және көлікті қажет етеді. Бұл жағынан туристің жергілікті тұрғынынан айырмашылығы шамалы.

Сұраныстың екінші бөлігі, туристік сұраныстың дәл өзі, саяхат жасау түрткілеріне байланысты және өзіне тән сипаттамаларына ие: рекреациялық (демалу, көңіл көтеру, танымдық, әсер алу мақсатында), іскерлік (кәсіби қажеттіліктерін қанағаттандыру мақсатында), көңіл көтеру, ойын-сауық, емделу, демалу, кәсіби не діни қажеттіліктерін қанағаттандыру сияқты саяхат жасау түрткілері бір-бірімен шиеленісіп тиесілі қызметке деген сұранысты туындыруы мүмкін. Мысалға, симпозиум, конференция сияқты мәжілістерге келген адамдар үшін басқа да қосалқы қызметтер қажет. Олар өз жұмысын орындауымен бірге жергілікті қызықтыратын табиғи жерлерді, мұражайларды, ескерткіштерді көріп шығады, театрларға, концерттерге барады және т.с.с. Кейбір жағдайларда қосымша қызметтерден түсетін табыс конгрестік туризмінен түсетін табыстың жартысына дейін жетеді. Туристік сұраныс

әртүрлілігі мен кешенділігіне орай біріктірілген туристік қызмет – «туристік тур» ұсынысы пайда болады.

Туристік сұраныс көптеген факторларға тәуелді, олардың ішіндегі ең бастылары: тұтынушының (туристің) табысы; оның бос уақыт ұзақтығы, тауарлар мен қызметтер бағасы, туристік қызметтер саны мен сапасы және т. б. Сондықтан факторлардың өзгерісіне орай туристік сұраныс та біресе өседі, біресе төмендейді. Мысалға, ақылы жүйелі демалыстың енгізілуімен және еңбекақының өсуімен бірге туристік қызметтер мен тауарлардың тұтынуы да өседі. Немесе, Шарджа Әмірлігінде 80-ші жылдарының соңында спирт ішімдіктерді тұтынуға тыйым салу нәтижесінде осы елдің туристік индустриясы Батыс Еуропа мен Американың көптеген клиенттерінен айырылып қалған.

Сөйтіп, туристік сұраныс икемділік қасиетіне ие деп айтсақ та болады: тұтынушының табысы, туристік тур бағасы, сапасы немесе қол жетерлігі, саяси, экономикалық, экологиялық және басқа жағдайлар өзгерсе туристік қызметтер тұтынушының құрылымы өте жылдам өзгеруіне қабілетті.

Туристік сұраныс маусымдық қасиетіне ие: жылдың белгілі бір мезгілінде шыңына жетіп, басқа мезгілдерде құлайды. Туристік белсенделіктің шыңдары, маусымаралық мезгілі және өлі маусымы болады. Өлі маусым кезінде туристік ағымдар өзен суы сияқты «тартылып» қалады да өзінің төменгі шегіне жетеді (3-4%).

Қоңыржай климат белдеуі елдерінде негізгі туристік маусымдар мынадай: жазғы маусым (шілде-тамыз) немесе шың маусым («сезон-пик»), қысқы маусым (қаңтар-наурыз), маусымаралық мезгіл (сәуір-маусым айлары, қыркүйек) және «өлі маусым» (қазан-желтоқсан). Статистикалық мәліметтер бойынша екі жазғы ай ішінде туристік сапарға Батыс Еуропа халқының жартысы аттанады.

Туристік сұраныстың өзгеріп тұру факторлары:

- климаттық және мотивациялық (түрткі) фактор: жұрт жазды күні демалған дұрыс деп ойлау әдеті;

- экономикалық фактор – Батыс елдерінде шілде-тамыз айларында (еңбек өнімділігі ең төмен болатын айлар) көптеген кәсіпорын-дар профилактика жұмыстарын жүргізіп өндірісті тоқтататын әдеті бар;



- әлеуметтік фактор – ата-аналар өз демалысын мектеп каникулдарымен үйлестіріп балаларымен бірге демалғысы келеді;

- «сән» факторы – белгілі жыл мезгілінде сән болып есептелетін курортқа бару құмарлығы.

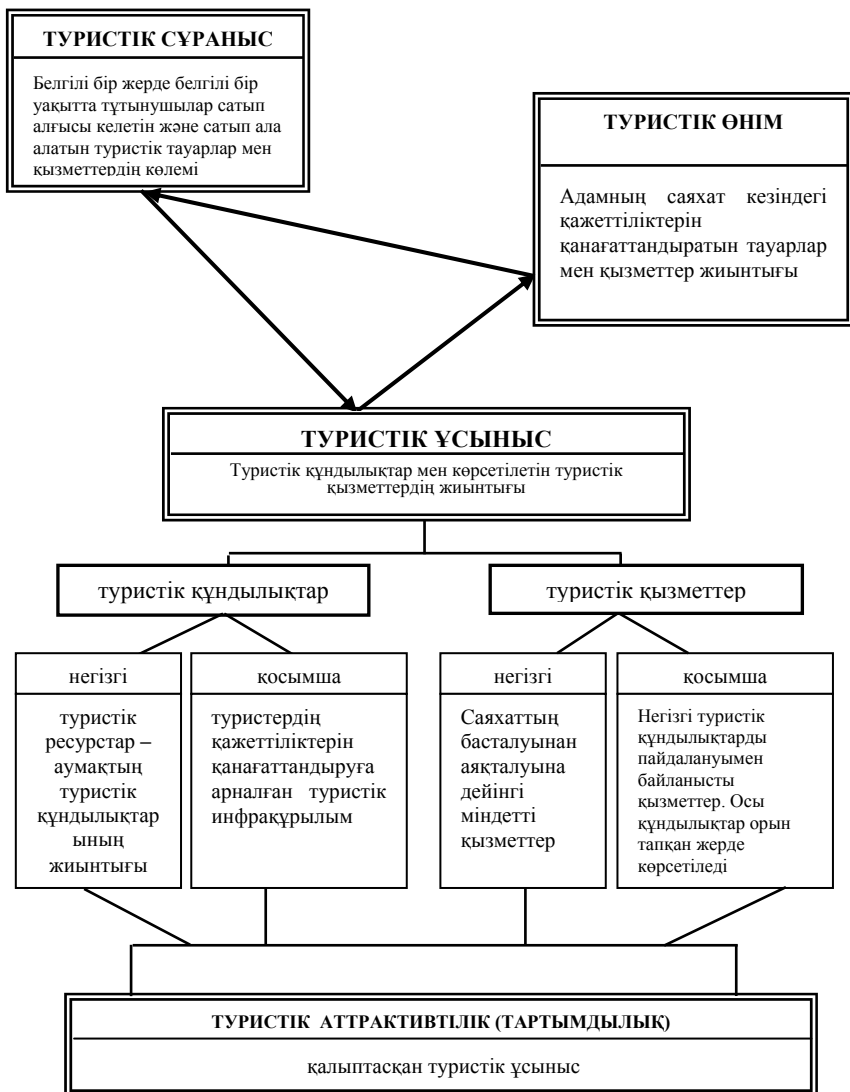
Туризмнің маусымдық сипаты туризм экономикасына кері әсер тигізеді, оның нәтижесінде көлік жыл бойы бір қалыппен істей алмайды, тағы бір салдары – әртүрлі әлеуметтік проблемалар. Осындай жағымсыз әсерді төмендету үшін үкіметтер арнайы ұйымдастырушылық және экономикалық шаралар кешендерін қолданады.

Туристік сұраныстың кеңістіктегі шоғырлануы туристік ағымдар географиясында көрініс табады. Бұл ағымдарды іске асырылған туристік сұраныс деп айтуға болады. Туризмнің кез келген түрі өз бағыты мен кеңістіктегі таралуымен сипатталатын өз туристік ағымдарын қалыптастырады.

Туристік сұранысқа туристердің қажеттерін қанағаттандыра алатын оған сәйкес туристік ұсыныс болуы қажет. Ұсыныс жетіспейтін жағдайда, сұраныс болған кезде де туристік функция орындала алмайды. Туристік сұраныс өте шамалы немесе тіпті жоқ болған кезде де, егер туристік ұсыныс бар болып тұрса, ауданның автоматты түрде туристік сипаты пайда болады. Сондықтан туристік ұсынысқа сондай зор маңыз беріледі. Және де туристік ұсыныс туристік сұраныстан озып тұруы керек – бұл әлеуметтік-экономикалық және табиғат қорғау жағынан да өте пайдалы.

Туристік ұсыныс дегеніміз құндылықтар мен ұсынылатын және көрсетілетін қызметтер жиынтығы болып табылады (16-сурет).

Туристік ұсыныстың тағы бір анықтамасы: «белгілі бағамен белгілі уақыт кезеңінде сатуға ұсынылған туристік өнім мөлшері» (С. Водейко, 1997). Ал Я. Варшиньска мен А. Яцковский (1978) туристік ұсынысты «туристік нарықта қол жетерлік туристік тауарлар мен қызметтердің жалпы көлемі», деп түсінеді. Туристік ұсыныс ең алдымен екі негізгі элементтерді – туристік тауарлар мен туристік қызметтерді қамтиды. Маркетинг көзқарасынан туристік ұсыныс мазмұнын туристік өнім орындайды. Сонымен қатар турист үшін туристік өнім – бұл



16-сурет. Туристік сұраныс пен туристік ұсыныс ұғымдары [1]

баратын туристік жердегі уақытын өткізудің әртүрлі мүмкіншіліктеріне сүйенетін материалдық және материалдық емес тұтынушылық құндылықтардың пакеті.

Бұл пакетті турист белгілі төлемақыға алынған ляззаттану ретінде қабылдайды (В. Мидлтон, 1996).

Жалпы туристік өнім ретінде түсінілетін туристік ұсыныс факторлары мынадай:

- баратын жерінің қасиеттері мен ортасы;
- баратын жерінің инфрақұрылымы мен қызмет көрсету сапасы;
- баратын жерінің көліктік қол жетерлігі;
- тұтынушы төлейтін бағасы [41].

Туристік ұсыныс бірінші қатардағы және екінші қатардағы ұсыныстар жиынтығы ретінде көрсетілуі мүмкін (В.Гаворецкий, 1997). Біріншісіне:

- табиғи орта (табиғи туристік-рекреациялық ресурстар, мысалы, теңіздер, көлдер, таулар, ормандар және т. б.);
- антропогендік орта (әлеуметтік-экономикалық туристік-рекреациялық ресурстар, мысалы, тарихи ескерткіштер);
- қоғамдық-мәдени құндылықтар (салт-дәстүрлер, тіл, қонақжайлылық, техникалық жетістіктер және т. б.);
- жалпы инфрақұрылым нысандары (көлік, коммуналдық шаруашылық) кіреді.

Екінші қатардағы ұсынысқа туристік инфрақұрылым нысандары мен жабдықтары, мысалы: қонақ үй мен мейрамхана шаруашылығы, демалыс пен спорт жабдықтары, саяхаттарды ұйымдастырудағы делдалдық қызмет – жатады.

Туристік құндылықтар тобына туристік қасиеттерді қамтитын негізгі құндылықтар және туристер қажеттіліктерін қанағаттандыру үшін ұйымдастырылған қосымша құндылықтар (туристік инфрақұрылым) кіреді. Кейде туристік құндылықтар жиынтығын туристік аймақ пен елдің байлығы (игілігі) деп те атайды.

Туристік ұсыныстың тағы бір негізгі элементі – туристік инфрақұрылымның бөлек буындарының туристерге көрсететін қызметтері. Олар негізгі, қосымша және қосалқы қызметтер болып бөлінеді. Негізгі туристік қызметтерге туристің саяхат

жасау үшін міндетті қызметтер жатады – көлік, орналастыру, тамақтандыру. Қосымша қызметтер негізгі туристік құндылықтар арқылы осы құндылықтар орналасқан жерінде көрсетіледі – экскурсиялық, сауықтыру, спорттық, мәдени-көңіл көтеру қызметтері.

Туристік ұсыныс үш негізгі элементтерге: 1) туристік қасиеттерге; 2) көлік базасы мен оған байланысты қол жетерлігіне; 3) туристік шаруашылығына тәуелді. Ал осы элементтерінің дәрежесі табиғи орта мен әлеуметтік-экономикалық факторларға байланысты. Туристік ұсыныс ұғымы туризм географиясында жиі қолданылатын туристік аттрактивтілік (тартымдылық) түсінігіне өте жақын.

Туристік қажеттілік қоғамдық-экономикалық шарттары мен өндіріс күштері дамуының белгілі деңгейінде пайда болып қалыптасады. Ол үшін ұлттық табыс көрсеткіші жеткілікті болуы қажет. Туризмге жұмсалатын қаражат көлемі қоғам байлығы белгілі бір жоғары деңгейге жеткенде ғана ойдағыдай үлкен болуы мүмкін.

### *Қайталау сұрақтары*

- 1. Туристік сұранысқа әсер ететін факторларды атап шығыңыз және оларға сипаттама беріңіз.*
- 2. Туристік сұраныстың әлеуметтік және қоғамдық категория ретіндегі сипаттамаларын атап беріңіз.*
- 3. Туристік сұраныс анықтамасын беріңіз.*
- 4. Туристік ұсыныс анықтамасын беріңіз. С. Водейко, Я. Варшиньска мен А. Яцковский анықтамаларын айтып беріңіз.*
- 5. Туристік қызметте туристік сұраныс пен туристік ұсыныс қалай өзара әрекеттеседі?*

### **§ 3 Туристік шаруашылық**

Туристердің келуінен шаруашылыққа түсетін пайдасы ерте заманнан байқалған. Солай болса да, тек XIX жүзжылдықтан бастап туризм көптеген аймақтың экономикасына елеулі әсерін тигізе бастады (мысалы, Жерорта және Қара теңіз жағалаулары,

Альпы, Карпаты, Судет тауларының кейбір аудандары). Туристерге көрсетілетін қызметтен түсетін табыстың өсуіне байланысты, кейбір елдер мен аймақтарда ХХ ғасырдан бастап туристерге көрсетілетін қызмет саласын «туристік индустрия» деп атай бастады. Оның себебі – туризмнің шаруашылықтағы рөлін дамыған өнеркәсіппен салыстыруға әбден болады. Туристердің қажеттерін қанағаттандыру үшін туризм аудандарын шаруашылық жағынан игеру қажет.

Туристік шаруашылық дегеніміз әртүрлі бөлімдердің белгілі бір кешені, олардың құрылуы және дамуы туристердің келуі және тұруымен байланысты. Туристік шаруашылық бірін-бірі толықтырып тұратын салалардан қалыптасқан, туристердің сұранысын біріккен бір кешенде ғана өтей алады.

Туристік шаруашылық ұғымының анықтамаларымен әр кезде О. Рогалевский (1974), Я. Варшиньска, А. Яцковский (1978), К. Наумович (1990) сияқты поляк ғалымдары айналысқан. Олардың анықтамасы мынадай: «туристік шаруашылық дегеніміз туристік ресурстары бар аумақты туристік қозғалыс қатысушыларының пайдалануы үшін бейімдеу процесі». Осы үрдістің нәтижесі – туристік техникалық әлеует құрамына кіретін жабдықтар жиынтығының пайда болуы.

Туристік сұраныстың негізгі элементтерінің бірі ретінде туристік шаруашылық аумақтық жүйеге және туристік қозғалыс ауқымына үлкен әсер етеді. Жылдан жылға өсіп келе жатқан сұраныс, демалыс түрлерінің одан әрі жіктелуі, туристердің әлеуметтік құрылымының өзгеруі нәтижесінде туристік шаруашылық құрылымы және географиясы жағынан да өзгерістерге үнемі ұшырауда.

Туристік шаруашылық – бұл туристік ресурстардың, материалдық өндіріс сферасында өндірілетін тауарлардың, туристік ресурстарды тұтынуға мүмкіндік беретін қызметтердің жиынтығы, яғни туристік өнімнің өндірісі, таратылуы және тұтынуы. Туристік шаруашылық нарық жүйесінде (техникалық қондырғылар, кәсіпорындарының, кооперативтердің, институттардың, мекемелердің қызметі) адамдардың туристік (рекреациялық) қажеттіліктерін қанағаттандырады.

Туристік шаруашылық экономикалық элементтерді мемлекеттің әлеуметтік-саяси мақсаттарымен: тәрбиемен, рекреация

және спортпен, ағартумен, денсаулық сақтаумен, адам күйін қалпына келтірумен, оның бос уақытын пайдалануымен, өлкетанумен, демалысымен, қоршаған ортаны қорғаумен байланыстырады (А. Корнак, 1998).

Туристік шаруашылықтың басты мақсаты – адамның жұмыспен оқудан бос уақытындағы қажеттіліктерін қанағаттандыру болады. Туристік шаруашылық туристік сұранысты қанағаттандырады.

Қорыта айтсақ, туристік шаруашылық – бұл адамның туристік тауарлар мен қызметтерге деген артып келе жатқан қажеттіліктерін қанағаттандыру мақсатында тікелей немесе жанама түрде дамитын әртүрлі шаруашылық және қоғамдық функциялардың кешені (В. Гаворецкий, 1997).

Түнеу базасының, көліктің, тамақтандыру базасының рөлі өте маңызды, оларсыз, қарастырылған ауданның туристік тартымдылығы қандай да жоғары болса да, бұқаралық туризмнің дамуы мүмкін емес. Туристік тартымдылығы жоғары болу үшін, қосалқы базасы да оған сәйкес болуы қажет.

Туристерге қызмет көрсету нысандары мен жабдықтардың орналасуы, олардың кеңістік және функционалдық құрылымы туристік қасиеттер мен туристік келулер мақсатына да тәуелді.

Аумақтың туристік қозғалысты дамыту мүмкіншіліктерін сынау үшін оның табиғи және мәдени қасиеттерімен бірге туристік шаруашылық даму деңгейін де білу керек. Бұл мәселемен «туристік сыйымдылық» ұғымы да байланысты: мұнда туристік сыйымдылық дегеніміз түнеу, тамақтандыру және қосалқы базалардың сыйымдылығы, яғни туристік шаруашылық объектілерін бір мезгілде пайдалана алатын туристердің максималды саны.

Туристік шаруашылықты тура және жанама түрлеріне бөлуге болады. Олар өзара тығыз байланысты және жеке түрде кездеспейді [42]. Бірінші топқа туристерге ғана қызмет көрсететін мекемелер мен объектілер: турбазалар, қонақ үйлер, кемпингтер, приюттар (паналар), арнайы жолдар мен көлік орталықтары және т. б. жатады. Олар, атап айтқанда – туристік объектілер. Екінші топқа туристерге арналмаған мекемелер мен объектілер жатады, бірақ та оларды туристер анда-санда ғана пайдаланады. Оған жататындар: жалпы мемлекеттік жолдар,

көлік пен коммуникация, мейрамхана желілері, дүкендер, тұрмыстық және мәдениет мекемелері. Мұндай кешендердің барлығы атқаратын ісіне қарай төрт базаларға: түнеу (орналастыру), тамақтандыру, коммуникациялық және қосалқы (17-сурет) базаларға жіктелген.

Мекемелер мен нысандарды туристік шаруашылықтың белгілі бір тобына жатқызған кезде өндірілетін тауар немесе қызметтің физикалық қасиеттері ескерілмейді. Бір нысан туристердің пайдалану деңгейіне қарай тікелей әлде қосалқы туристік шаруашылық тобына жата беруі мүмкін [42]. Теориялық жағынан тікелей және қосалқы туристік шаруашылық құрылымы мен құрамы ауданның нақты жағдайына тәуелді болады. Дегенмен тәжірибелік мақсатта, әсіресе нысандар құрылысы мен жаңартуын жасайтын шаруашылық қызметкерлері үшін осындай, туристік шаруашылықтың бір түрін екіншісінен айыруға мүмкіндік беретін қарапайым жіктелу қажет болады.

Қандай да саяхат болмасын, ол туристерді орналастырудан басталады. Туристерге ұсынылатын қызметтердің ішіндегі бастысы – түнейтін орынды дайындау. Оған кіретіндер: қонақ үйлері, пансионаттар, жергілікті тұрғындардың үйлері, тур-базалар, мотельдер, кемпингтер, шатырлар және т. б.

Туризмдегі түнеу базасының ең ескі және ең жиі кездесетін түрі – қонақ үйлер. Кейінгі кезде қонақ үйлер кешендерін қалыптастыру тенденциясы байқалады. Қонақ үйлердің осындай жүйелері жұмысты басқару мен ұйымдастырудың орталықтандырылған саясатын жүргізуге, объектілерді жабдықтауға және т. б. мүмкіндік береді. Туристік қонақ үйінде мәдени-тұрмыстық қызмет көрсету орындары, мейрамхана формасындағы тамақтандыру кәсіпорындары, туристік және экскурсиялық жұмыс көрсету жайлары орналасады. Әдетте туристік қонақ үй туристік марш-рут жолында қала маңында немесе туристік орталықта орналасады.

Туристік база – бұл мәдени-тұрмыстық қызмет көрсету орындары, тамақтандыру кәсіпорындары, туристік жұмыс бөлмелері бар қонақ үй тәрізді ғимарат (маусымдық немесе жыл бойы істейтін). Туристік база туристік маршрут жолында орналасады және демалушылар үшін туристік саяхаттар мен экскурсияларды ұйымдастырады.

# ТУРИСТІК ШАРУАШЫЛЫҚ

Туристердің келуімен дамытылған салалар

## ТАБИҒИ ТУРИСТІК РЕСУРСТАР

- жер бедері;
- сулар;
- климат;
- флора;
- фауна;
- басқалар

## ӘЛЕУМЕТТІК- ЭКОНОМИКАЛЫҚ ТУРИСТІК РЕСУРСТАР

- мәдени-тарихи;
- этнографиялық;
- өндірістік-шарушылық;
- саяси;
- басқалар

## ТУРИСТІК КӘСІПОРЫНДАР, МЕКЕМЕЛЕР ЖӘНЕ ҰЙЫМДАР – ТУРИСТІК ИНФРАҚҰРЫЛЫМ

**ТҮНЕУ БАЗАСЫ** (қонақ үйлер, турбазалар, отельдер, мотельдер, пансионаттар, кемпингтер, демалыс үйлері, санаторийлер, жеке пәтерлер, дачалар және т.б.)

**ТАМАҚТАНУ БАЗАСЫ** (гастрономия мекемелері – мейрамханалар, кафелер, барлар, асханалар, буфеттер және т.б.; сауда мекемелері – дүкендер, шатырлар және т.б.; жабдықтау мекемелері – базалар, қоймалар)

**КОММУНИКАЦИЯЛЫҚ БАЗА** (көлік-коммуникациялық желісі – темір жолдар, автожолдар, әуе жолдары, телефон желісі, факс, Интернет жүйесі және т.б.; көлік құралдары – локомотивтер, вагондар, автомобильдер, кемелер, ұшақтар, және т.б.; көлік қозғалысын ұйымдастыру қызметтері; көлік пен байланыстың техникалық базасы – деполар, парктер, базалар, техникалық қызмет көрсету станциялары және т.б.)

**ҚОСАЛҚЫ БАЗА** (туристік-рекреациялық ресурстарды пайдалануға арналған құрылыстар – жағажайлар, туристік соқпақ жолдар және т.б.; спорт алаңдары мен құрылыстар – стадиондар, ипподромдар, спортзалдары, бассейндер және т.б.; көңіл көтеру құрылыстары – театр, көрме, кинотеатр, казино және т.б.; тұрмыстық қызмет көрсету кәсіпорындары – шаштараздар, моншалар, химиялық тазалау және т.б.; туристік жабдықтар мен сувенирлер өндіру – палаткалар, рюкзактар; карталар, жарнама буклеттері және т.б.; туристік басқармасы)

## ТУРА ТУРИСТІК ШАРУАШЫЛЫҚ

Туристерге ғана арналған объектілер мен мекемелер: турбазалар, қонақ үйлер, мотельдер, кемпингтер, арнайы жолдар, көлік орталықтары, порттар және т.б.

ТУРИСТІК ОБЪЕКТІЛЕР

## ЖАНАМА ТУРИСТІК ШАРУАШЫЛЫҚ

Туристердің анда-санда пайдаланатын туристік емес объектілері мен мекемелері: коммуналдық қонақ үйлер, тұрмыстық қызмет көрсету кәсіпорындары, сауда-саттық, қоғамдық тамақтану мекемелері және т.б.

ТУРИСТІК ЕМЕС ОБЪЕКТІЛЕР



Пансионат – туристердің демалысына арналған және курорттық аудандар мен қала маңының демалыс зоналарында орналасқан қонақ үй тәрізді сауықтыру мекемесі.

Приют (баспана) – туристерді қысқа мерзімге орналастыруға арналған тамақ пісіру орны бар маршрутта демалыс жасайтын қарапайым демалыс орны. Осындай баспана туристік база филиалы болып есептеледі.

Мотель – автотуристерге арналған туристік қонақ үй. Мотельде автотурақ орны және автомобильдік техникалық қызмет көрсету мен жөндеу жайлары болады.

Кемпинг – автотуристерге маусымдық қызмет көрсету кешені. Онда қарапайым орналастыру орындары, автотурақ, тамақ дайындауға арналған ошақтар немесе қоғамдық тамақтандыру кәсіпорындары болады.

Халықаралық және ішкі туризм дамуымен бірге орналастырудың арзан орындары – кемпинг сұранысы өсуде. Кемпинг құрылысы үлкен қаражат салымын қажет етпейді және өте жылдам салынады. Сондықтан олардың болашағы зор деп айтсақ қате болмас. 60-80-ші жылдары кемпинг құрылысы өте қарқынды түрде іске асырылған.

Орналастырудың негізгі құралдарына жататын қонақ үйлер, пансионаттар және мотельдермен бірге туризм индустриясына орналастырудың көптеген қосымша құралдары да: жастар турбазалары, жанұя демалысына арналған рекреациялық орталықтары, тау лашықтары, санаторийлер мен демалыс үйлері, сонымен қатар, жалға берілетін пәтерлер, дачалардағы үйлер, фермалар және т. б. жатады. Қосымша орналастыру құралдарындағы түнеу орындарының саны жылдан жылға өсуде. Кейде орналастырудың негізгі және қосымша орындарының арасында айырмашылықты табу қиын, себебі жалға берілетін пәтерлердегі қызмет көрсету деңгейі қонақ үйлердікінен ешқандай кем емес. Сондықтан ЮНВТО ұсынысы бойынша қосымша орналастыру орындарына қонақ үйлер, пансионаттар мен мотельдерден басқаларының барлығы жатады.

Туризмде «екінші пәтерлер» рөлі 50-ші жылдардан бері жылдам өсуде.

Туристерді орналастырудың әзірше кең тарамаған, бірақ болашақтағы перспективасы өте жоғары формасы – балықшылар мен аңшылар үйлері болып табылады.

Енді ұйымдастырылмаған туризм туралы айтқан жөн болар. Даңғыл жолдардың (әуе, темір жол, кеме байланысы және т.с.с.) соңғы аялдамаларында қажетті азық-түлік сатып алуға, құрал-жабдықтарды жалдауға, кеңес алуға болатын базалар болса, көптеген «жабайы» туристер олардың қызметін пайдаланар еді. Өз еркімен саяхат жасайтын туристер – саны ең үлкен туристер тобы болғандықтан, оларға ең қарапайым қызмет көрсету мәселелерін шешу дегеніміз өзекті міндет болып табылады. Және ол үшін үлкен қаражаттың қажеті жоқ, ал жұмсалған ақша өзін жылдам өтейді.

Қандай да болсын саяхат ең алдымен туристерді орналастырудан басталады. Туристік база, кемпинг, қонақ үй белгілі уақытқа туристердің нағыз паналайтын үйі, демалыс орны болады, сондықтан ол көркемді, жайлы, жақсы салынған болуы қажет және туристерге ұнауы керек.

Туристерді орналастыру әлеуетінің ең жиі қолданылатын көрсеткіші – елдің (аймақтың) 1000 тұрғынына есептелген қонақ үй базасының көлемі болады. Аймақтар арасында бұл көрсеткіштің айырмашылықтары үлкен.

Туристердің азық-түлік пен сусындарға деген сұранысын қанағаттандырудың да зор маңызы бар. Жалпы тамақтандыру туристік қонақ үйлері жанындағы мейрамханаларда, кафеде немесе басқа да қоғамдық тамақтану мекемелерінде ұйымдастырылады. Туристерді талондар мен жолдамалар бойынша тамақтандырумен бірге бұл кәсіпорындар тауарларын бөлшектеп те сатады және осындай сату үлесі бөлшектеп сату тауар айналымының 50% құрайды.

Туристік орталықтарда қоғамдық тамақтандыруды ұйымдастырудың жабық, ашық және аралас түрлерін айырған жөн.

Тамақтандырудың жабық түрі ұйымдастырылған демалыс мекемелері үшін қажет. Демалушылар белгілі бір жерде нақты бір уақытта тамақтанады. Уақыты аяқталмай кетіп қалған, кешігіп қалған немесе келмеген жағдайда туристке ақшасын қайтармайды.

Тамақтанудың ашық түрі өз бетімен жүрген туристерге, жергілікті тұрғындарға арналған, сондай-ақ ұйымдасқан демалушылар да ақшаға сатып алып тамақтана алады. Кейде жергілікті саяхат бюролары берген арнайы талон арқылы төлеуге де болады.

Қоғамдық тамақтанудың аралас түрінде ұйымдасқан демалушыларға арнайы орындарда белгілі бір уақытта тамақтандыру қызметі көрсетіледі, ал басқа уақыттарда келушілердің барлығы ас мәзірі бойынша тамақтана бере алады. Тамақтанудың аралас түрі деп ұйымдасқан демалушылардың талон арқылы қоғамдық тамақтану мекемелерінде тамақтануын айтады.

Демалушылар тамақтанудың екі түрлерімен қанағаттанады: біріншісі – міндетті, яғни рекреациялық іс-әрекет үшін жеткілікті жігер (калория) беретін тамақ, екіншісі – әуесқойлық, яғни туристердің жергілікті тағамдарға қызығушылық көрсетуі. Бұл қызмет көрсетудің маңызды элементі, туристердің есінде сақталатын нәрсе және бос уақытын мәдени түрде өткізу формасы. Туристерді тартатын кәсіпорындар формасының бірі – этнографиялық мейрамханалар мен кафелер болып табылады. Мұнда ұлттық элементтер интерьерде, даяшылар киімінде, оркестр репертуарында және ең алдымен ас мәзірінде көрініс алады.

Мейрамханалар интерьері, ас мәзірі бойынша және мақсатына қарай да бөлінеді. Біреуіне тамақ ішіп рахаттану үшін, екіншісіне көңіл көтеру, билеу үшін, тағы біреулеріне қызықтыратын эстрадалық бағдарлама көру үшін барады. Осыған орай мейрамханалар мен кафелер де мамандандырылуы мүмкін. Сонымен бірге олар жастардың, орта жастағы адамдардың, қарттардың талғамдары мен сұраныстарын ескеруі керек.

Туризмнің дамуымен бірге мейрамхана бизнесі де жетілдіруде. Соңғы онжылдықтар ішінде неше түрлі автоматтандырылған қондырғылар, жаңа ақпарат технологиялар енгізілді. Саланың өзгеру факторлары мынадай: инфляция, еңбекақының үнемі өсуі, білікті еңбек күшінің жетіспеуі, жаңа кәсіпорындардың үлкен капитал салымын қажет етуі, диетология мен инженериядағы жаңа жетістіктер.

Қазіргі кезде Батыс Еуропа мен Солтүстік Америкада қоғамдық тамақтандырудың бес жүйесі:

- 1) қоғамдық тамақтандырудың дәстүрлі, үйренішті жүйесі;
- 2) жартылай дәстүрлі жүйесі;
- 3) дайын тағамдарды қолданатын жүйе;
- 4) дайын тағамдарды осы тағамдарды сататын кәсіпорындар үшін орталықтандырылған түрде даярлау;
- 5) толығымен дайын тағамдар арқылы тамақтандыру (жылдам аспаздық) жүйесі қолданылады.

Дәстүрлі жүйеде тағамдар бір жерде даярланып дәл сол кәсіпорынның өзінде уақыт өтпей тұтынылатын болса, қалған төрт жүйеде даярлау мен тұтыну арасында біршама уақыт (бір аптадан бір айға дейін) өтіп кетеді.

Қонақ үй шаруашылығы үшін қонақ үйлерді пайдалану дәрежесі өте маңызды. Туристік кәсіпорындарын пайдалану коэффициенті олардың орналасқан аймағына байланысты. Туризм индустриясының кәсіпорындарына жұмсалған капитал салымдарының тиімділігі олардың жұмысының маусымдық сипатына байланысты әлдеқайда төмендейді. Сондықтан осы фактордың әсерін төмендету, жұмыс мезгілін ұзарту әрекеттері жасалады. Соңғы жылдары қысты күні демалатындар саны өсіп келе жатыр. Туристік қозғалыстың маусымдық сипатының әсерін төмендету үшін тиісті жарнама, шың маусымынан тыс уақытта демалушыларға жеңілдіктерді ұсынатын бағалар саясаты сияқты шаралар қолданылады. Сонымен қатар, топтармен, жанұяларымен саяхат жасайтын туристерге де жеңілдіктер жасалады; мұндай жағдайда туристердің жалпы саны көбейеді.

Өлі маусым болмауына жеңілдетілген тарифтер мен қызмет көрсету бағалары (жеңілдік 20-30%) және жазды күндегі туристердің қыруар топтарынан кейбіреулердің аулақ болғысы келуі өз септігін тигізеді.

Қонақ үйлер жүйелерінің дамуы нәтижесінде орталықтандырылған брондау жүйесі пайда болды: қонақ үй квотасының 60-70% енді компаниялардың орталықтандырылған брондау жүйесінің қолында болып тұр. Қалған нөмірлерді қонақ

үйдің өзі брондауы мүмкін. Осындай жүйе қонақ үйді өлі маусымдардағы құлауынан құтқарады.

Туристердің жүріп-тұруында көліктің атқаратын рөлі өте маңызды. Көліксіз туризм жоқ. Жаяу экскурсиялар мен жорықтар туралы айтсақ, оларға қатысатын туристер саны да, маршруттардың арақашықтығы да шамалы.

Турист үшін саяхат ұзақтығы, жайлылығы және бағасы өте маңызды. Көлік түрі мен туристің табысы, саяхат түрі және баратын жердің қашықтығы арасында тығыз байланыс бар.

Туризм пайдаланатын көлік түрлері географиялық орналасуына, табиғи орта шарттарына, коммуникациялар жүйесінің даму деңгейіне тәуелді. Жалпы көлік сияқты, туристік көлік жер үстіндегі көлік, су (теңіз және өзен) көлігі және әуе көлігі болып жіктеледі.

Қоғамдық көлік туристің демалыс, көңіл көтеру, тамақтану орны болуы мүмкін. Осындай көлік туризмі халық демалысының сүйікті түріне айналуға. Бұл үшін ең қолайлы көлік түрі – кемелер, себебі оларда комфорттың жоғары деңгейіне орай ең жоғары дәрежедегі қонақ үйлер деңгейіндегі демалыс шарттары орындалады. «Қозғалмалы үй» ретінде теңіз немесе өзен кемесі жасы келіп қалған туристер үшін өте тартымды болып табылады.

Темір жол көлігі кеме сияқты өте сапалы қызмет көрсете алмаса да, оның да өз артықшылықтары бар: темір жол кеме бара алмайтын жерге жетеді және баратын пункттер саны әдетте кеме көлігіне қарағанда көп.

Жақсы дамыған елдерде автомобиль және әуе туризмі де туризмнің сүйікті түрлеріне айналды.

Сонымен қатар экскурсиялық қызметте, яғни елді мекендерді, табиғи ескерткіштерді көріп шығуда, саңырауқұлақ теру мен балық аулауға бару үшін көліктің рөлі жоғары.

Көліктің, ұйымдастырылған демалыстың түріне сәйкес, В.И. Азар (1972) туристердің келесі топтарын айырады: 1) арнайы туристік пойыздарда немесе кемеді саяхаттайтын туристер; 2) күнделікті пойыздар мен кемелерді пайдаланатын, бірақ та толық қызмет кешенін төлейтін туристер; 3) тек қана жол құжаттарын алып өз бетімен сапар шегетін туристер.

Темір жол құралдары үнемі жетілдіруде: электр немесе жылу локомотивтері қолданылады, жолаушы пойыздардың жылдамдығы өсуде, жол жүру комфортты жоғары болып келеді. Дегенмен, темір жол көлігінің халықаралық туризмдегі үлесі, әсіресе 60-шы жылдардан бастап, үнемі төмендеуде. Бұл жағдайды түзеу үшін теміржолшылар темір жол мен көлік құралдарын жаңартады және бағасын азайтады. Сонымен қатар, жолаушыларға қызмет көрсетудің жаңа формалары ұсынылады, мысалы, туристік «жатын пойыздар».

Халықаралық туризмде көп жылдар бойы теңіз тасымалдауы басым болды. Авиацияның дамуымен бірге теңіз көлігінің маңызы азайды. Мысалы, Франциядан АҚШ-қа Солтүстік Атлантика арқылы саяхаттау 80 сағатқа созылса, ұшақпен 8 сағат қана болады. Тынық мұхиттағы жағдай да осыған ұқсас. Алайда Еуропаның батыс жағалауы маңындағы, Жерорта, Кариб теңіздеріндегі және т.с.с. теңіз круиздері туристердің сүйікті демалысына айналды.

Круиздік туризм 1950 жылдардың соңынан бастап қаулап дами бастады. Круизді саяхаттың алғашқы гиді болған – ағылшын жазушысы Уильям Теккерей. Круиз саяхатының негізгі формасы – теңіз жағалауы жанында жүзіп жағалауда қысқа экскурсияларды жасау. Қазіргі кезде круиздың жаңа формасы пайда болды: теңізде жүзу, содан кейін ел аумағында көліктің басқа түрлерін пайдаланып ұзақ саяхат жасау. Мысалы, Италияда тоқтаған кезде Жерортатеңіз круизіне қатысатын туристер Рим, Флоренция және басқа атақты қалаларды көріп шығады.

Автомобильдік қатынастардың қарқынды дамуының себебі – автомобиль өндірісінің өркендеуі және тас, асфальт жолдары торының жетілдірілуі болды. Қазіргі кезде автомобиль арқылы елдің түпкір-түпкіріне жетуге болады. Автомобиль жолдарымен бірге оған сәйкес инфрақұрылым (паркингтер, мотельдер, мейрамханалар, кафелер, жанармай және техникалық қызмет көрсету станциялары) да қарқынды дамуда.

Автосаяхаттарда караванинг (тұрғын автотіркемелер) рөлі өсуде.

Туристерді арнайы жабдықталған автобустар тасымалдауы қажет. Мұндай автобуста көп күндік саяхат жасауға болады.

Олар жайлы, айналасын көруге жақсы мүмкіндігі бар, жүгін қоятын орны және жетекші-гид үшін арнайы орны болады. Жеке меншікті автомобильдегі саяхаттар (автотуризм) да кең тарады. Автотуризмнің артықшылықтары: қозғалыс қабілеті, қысқа мерзімде өте алыс жерге бару және көптеген туристік және басқа да нысандарды көріп шығу мүмкіншілігі. Автотуристер уақытша түнеу орнынан тез қайтып келе алады, ал караванинг, шатыр және т.с.с. құрал-жабдықтары болса, кез келген жерде түней алады.

Ұшақтардың тасымал қабілетінің, жайлылығының өсуімен, ұшу уақытының азаюымен бірге туризмдегі әуе қатынасының маңызы үнемі өседі. Мұндай жағдай әсіресе жылдамдығы 700-950 км/сағат реактивті ұшақтар (мысалы, ТУ-104, Боинг-707) пайда болған 50-шы жылдардан бастап байқалады. Қазір көптеген елдерде, әсіресе аралдарда немесе туристік орталықтардан алыс орналасқан елдерде әуе саяхаттары басқаларға қарағанда басым. Кейбір елдерде әуе көлігінің рөлі ішкі тасымалда да жоғары. Ең алдымен олар аумағы өте үлкен (Ресей, Канада, АҚШ, Аустралия) немесе әуе қатынасы өте жақсы дамыған елдер (Франция, Ұлыбритания, ГФР).

Әуе туризмінде көлікпен бірге қонақ үй қызметі де маңызды. Ірі әуежайлар туристерді қабылдауға да, жөнелтуге де қабілетті.

Төмен маусымдарда (мысалы, өлі маусымда) әуе көлігі ұйымдар мен кәсіпорындарға коммуналдық немесе көлік қонақ үйлерін пайдалатын жоспарланған чартерлік тасымал шартында екі күндік саяхат ұсынуы мүмкін. Чартер тасымалын ұйымдастырған кезде ұшақ салоны толық болса фирма өз тарифын әлдеқайда төмендетуі мүмкін. Чартерлік тасымал мақсатында ұшақты жалға алудың екі түрі бар – белгілі бір уақытқа ұшақты жалдау немесе белгілі күн мен уақытқа рейсті жалдау.

Келешекте әуе көлігінің туристік қозғалыстағы рөлі жаңа ұшақтардың пайда болуымен бірге өсетін болады.

Бүгін көліктегі ақпараттық жүйеге жаңа биік талаптар қойылады. Көлікте ақпарат пен орындарды брондау қызметтері үшін жаңа техника, автоматтық кассалар және т.с.с. енгізіледі.

Билет сату мен брондау жұмысының, ақпараттық қызметтің үлкен жігі турагенттіктердің қарамағына көшуде.

Көлікпен бірге, туристік салаға қызмет көрсететін технологиялар қонақ үйлер мен мейрамханаларды, коммуникациялық техниканы жабдықтауда қолданылады. Соңғы жылдары осындай жабдықтау әлдеқайда жаңартылды және қонақ үйлер мен мейрамханалар шаруашылықтарындағы жұмыс үрдістері жеңілдетілді.

Көлік, түнеу және тамақтанудан басқа да туристік қызметтердің арасында қосалқы қызметті бөліп қарастыру керек [42]. Ол өзінің мақсаты жағынан әртүрлі сипаттағы туристік мекемелер мен ұйымдарды біріктіріп, жеті топты құрайды.

Бірінші топқа жататындар – туристерге барған жердің байлықтарын көріп, тамашалауға көмегін тигізетін ғимарат құрылыстары, өйткені көбінесе туристердің келу себебі осы байлықтарды көріп, танысу. Бұл ғимараттар мен құрылыстарды күтіп, үнемі сақтау мен жөндеу жұмыстарын атқару қажет.

Қосалқы қызметтің екінші тобы – туристерге спортпен айналысуға мүмкіндік беру. Спорттық құрылыстарды салу мен оларды пайдалану ісі қаражатты қажет етеді.

Үшінші топқа туристердің көңілін көтеру қызметі кіреді. Осындай объектілер тек қана ірі туристік орталықтарда орналасады. Бұл топ нысандарының саны мн жұмысы туристердің жас мөлшері мен кәсіптеріне байланысты.

Төртінші топқа туристерге тұрмыстық қызмет көрсететін мекемелер жатады.

Бесінші топқа туристік жабдықтар мен сувенирлер шығаратын, оның ішінде туристік ауданның өзінде сатылатын бұйымдарды өндіретін және кез келген жерде өткізіле беретін тауарларды жасайтын мекемелер кіреді.

Алтыншы топ – туристердің саяхатын ұйымдастыратын мекемелер мен ұйымдар, ең алдымен ақпарат желісі, яғни туристік саяхат жарнамасы. Оған аумақтың қасиеттері және қызметтер бағалары жөніндегі ақпарат кіреді. Мұндай жарнамалар туристердің санын көбейтуімен бірге оларға таңдау мүмкіншілігін береді. Бұл топқа валюта айырбастау мен шетелге барғанда қажет болатын басқа да қызметтер кіреді. Алтыншы



топқа сонымен қатар гидтердің да қызметі кіреді. Жаксы гид – жарнаманың ең тиімді түрі деп айтуға болады.

Жетінші топты туристік қозғалысты басқаратын ұйымдар құрайды.

Қызметтердің осындай жіктелуі аймақтардағы шаруашылық іс-әрекеті үшін өте маңызды. Әдетте туристік аймақтардың индустриализациялық деңгейі төмен және оларға туристер тек белгілі бір мезгілде келіп кетеді. Сондықтан жергілікті тұрғындарын еңбекпен жыл бойы қамтылуы өзекті мәселе болып табылады. Туристік маусым кезінде мұндай мәселе тұрмайды. Есесіне маусым аяқталған кезде жергілікті сувенирлерді, келесі маусымға дейін сақталып қалатын жергілікті туристік және спорттық құрал-жабдықтарды жасау ісі қосалқы қызметке айналуы қажет. Осындай өндіріс үлкен қаражатты қажет етпейді және осындай тауарлар құнында еңбекақының үлесі жоғары болады. Мұндай іс-әрекетке жөндеу-реставрациялық және т.с.с. жұмыстар жатады.

Туристік-рекреациялық қызмет көрсетуге бірінен соң бірі түзілген туристерге қызмет көрсету, туристік кәсіпорындар мен туристік шаруашылық қызметкерлерін өндіріс жағынан қамтамасыздандыру бойынша технологиялық операциялары кіреді. Олай болса кәсіпорындардың барлығын үш функционалды деңгейге: арнайы, қосымша және қосалқы (И.В. Зорин, 1974) деңгейге бөлуге болады.

Арнайы рекреациялық кәсіпорындар туристерге тікелей қызмет көрсетеді. Оларға орналастыру (туристік қонақ үйлер, турбазалар, пансионаттар т. б.), туристік көлік, қоғамдық тамақтандыру (мейрамханалар, кафелер), экскурсиялық қызмет (саяхаттар мен экскурсиялық бюролары) кәсіпорындары, туристік саяхаттар мен жорықтардың ұйымдастырушылық-әдістемелік және материалдық қамтамасыздану мекемелері (туризм мен экскурсиялар бойынша кеңестер, туристер клубтары) жатады.

Туристер мен қызмет көрсетушілерге қызмет көрсететін қосымша кәсіпорындар туристерге де, жергілікті тұрғындарға да қызмет көрсетеді (сауда, коммуналдық, тұрмыстық, байланыс қызметтері).

Қосалқы кәсіпорындар қатарына рекреациялық қызметті қажетті тауарлармен, туристік және спорттық құрал-жабдық-

тармен қамтамасыз ететін, шикізат, отын, жартылай фабрикаттарды және туристік шаруашылықтағы технологиялық үрдістерді қамтамасыз ететін басқа да өнімдерді жеткізетін мекемелер кіреді.

Туристік қызмет көлемін, негізгі және қосымша қызмет көрсету тізімін кеңейту мақсатында туристік ұйымдар жалға алу келісімшарттары негізінде жалға алынған туристік базаларды құрады, арнайы туристік тасымал үшін көлік құралдарын (пойыздар, кемелер, ұшақтар, автобустар) жалдайды. Жалға алынған туристік шаруашылықтар арнайы рекреациялық кәсіпорындар қорын кеңейтеді.

Туристік шаруашылықтың кешенді сипаты, әлеуметтік, экономикалық, экологиялық және саяси функцияларының маңызы оның қоғамдағы заңнамалық, нормативтік және жоспарлаулық реттелуін қажет етеді. Бұл міндеттерді мемлекеттік және салалық басқару органдары орындайды.

#### *Қайталау сұрақтары*

- 1. Қашан және неге туризмді «туристік өнеркәсіп» (туристік индустрия) деп атай бастаған?*
- 2. «Туристік шаруашылық» ұғымының анықтамасын беріп, оның мақсаттары мен міндеттерін атап шығыңыз.*
- 3. Туристік шаруашылық құрылымы, оның тікелей және қосалқы түрлеріне бөлінуі жөнінде айтып беріңіз.*
- 4. Туристік шаруашылықтың түнеу базасының сипаттамасын беріңіз.*
- 5. Туристік шаруашылықтың тамақтандыру базасының сипаттамасын беріңіз.*
- 6. Туристік шаруашылықтың коммуникациялық базасының сипаттамасын беріңіз.*
- 7. Туристік шаруашылықтың қосалқы (көмекші) базасының сипаттамасын беріңіз.*
- 8. Чартер дегеніміз не?*
- 9. И.В. Зорин бойынша туристік кәсіпорындардың үш функционалдық деңгейге бөлінуі жөнінде айтып беріңіз.*

## § 4 Туризм индустриясы және туристік нарық

Қандай да болсын экономикалық іс-әрекет белгілі орнымен, уақытымен, технологиясымен, тауарлар мен қызметтер көлемі және түрлерімен, олардың сатылуымен сипатталады. Тауарлар мен қызметтер өндірісі адам қажеттіліктеріне, біз қарастырып тұрған жағдайда – туризм қажеттіліктеріне сәйкес болуы керек.

Туристік қызмет көрсетудің күрделі жүйесін басқа осы дәрежедегі жүйелермен бірге халық шаруашылығының супер-жүйесіне кіретін жүйе ретінде қарастыру керек. «Халық шаруашылық» жүйесі туристік қажеттіліктер мен төлемге қабілетті сұранысты қалыптастырады, туризм индустриясының мақсаттық бағытталуын, іс-әрекетінің қаржылық, материалдық-техникалық, еңбек, нормативтік-құқықтық қамтамасыздануын басқарады, басқа теңдес жүйелермен байланыстырады.

Алдында біз рекреациялық сала мен туризм индустриясы ұғымдарының қатынасын қарастырдық. Енді туризм индустриясы ұғымын тәптіштеп қарастырайық.

«Турист» энциклопедиясында (М., 1973) «туризм индустриясы» туралы мынадай анықтама берілген: бұл – материалдық-техникалық базалардың құрылуын, туристік рекреациялық ресурстарды игеру мен пайдалануын, туристік тауарлар мен қызметтерді айырбасталуы мен қолданылуын материалдық және материалдық емес сфера өнімдерінің өндірісін қамтамасыз ететін мекемелер мен ұйымдар жиынтығы.

Туризм индустриясының мекемелері мен кәсіпорындары шартты түрде үш топқа бөлінеді:

1) демалыс орындары мен маршруттардағы туристік-экскурсиялық қызмет көрсету мекемелері (турбазалар, қонақ үйлер, санаторийлер, кемпингтер; саяхат және экскурсия бюролары; туристік-экскурсиялық тасымалдауға арналған арнайы көлік; туристерді сауықтыру, емдеу қызметтерімен, сонымен қатар сувенирлермен және басқа туристік тауарлармен қамтамасыз ететін демалу орындары мен туристік орталықтары;

2) демалыс орнында туристерге және жергілікті халыққа тұрмыстық, мәдени-танымдық, сауда қызметтерін көрсететін мекемелер (жолаушылар көлігі, қонақ үйлер, ауруханалар, дүкендер, кинотеатрлар, клубтар және т. б.);

3) туризмнің материалдық-техникалық базасын құру мен пайдалануды қамтамасыз ететін өнеркәсіп мекемелері және оларға еңбек құралдарын, шикізат, жабдықтау жеткізетін кәсіпорындар, сондай-ақ туризм сферасына біліктілігі жоғары мамандарды дайындайтын мекемелер.

Ресей халықаралық туризм академиясы шығарған «Менеджмент туризма» оқу құралындағы (М., 1996) туризм индустриясының анықтамасы мынадай: «Туризм индустриясы – бұл функциялары бос уақыттағы демалыс пен көңіл көтеру түрлеріне деген әралуан және үнемі өсіп келе жатқан сұранысты қанағаттандыру болып табылатын салалар мен кәсіпорындар топтарынан тұратын ірі дербес шаруашылық кешені».

Туризм индустриясына туризмсіз болмайтын тауарлар мен қызметтерді өндіретін кәсіпорындар кіреді:

- қонақ үй кәсіпорындары;
- тамақтандыру кәсіпорындары;
- көлік кәсіпорындары;
- экскурсиялық, туристік бюролар мен агенттіктер;
- сувенирлерді шығаратын кәсіпорындар;
- туристік оқу орындары;
- ақпараттық және жарнамалық қызмет;
- туристік ғылыми-зерттеу және жобалау ұйымдары;
- туристік тауарларды өндіретін кәсіпорындар.

Сөйтіп, құрылымы жағынан туризм индустриясы туризмнің өзінің жүйесінен (сферасынан) және туристерге қызмет көрсетуге қатысы бар халық шаруашылығының басқа салаларынан (өнеркәсіп, ауыл шаруашылығы, қызмет көрсету аясы және т. б.) тұрады.

Сонымен, туризм индустриясының жүйесіне мынадай мамандандырылған кәсіпорындар, мекемелер мен ұйымдар кіреді: 1) түнеу қызметін ұсынатын кәсіпорындар (қонақ үйлер, мотелдер, кемпингтер, пансионаттар, меншікті пәтерлер мен үйлер; туристік базалар, паналар, санаторийлер, демалыс үйлері, басқа орналастыру орындары); 2) тамақтандыру кәсіпорындары (мейрамханалар, кафе, барлар, асханалар, аспаздық фабрикалар және т. б.); 3) көлік қызметін көрсететін мекемелер (авто-, әуе кәсіпорындары, темір жол, теңіз және өзен флотының кәсіпорындары және т. б.); 4) туристік өнім әзірлеу және өткізу

фирмалары (туристік бюро, экскурсиялық бюро, туристік фирмалар, туристік агенттіктер, жолдама сату бюролары); 5) жарнамалық-ақпараттық туристік кәсіпорындар (жарнамалық агенттіктер, жарнамалық бюро, ақпарат агенттіктері); 6) өндірістік туристік кәсіпорындар (туристік сувенирлер фабрикалары, туристік құрал-жабдықтар өндірісі, туристік жиһаз жасайтын фабрикалар және т. б.), 7) сауда кәсіпорындары (туристік құрал-жабдықтар дүкендері, туристік сувенирлер дүкендері, жалдау пункттері және т.с.с.); 8) туризмдегі көңіл көтеру кәсіпорындары (киноконцерт залдары, клубтар, ойын автоматтары залдары және т.б.); 9) өзіндік туризм мекемелері (туристік клубтар, альпинистік клубтар, туристік велосипед клубтары, су туризмі клубтары және т. б.); 10) туризмді басқару органдары (туризм комитеттері, басқармалары мен департаменттері, қоғамдық туристік ұйымдар мен бірлестіктер және т. б.); 11) туристік оқу орындары (жоғары және орта арнайы туристік оқу орындары, біліктілікті жоғарылату мен қайта даярлау институттары, оқу курстық комбинаттар және т. б.); 12) ғылыми-зерттеу және жобалау мекемелері (ғылыми-зерттеу туристік институттары, орталықтары, зертханалары, жобалау институттары, туристік зерттеу полигондары және т. б.). Әрине, бұл толық тізім емес: туризм индустриясына, сонымен қатар жанама түрде теңіз, өзен, әуе, қала көлігі және көліктің басқа түрлері, жол және қалалық коммуналдық қызметтер, байланыс, сауда ұйымдары, өнеркәсіптің, ауыл шаруашылығының және тұрмыста қызмет көрсетудің басқа кәсіпорындары да кіреді.

Туризм индустриясы үш айрықша қасиеттерімен ерекшеленеді: біріншіден, туристік мекемелердің орналасуы ресурстарға бағытталады; екіншіден, туристік қызмет көрсетудің маусымдық қасиеті; үшіншіден инфрақұрылымының даму деңгейіне қойылатын жоғарғы дәрежедегі талаптар.

Экономиканың саласы ретінде, туризмнің өзіне тән бірқатар ерекшеліктері бар, солар арқылы туризм саласы халық шаруашылығының басқа да салаларынан ерекшеленеді. Туризм индустриясының басты айрықша ерекшелігі өндіріс пен өнімді тарату уақытының бірлестігі, яғни туристік қызметтер (турөнімдер) белгілі бір жерде өндіріледі және тұтынылады (тасымалдауға уақыт кетпейді). Туризмнің екінші ерекшелігі –

оның өнімдері артығынан шығарылып, қоймада сақталмайды. Сондықтан өзгеріп тұратын сыйымдылығы тән өндіріс қуаттарын пайдаланған дұрыс (мысалы, турбазада өзгеріп тұратын орналастыру қорын пайдалану). Туристік қызмет көрсетудің келесі бір ерекше айырмашылығы – қызмет өндіру объектісіне тұтынушыларды тасымалдап, жеткізу. Бұл өз тұрғысында туризмнің басқа да ерекше айырмашылығымен байланысады – турист алған өнімдерді «өзімен бірге алып шығады», яғни денсаулық, көтеріңкі көңіл-күй, жаңадан толықтырылған білім және т. б.

Еңбектің географиялық бөлінісі жөнінде Н.Н. Баранский былай деп жазған: «еңбектің географиялық бөлінісінің шарты мынадай: елдер (аудандар) бірі үшін бірі жұмыс атқаруы қажет, еңбек өнімдері бір жерден екінші жерге жеткізілуі керек, сөйтіп, өндіріс орны мен тұтыну орны арасында белгілі бір арақашықтық болуы қажет». Туризмдегі осындай алшақтау екі түрде көрініс табады: 1) тұратын жері (рекреациялық қажеттіліктердің қалыптасатын жері) мен демалыс (саяхат) ауданы арасындағы алшақтау; 2) туристік-рекреациялық іс-әрекет жүргізу бойынша әртүрлі аудандар арасындағы функцияларының бөлінісі.

Сонымен қатар, бір-бірінен алшақ болған тауарлар мен қызметтер бір-бірінен тәуелсіз түрде тұтынылмауы туризмдегі қызмет көрсету технологиясының ерекшелігі болып табылады. Олар туристік тұтынудың біріктірілген түрлері болып қосылады. Тұтынушының өзі осы біріктіруге уақыты мен қаражатын жұмсап, осы біріктіру процесін басқарып тұрады.

Туристік қызмет көрсету материалдық игілік пен қызметтердің таратылуымен, алмасуымен және тұтынуымен байланысты іс-әрекеттің барлық түрлерін біріктіретін қызмет көрсету сферасына жатады.

Туристік қызмет көрсетудің түпкі мәнін түсіну үшін, туристік қызмет көрсету процесінің сипатын білу керек. Туристік қызмет көрсету дегеніміз туристерге саяхат кезінде, заттар мен қызметтер сатып алған кезде әртүрлі қажеттіліктерін қамтамасыз етіп, көмектесу. Бұл процестің кешенділігі және күрделілігі келесі жағдайға байланысты:

– қызметтердің көбісі бір жерде өндіріледі және тұтынылады, сондықтан қызметтің өндірілуі материалдық емес сипатқа ие болады;

– туристерге өндірілу мен қызмет көрсетудің әралуан технологиясы бар қызметтер мен тауарлар ұсынылады;

– туристік қызмет көрсету материалдық-техникалық базасында (қонақ үйлерде, мейрамханаларда, көлікте, спорттық құрылыстарда, денсаулық сақтау мекемелерінде) орындалады;

– туристерге ұсынылатын тауарлар мен қызметтер әртүрлі әрекет барысында пайда болады. Олардың кейбіреулері арнайы туристік ұйымдар мен мекемелерде, екіншілері – халық шаруашылық салаларында (көлік, ауыл шаруашылығы, өнеркәсіп, денсаулық сақтау және т. б.) іске асады;

– қызметті әртүрлі кәсіби дайындығы және білім деңгейі бар адамдар орындайды.

Туристік қызмет көрсету үрдісі тұтынудың ерекше сипатына орай қызметтерді пайдалану кезегі болатындығынан біраз уақытқа созылады. Саяхат жасаған кезде туристер көлік, қонақ үй, спорттық-көңіл көтеру мекемелерінің және т. б. қызметтерін пайдаланады, ал ол үшін уақыт қажет.

Туризмде ұсынылатын қызметтер территория бойынша бөлінеді. Туристерге көрсетілетін қызметтердің кейбіреулері тұрғылықты өмір сүретін жерлерінде атқарылады (ақпараттық, делдалдық қызмет). Басқаларын (ақпараттық, көліктік қызметтер) турист саяхат кезінде тұтынады. Үшіншісін – туристер туристік орталықтарда (орналасу, тамақтандыру, емдеу, көңіл көтеру қызметі) алады.

Туризмде әдетте сату-сатып алу акті уақыты мен орны бойынша қызмет орнына сәйкес келмейді, яғни олардың бір бөлігін бір туристік кәсіпорындары сатса, басқалары өндіреді. Бұл үдеріс үш бірлескен процестерден тұрады: оған сату-сатып алу кезіндегі, саяхат кезіндегі және туристік орындардағы қызмет көрсету процестері кіреді. Осының ең болмағанда біреуі жетіспесе, туристік қызмет көрсету процесін кешен ретінде қарастыруға болмайды. Сату-сатып алусыз саяхат жоқ, саяхатсыз туристерді қызықтыратын жерге жетуі болмайды. Сөйтіп, туристік қызмет көрсету өндіріс, ұсыныс және тауарлар мен қызметтерді сату іс-әрекеттерін қамтиды.

Қызмет көрсетудің өзі өндіріс, ұсыныс және тауарлар мен қызметтерді сату үрдістері жүргізілетін процесс.

Қызмет көрсету процесін туристерге бағыттап, шартты түрде былай бөлуге болады:

1. Қызмет пен тауарға туристің көңілін аударту.
2. Туристік өнімге туристің қызығушылығын тудыру.
3. Ұсынылып отырған тауар мен қызметтерді пайдалануға туристің қызығушылығын тудыру.
4. Туристік қызмет пен тауарды сатып алуға туристі елік-тіру.

Туристердің барлығы ұсынылатын қызметтерге бірдей карамайды, сондықтан жоғарыда аталған кезеңдер кезегі дәл сондай болып түзілмейді. Олай болса, қызмет көрсетушілер туристің қандай топқа жататынын, тауар немесе қызмет ұсынған кезде қандай әдіс қолданылатынын білуі керек. Қызмет көрсетудің сәттілігі қызметкерлердің тұлғалық қасиеттеріне – біліктілігіне, мәдениетіне, өнегелі болуына, ширақтығына, белсенділігіне және т. б. байланысты.

Туризм индустриясы туристік өнім өндірушісі болып табылады, туризм индустриясы арқылы халықтың туристік сұранысы қанағаттандырылады. Ал сұраныс болса адамдардың рекреациялық қажеттіліктері әсерінен туындайды.

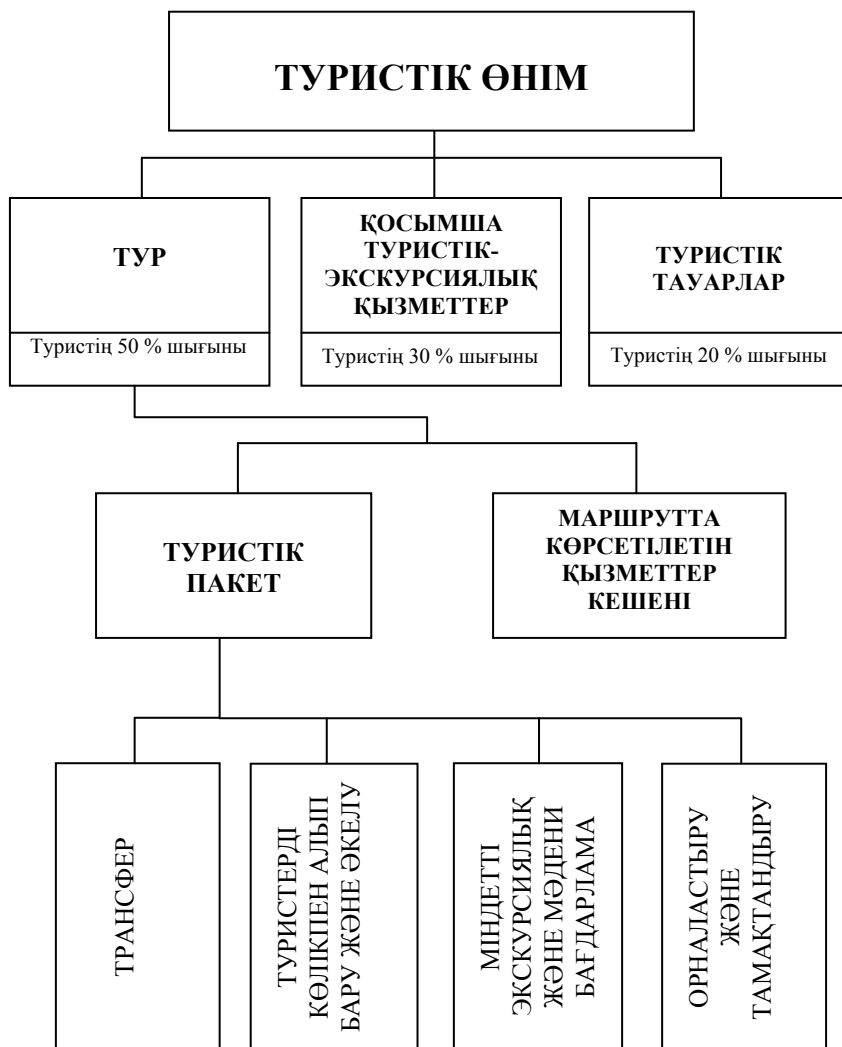
Қандай бір фирма болмасын, оның нарықтағы табысы шығаратын өнімдерінің тартымдылығына байланысты. Бағасы да, нарықтағы өтімділігі және жылдам таралуы да соған байланысты.

Туристік өнім құрамы жағынан үш бөлікке бөлінеді (18-сурет):

- тур;
- қосымша туристік-экскурсиялық қызметтер;
- туристік тауарлар.

Тур дегеніміз клиентке біртұтас таратылатын және туроператордың еңбегімен өндірілген, белгілі бір маршрутқа және мерзімге арналған бастапқы (міндетті) туристік өнімнің бірлігі. Туроператор – туристік өнімді әзірлейтін және турларды жинақтайтын, оларды іске қосатын, туристік өнімді нарықта жарнамайтын және итермелейтін, бағаларын тағайындайтын және турагенттерге сату үшін өткізетін туристік кәсіпорын (ұйым).





18-сурет. Туристік өнімнің құрылымы [1]

Тур екі құрылымдық бөліктен: 1) туристік пакет және 2) маршрутта көрсетілетін қызметтер кешені – тұрады.

Туристік пакетті туроператорлар ұсынады, пакет құрылымы маршрутта міндетті түрде көрсетілетін қызметтерден:

– туристерді көлікпен демалыс орнына апару және алып қайту;

– трансфер;

– орналастыру және тамақтандыру;

– міндетті түрдегі экскурсиялық және мәдени бағдарлама – тұрады.

Міндеттілік – бұл туристік өнімнің туристік пакеттен айырмашылығы. Себебі, төрт міндетті элементтен тұратын туристік пакетті сатып алып, турист туроператордан едәуір жеңілдіктер алуы мүмкін, өйткені ол турфирманың сериялық туристік өнімін сатып алып жатыр, сонымен қатар туристік өнімге басқа да қосымша қызметтер қосып беруге туроператордан сұрап алуға туристің құқығы бар.

Туроператор туризмде жетекші рөл атқарады, себебі ол әр түрлі қызметтерді (көлік, туристерді орналастыру, тамақтандыру, көңіл көтеру және т. б. қызметтерді) бір турпакетке жинап, турөнімді шығарады; оны турагент арқылы таратады.

Турагент – туроператордың туристік өнімін іске асыратын, туристік нарықта жұмыс істейтін таратушы. Турагенттің туроператордан айырмашылығы – турагент турдың сапасына жауапты емес. Өз жұмысы үшін турагент комиссиялық сыйлық, турдың жалпы бағасынан 7-15%, алып тұрады.

Туристік өнімнің туристік пакеттен айырмашылығы – туристік пакет туристік өнімнің бір бөлігі, және міндетті бөлігі. Туристік өнімге бірдей талаптар қойылады, себебі бір жерде сатып алынған тур екінші жерде тұтынылады. Бұл жағдайда туроператор, турагент пен туристің талаптары мен жұмысы толығымен үйлесуі қажет, тек сонда ғана өзара келісілген міндеттер толығымен орындалады. Осындай келісілу келісім-шарт негізінде туристік жолдама немесе ваучер түрінде іске асырылады. Оларды туроператор толтырады, туристік жолдама немесе ваучер барлық фирма мен клиент үшін міндетті қызметтердің кепілі болатын құжаттар. Осы құжаттың екеуінде де тур жөніндегі толық ақпарат беріледі:

- турист баратын ел (туристік орталық);
- көлік құралы;
- туристерді орналастыру шарттары;
- тамақтандыру шарттары;
- турдың басталу мен аяқталу мерзімдері;
- күндер бойынша жазылған бағдарлама;
- паспорттық-визалық формалдылықтар;
- медициналық сақтандыру құжаты;
- турға қатысушылардың ең төмен (минималды) саны;
- турды жоюдың ең соңғы мерзімдері;
- турдың кешенді бағасы;
- туристің саяхатта болу мерзімінің, бағдарламасының және сапарда болу шарттарының орындалмауы үшін салынатын айыппұл;

- туроператор мен турагент атаулары мен реквизиттері.

Ваучер бойынша туроператор:

- саяхатта болу бағдарламасының орындалуына;
- жарнаманың және туриске берілген ақпараттың шындыққа сәйкес болуына;
- тур бағасын өз еркімен өзгертуіне;
- туристік пакет жөніндегі ақпараттың шындығына жауапты болады.

Туристік өнім элементтері бойынша турист шығынының құрылымы мынадай:

- тур – 50%;
- қосымша туристік-экскурсиялық қызметтер – 30%;
- туристік тауарлар – 20% (18-сурет).

Қосымша туристік-экскурсиялық қызметтер дегеніміз – бұл жолдамада көрсетілмеген, бірақ, туристерге қажет болса, солардың тілегі бойынша көрсетілетін қызметтер. Бұл қызметтер жолдаманың негізгі бағасына кірмейді. Оған резервтік орындар, валюта айырбастау, туристік қызмет көрсету, жалдау, телефон, қоғамдық көлік, пошта, тауарлар сақтау орны және т. б. жатады. Қосымша қызметтерді туристер өз ақшасына бөлек сатып алады.

Туристік тауар дегеніміз туристік өнімнің арнайы бөлігі, оған туристік карталар және қаланың сұлбасы, сувенирлер, буклеттер, сондай-ақ туристің тұрғылықты елдегі дефицит немесе қымбат болатын тауарлар және т. б. жатады.

Туристік индустрияда өндірілетін туристік өнім екі әдіспен:  
– барлық өндірістің шығынының толық есебінің әдісі;  
– туристердің барлық шығынының, яғни туризмнен түскен табыс есебінің әдісі – бағалануы мүмкін.

Туристік қызметтер мен тауарларды үш топқа: көлік қызметі; туристердің туристік аудандарда болуына байланысты қызметтер мен тауарлар (рекреациялық ресурстар, орналастыру, тамақтандыру және т.б. қызметтер); бір рет көрсетілетін қызмет пен тауарлар (көңіл көтеру, спорт қызметтері, сувенирлер және т. б.) топтарына біріктіруге болады. Әрбір туристік қызметтер мен тауарлар тобы тағы да бірнеше түрлерге жіктеледі. Мысалы, көлік қызметтері көліктің түріне және комфорттылығына қарай топтастырылады.

Туристік саяхаттар тұтынудың ерекше формаларын пайда қылады және туристің өзін ерекше тұтынушыға айналдырады. Туристік тұтыну туристің төлем қабілетіне, ал шығындарының көлемі – туристік қызметтерге, тұтынушының талғамына, туристік сұраныс пен ұсыныстың маусымдық сипаты мен тауарлар мен қызметтердің тұтыну ерекшеліктеріне байланысты. Туристердің шығындары көлемі мен құрылымына туристердің жасы, жынысы, ұлты да әсер етеді. Туристер көлік пен тауарларды сатып алуға ең көп ақша жұмсайды: осыларға жалпы шығынының 60%, оның ішінде сатып алуға 25% кетеді.

Туристік тұтынуға туристің қызметтермен ақшаға және тегін камтамасыз етілуі жатады. Туристік саяхаттың нағыз ерекшелігі – саяхат мақсаты (теңіз, көркем ландшафттар, саябақтар, ескерткіштер және т. б.) әдетте тікелей ақша шығынын қажет етпейді. Бірақ онымен бірге тұтынушылық туристік құндылықтар тауарлар немесе ақылы қызметтер болып табылады. Сөйтіп, туристің қажеттіліктерін қанағаттандыру дегеніміз бір жағынан ақылы тауарлар мен қызметтерді пайдалану, екіншіден, тауар формасына өтпейтін тегін байлықтарды тұтыну болып табылады [42].

Туристік сұраныс және ұсыныс туризмнің экономикалық құрылымының элементі ретінде туристік нарықты, яғни туристік қызмет пен тауарларды тарату сферасын құрайды. Туристік қызмет түрінде тауарларды тұтыну арқасында туризм өзінің басты экономикалық функциясын орындайды. Туристік

қызметтерді сату ішкі және сыртқы сауданың маңызды бөлігі болып саналады. Тауар ретінде туристік қызметтер нарықта сату-сатып алу заты болып табылады. Территориялық аспектінен қарасақ, туристік нарықты жергілікті бір жерде болатын жергілікті туристік нарыққа, елдің аумақтық бірлігіндегі аудандық (аймақтық) нарыққа, ел деңгейіндегі ұлттық нарыққа және туристік қызметінің дүниежүзілік нарығына бөлуге болады.

Критерий ретінде туристік қызметтердің сипатын алсақ, мынадай нарықтарды бөліп атауға болады:

- қонақ үй қызметтерінің нарығы;
- мейрамхана қызметтерінің (қоғамдық тамақтандыру) нарығы;

ғы;

- көлік қызметтерінің нарығы және т. б.

Саяхат мақсаты бойынша мынадай нарықтар болады:

- танымдық туризм нарығы;
- рекреациялық туризм;
- емдік туризм;
- ауыл туризмінің нарығы және т. б.

Алмасу затын, субъектілерін, сұраныс пен ұсынысты, нарыққа шығу шарттарын сипаттап, нарықтың кез келген түрін суреттеуге болады. Туристік нарықтың осындай сипаттамаларын туристік шаруашылық субъектілері өз жұмысын сәтті жүргізу үшін білуі қажет.

Туристік нарықтың тек өзіне тән ерекшеліктері бар. Егер дүниежүзілік нарықта тауарлардың бағасына экспорт шығыны кірсе, туристік қызметтердің бағасына туристердің көлікке кететін шығыны кіреді. Негізгі туристік нарықтың басқа нарықтардан айырмашылығы, міне, осында. Туристердің көлік шығындары, басқа туристік қызметтерге жұмсалатын шығындарымен бірге, саяхат құнын анықтайды және туристік қызметтердің жалпы бағасына кіреді.

Туристік нарыққа саяси, әлеуметтік-экономикалық, табиғи-географиялық және басқа да факторларға байланысты туристердің қозғалыс белсенділігі әсер етеді. Сонымен қатар, оған туристік-рекреациялық ресурстар, ұсынылатын қызметтер көлемі, қызмет көрсету сапасы, әртүрлі мәдени-бұқаралық

шаралардың өткізілуі, көлік ахуалы, маусым, ауа райы, сән және т. б. әсер етеді.

Өзінің тұрақсыздығымен сипатталатын туристік қызметтер сұранысы дүниежүзілік туристік нарықтың конъюнктурасына әсер етеді. Туристік қызметтерді қалыптастыру ісі белгілі туристік ауданмен шектеледі. Дегенмен оларды сату жұмысы мемлекеттік немесе дүниежүзілік туристік нарықтың бір бөлігі болып табылады, сондықтан бағаның қалыптасуы осы нарықтардың конъюнктурасына тәуелді.

Экономикалық категория ретінде халықаралық туристік нарық тауар-ақшалық қатынастар сферасы болып табылады және оның ерекшеліктері мынадай:

- нарық кешендік сипатына ие, онда бір уақытта тауарлар мен қызметтердің сұранысы мен ұсынысы орын табады;

- тауарлар мен қызметтер тұтынуы өндіруші елде өтеді. Мұны сыртқы сауда операцияларының табысты формасы деп айтуға болады, өйткені сату үрдісі көтерме сауда бағаларынан әлдеқайда жоғары болатын ішкі нарықтың бөлшектеп сату бағаларымен жүргізіледі. Бөлшектеп сату бағасына ішкі салық салынады, ал экспортқа шығарылған тауарларға осындай салық кейде салынбайды;

- сұраныс субъективті сипатқа ие. Тұтыну формасы ретінде ол тұтынушылардың жеке табыстарына тікелей тәуелді болады. Игілігінің өсуімен біргі тұратын жеріндегі шығындары мен демалыстағы шығындары арасындағы айырмашылығы өседі. Туристік шығындардың демалыс жеріндегі өсуі нәтижесінде күнделікті тұрған жеріндегі шығындарын қатты өзгертпейді. Ал демалыс кезіндегі шығындары әдеттегі шығындарынан әлдеқайда көп болады. Қоғам өмірінің тек жоғары деңгейінде ғана туризмге жұмсалған қаражат ойдағыдай жоғары болады. Туристік қажеттілік өндіріс күштерінің жоғары даму деңгейінде, оларға сәйкес қоғамдық экономикалық жағдай шартында ғана пайда болып, қалыптасады. Ең анық түрде осындай үрдіс экономикасы жақсы дамыған елдерде байқалады;

- туризмдегі ұсыныс өте икемсіз, яғни жылдам өзгерістерге ұшырау қабілеті төмен. Мұның себебі – өндіріс мүмкіншіліктері қатал шектелген, маусымдар бойынша ауытқып тұратын сұраныс өзгеруіне сәйкес болып жылдам өзгере алмайды.

Сұраныстың үлкен жігі туристерге көрсетілетін қызмет болғандықтан, ұсынысты дамыту үшін туристік инфрақұрылым мен негізгі қорға үлкен капитал салымын жасау қажет;

- туристік кәсіпорын жұмысының ерекшелігі – өнімнің стратегиялық қорын жасап сақтау мұнда мүмкін емес. Мұндай жағдайда «шың маусымда» ұсынысты кеңейтіп «өлі маусымды» өтеуге болмайды. Қонақ үйінде, ұшақта бос қалған орын кәсіпорын үшін өтеле алмайды, атымен жоғалды деген сөз.

Сондықтан туристік әлеуетті, туристік қызмет сұранысы мен ұсынысын кешенді түрде бағалау арқылы туристік шаруашылық рентабелділігін (тиімділігін) және оның болашақтағы даму болжамын жасауға болады.

### *Қайталау сұрақтары*

- 1. «Туризм индустриясы» ұғымының анықтамасын айтып беріңіз, оның құрылымын, мақсаттары мен міндеттерін атап шығыңыз.*
- 2. «Халық шаруашылық саласы» мен «туризм индустриясы» ұғымдарын түсіндіріп, олардың айырмашылықтары мен ұқсастығын көрсетіңіз.*
- 3. Туристік саланың тек оған тән ерекшеліктерін атап шығыңыз.*
- 4. Туристік қызмет көрсету үрдісін, оның күрделілігін және кешендік сипатын суреттеп беріңіз.*
- 5. «Туристік өнім» ұғымының анықтамасын беріңіз, оның құрылымына сипаттама жасаңыз.*
- 6. «Туристік пакет» деген не?*
- 7. Туроператорлар мен турагенттер жұмысына сипаттама беріңіз.*
- 8. Туристің турға, қосымша туристік-экскурсиялық қызметтерге және туристік тауарларға жұмсайтын шығындарының өзара қатынастары қандай?*
- 9. Туристік жолдама мен туристік ваучер арасындағы айырмашылықты түсіндіріп беріңіз.*
- 10. Туристік нарық ұғымының анықтамасын беріңіз. Оның ерекшеліктері қандай?*

## **§ 5 Туристерге көрсетілетін қызмет сапасының мәні мен маңызы**

Туризмде туристерге сапалы қызмет көрсету – халық шаруашылығының осы саласын дамытудағы ең өзекті мәселесі. Халықаралық туристік нарығындағы бәсекелестіктегі ең күшті қаруы – қызмет көрсету сапасы болып табылады. Туристер белгілі бір елдің қонақ үйінде, мейрамханасында, қызмет бюросында өздеріне көрсетілген қызметке риза болса, онда олар сол елдің белсенді насихатшысы болып табылады. Олар бірнеше рет қайта келіп, өзімен бірге басқа да туристерді ертіп әкеледі, өзіне ұнаған туристік ауданның беделін көтереді. Сапалы көрсетілген қызмет туризмнің экономикалық әсерінің көтерілуіне септігін тигізеді.

Туристік іс-әрекеттің күрделі, кешенді сипатына байланысты қызмет көрсету сапасының бір ортақ көрсеткішін орнату өте қиын. Экономикалық, ұйымдастырушылық, техникалық және т.б. факторлардың әсерінен әртүрлі туристік іс-әрекеттердегі қызмет сапасын бірдей көрсеткіш арқылы өлшеу мүмкін емес. Қызмет көрсету үрдісін бағалайтын оның жалпы, ерекше сипаттарын біріктіретін бірегей критерийін табу қажет.

Экономикалық категория ретінде сапа деп заттар мен қызметтердің пайдалы қасиеттерін қалыптастырған және пайдаланған кезде пайда болатын өндірістік қатынастар мен қоғамдық қажеттіліктерді қанағаттандыру мүмкіншіліктерін айтамыз. Егер өнім мен қызметтер қоғамға керекті жоқ болса, сапа да пайда болмайды. Сапа дегеніміз тұтыну құнымен байланыста болатын экономикалық категория болып табылады.

Сапаның экономикалық категориясының мәнін анықтаған кезде сапа мен нақты еңбек арасындағы байланысты ескеру қажет. Сапа аталған тұтыну құндылығын өндіре алатын еңбекке және белгілі қоғамдық қажеттілікті қанағаттандыру мүмкіншілігіне тәуелді. Еңбектің дәрежесі жоғары болған сайын оның тұтыну құндылығы мен сапасы да өседі.

Әр түрлі категорияда көрсетілген сапаға талдау жасау оның мәнін түсіндіреді. Туристік салада туристердің материалдық және рухани қажеттіліктерін қанағаттандыратын тауарлар мен



қызметтер өндіріледі. Туризмде өндіру пен тұтыну процесі арнайы ресурстарды (табиғи-климаттық, мәдени-тарихи) тартумен байланысты. Ресурстар арқылы рекреациялық, іскерлік, емделу қажеттіліктері қанағаттандырылады. Мұндай процесте адамның эмоциялық-психологиялық қажеттілігі де өтеледі. Психологиялық факторлардың әсерінен туристік қызмет көрсетудің сапасы қалыптасады. Солар арқылы туристерге сапалы қызмет көрсету деген түсінік кеңейіп толықтырылады. Туризмде жоғары сапада қызмет көрсету халықтың саяхат жасауға шығынын көбейтеді. Бұдан да жоғары сапада қызмет көрсету қалтасы қалың клиенттерді тартады, елге валютаның түсімін арттырады.

Қызметтер мен тауарларды өндірудің кең ауқымы міндетті түрде жоғары сапаның кепілі болмайды. Туристерге оларға қажетті қызмет пен тауарлар сауда немесе туристік ұйымдардың кінәсінен дер кезінде жеткізілмейтін жағдайлар жиі кездеседі. Туристік қызмет көрсету сапасы тауарлар мен қызметтер айналымына да әсер етеді.

Туристер санының өсуі нәтижесінде халық шығындары тауарлар сатып алудан туристік қызметтер пайдасына қарай өзгереді. Туризмдегі қызмет көрсетудің жоғары сапасы арқасында халықтың саяхаттарға, туристік орталықтарға баруына, көңіл көтеруге жұмсайтын шығындары өседі. Сонымен қатар, қызмет көрсетудің жоғары сапасы төлем қабілеті жоғары клиенттерді тартуына байланысты елге валютаның келуі де ұлғаяды. Мұның нәтижесінде кейбір тауарлар экспортының қажеті төмендейді де, халықты тауарлармен қамтамасыз етуге жағдай туады.

Туризмдегі сапалы қызмет екі түрлі игілікпен (тауарлар және қызмет) және екі түрлі қатынаспен (материалдық және материалдық емес) тығыз байланысады. Сондықтан туристік қызмет көрсету сапасының критерийлері мен көрсеткіштерін табу қызмет көрсетудің басқа салаларына қарағанда (мысалы, бөлшектеп сату саудасы, қоғамдық тамақтандыру, т. б.) қиынға түседі.

Туристік қызмет сапасының критерийлері бір немесе көп мағыналы болуы мүмкін. Бір мағыналы критерий туристік қызмет көрсетуді бағалаудың бірқалыпты көзқарасын қалыптастырады.

Туристік қызмет сапасының критерийі мен көрсеткішінің арасында айырмашылық болуы тиіс. Туризмнің болашақта даму бағыты мен жалпы сапалық сипаттамасы критериймен байланысады (критерий – баға беру мөлшері, баға беруге негізделетін ерекшелік). Өз кезегімен ол басқарудың әртүрлі деңгейі, туристік іс-әрекет формаларына сәйкес келетін көрсеткіштер жүйесі арқылы анықталуы мүмкін. Мұндай көрсеткіштер туристік қызмет көрсету сапасын өлшеуге мүмкіндік береді. Көрсеткіштер арқылы туристік қызмет көрсету сапасын кешендер, іс-әрекет түрлері мен туризм буындары бойынша салыстырып, озықтар мен артта қалғандарды анықтауға болады.

Орналастыру құралдарының көрсеткіштері:

1) туристерді қонақ үйге, мотельге, кемпингке, жеке пәтерге жылдам орналастыру;

2) ұйымдасқан туристерді қонақ үйге, кемпингке, міндетті түрде алдын ала туриске бөлінген (сатылған) нақты нөмірге жылдам орналастыру;

3) орналастыру ортасында тыныштық сақтау, нөмірдегі жабдықтаудың барлығының дұрыс жұмыс істеуі, орналастыру құралы категориясына қойылатын талаптарына сәйкес қызмет көрсету дәрежесін орындау, келген-кеткен кезінде туристің жүгін тасу, оған қажетті ақпараттарды толық түрде жеткізу;

4) орналастыру орындарында орналастыру құралы категориясына қойылатын талаптарға сәйкес санитарлық-гигиеналық нормаларды сақтау;

5) қызмет көрсетушілердің біліктілігіне, шетел тілдерін білуіне, жеке гигиенасына қойылатын талаптарды орындау;

6) орналастыру орнының сыртқы аумағы мен интерьерін іске қосылған күйінде үнемі сақтап тұру;

7) кең көлемде туристерге тегін немесе ақшалай қосымша қызмет көрсету (телефон, пошта, телекс, факс және т.с.с.), туристің ұлтын, әлеуметтік дәрежесін және басқа ерекшеліктерін ескеріп оның көңілін қотеру жағдайын туғызу; киім-кешектерін жуу, өтecteу мен химиялық тазарту жұмыстарын қамтамасыз ету; мәдениеттік, спорттық шараларға, экскурсияларға билеттерді сатып әперу және т. б.

Қызмет көрсету сапасы орналастыру орнына берілген категорияға қойылатын талаптарға сай болуы керек. Катего-

риясы жоғары болған сайын қызмет көрсету сапасы да жоғары, қосымша қызмет көрсету шеңбері де кең болуы қажет. Мысалға, қонақтар тіліндегі газеттерді, журналдарды, кітаптарды жеткізу сияқты тегін туристік қызмет көрсету түрлері жөнінде ұмытпау керек.

Туристік қызмет көрсетудің тағы бір өте маңызды сферасы – тамақтандыру. Ол екі компоненттен тұрады: біріншісі – аспаздық өнімдер мен кулинарлық өңдеуден өтпеген сатып алынатын тауарлардың сапасы мен ассортименті; екіншісі – сату мен тұтыну процестерін ұйымдастыру сапасы. Тамақтандыру сферасындағы қызмет сапасын бағалау көрсеткіштері мынадай:

1) берілетін тағамдардың көркемдік дәрежесі, оның температурасы, дәмділік сапасы;

2) аспаздық өнімдердің, сусындардың және басқа да тауарлардың ассортиментінің әртүрлілігі; және осындай ассортимент тек түскі тамақ немесе кешке жақын кезде ғана емес, бүкіл жұмыс уақытында болуы керек;

3) туристерге жылдам және өнегелі түрде қызмет көрсету, ас мәзірі картасын жылдам ұсыну және т.с.с.;

4) тапсырыс орындау жылдамдылығы және тапсырыс ақысын клиент тамақ ішіп болғаннан кейін алу;

5) келушілердің тамақтануы кезінде көрсетілетін қызметтің ауқымы: шарап пен басқа сусындарды рюмка мен бокалдарға даяшының құйып беруі (бүкіл ас кезінде пайдаланып болған ыдыстарды алып кету) және барлық ережелерді қызмет көрсету кезінде орындау;

6) тамақтану залындағы тазалық пен жайлы жағдайды сақтау дәрежесі;

7) қоғамдық тамақтандыру мекемелерінде тәртіп, міндетті фирмалық киімдер ережесін және жеке гигиенаны сақтау дәрежесі;

8) тағамдардың және сусындардың ассортименті мен салмағы шотта көрсетілген бағаға сәйкес болуы.

Аталған көрсеткіштердің барлығы орындалған жағдайдың өзінде, туристік кешендегі тамақтандыру аясындағы қызмет көрсетудің сапасын бағалау үшін, сонымен қатар, қызмет көрсетілген туристердің жалпы пайызын және осы көрсеткіштерді

орындаған осы кешен кәсіпорындарының барлығының санын білу қажет.

Туристерге ұсынылатын азық-түлік және өнеркәсіп заттарын сататын сауда орнындағы қызмет сапасының көрсеткіштері мынадай:

- 1) клиенттерге құрметпен қарау, жылдам қызмет көрсету;
- 2) сапалы заттарды ғана сату және ассортимент-минимумды үнемі орындау;
- 3) санитарлық нормаларды орындау;
- 4) дүкен қызметкерлерінің жеке гигиенасы мен тиянақты бет-әлпеті;
- 5) сауда қызметінің жаңа түрлерін енгізу;
- 6) сатып алушылар ағымдарын зерттеу, жұмыс режимын жақсарту, режимге қажет болғанда өзгерістер енгізу;
- 7) сатылатын тауарлардың көрсеткіштері мен бағаларын мүлт қылмау.

Бөлшектеп сату секторы үшін сапа көрсеткіштерінің бұдан әлдеқайда көп санын ұсынуға болады. Мысалға, туристердің сұраныстарына сәйкес болатын тауарлардың толығырақ ассортименті, қызмет көрсетудің прогрессивтік формаларына негізделген сауданы ұйымдастыру, сауда жүйесіне заманауи ғылыми-техникалық жетістіктерді ендіру; жеңіл тамақ, сусындар, тәтті тағамдар және басқа да тысталған тауарларды сату бойынша автоматтарды орнату. Бірақ мұндай міндеттерді дүкен қызметкерлердің өздері шеше алмайды.

Тұрмыс қызметі ең алдымен ұйымдастырылмаған туристерге қызмет көрсетуде маңызды. Қызмет көрсетудің осы түрі үшін алдында аталған жалпы сапа көрсеткіштерімен бірге (объектілер мен қызметкерлер гигиенасы, клиенттерге сыпайы қарау, тауарлар көрсеткіштері мен бағаларын орындау) өзінің ерекше көрсеткіштері болады:

- 1) тұрмыста қызмет көрсетудің аталған нысанының міндетті түрде орындалатын қызметтерді міндетті түрде орындау;
- 2) қызметтер мерзімін дер кезінде орындау;
- 3) қызмет көрсету сапасына рекламация болса, оған дер кезінде жауап беру;
- 4) туристерге көрсетілетін қызметтердің кең ассортименті.

Туристік қызметтерде көлік қызметі де маңызды орын алады. Көлік қызметінің сапасын бағалайтын өз көрсеткіштері болады:

1) туристерді тасымалдайтын автомашиналардың (автобустар мен жеңіл машиналар) техникалық күйі толығымен түзу және олардың іші-сыртының әлпеті дұрыс болуы қажет;

2) адамдар асықпай салонда орындарына отыру үшін автобустар келісілген жерге күні бұрын келуі қажет;

3) жүргізуші туристердің жүгін қабылдап жүк орнына орналастырып, келгеннен кейін қарсы алушыларға беруі керек;

4) жүрген кезде жүргізуші туристердің өтініштерін орындап, сұраған жерде көлігін тоқтатуы керек;

5) машинаның келуі-кетуі дәл уақытта орындалуы қажет;

6) шетелдіктер сөйлесетін тілдердің ең болмағанда біреуін жүргізуші білсе жақсы болар еді;

7) такси қолданса төлемақы көрсеткіші счетчикте көрсетіліп тұруы қажет.

Экскурсия жүргізуші туристік кәсіпорын өкілі болып есептеледі. Туристермен бірге болып, олармен әңгіме жүргізуі қажет. Экскурсиялық қызметтің сапасын анықтайтын көрсеткіштер мынадай жағдайларды ескеру керек:

1) экскурсия жүргізушісі туристік топпен жұмыс істегенде нақтылық, мұқияттылық, сыпайылық көрсетуі тиіс;

2) экскурсия жүргізушісі туристік іс-әрекет бөлімшелерінің жұмысшылары жағынан қызмет ережелерін бұзуға жол бермеуі керек;

3) экскурсия жүргізушісі экскурсия жүргізу әдістерін, оның ішінде жаңа әдістерін қолдана білу керек;

4) экскурсия жүргізушісі туристерге көрсетілетін қызметтердің сапасына бақылау жасап, ол қызметтер қабылданған стандарт пен нормативке сәйкес келуін қадағалауы керек;

5) экскурсия жүргізушісі өзінің жұмыс уақытын туристердің түнеу мерзімімен, мәдени шараларымен үйлестіруі қажет.

Туристік кешендердегі басқа қызметтер сапасының көрсеткіштері осы кешендегі аталған қызметтің орнын анықтап нақты түрде бағалануы керек. Туристік кешендегі (қонақ үй, мейрамхана, дүкен және т. б.) көрсетілетін қызметтің сапасы көбінесе материалдық-техникалық базасының күйіне байла-

нысты. Бірақ, тәжірибенің көрсетуі бойынша, бірдей материалдық-техникалық базада, ынталы және тәжірибелі қолбасшының арқасында еңбекшіл ұжым туристерге өте жоғары сапада қызмет көрсете алады.

Жоғарыда аталған көрсеткіштер баллдар санымен сипатталуы мүмкін. Сауалнамалар тәжірибесіне сүйенсек, тамақтандыру аясында дамыған капиталистік елдерден келген туристерге қызмет көрсету сапасын бағалағанда қызметкерлердің сауда залындағы жұмысы ең маңызды болып табылады екен, яғни 3-8-ші көрсеткіштер (13-кесте).

13-кесте

### **Тамақтандыру аясындағы қызмет көрсету сапасының сипаттамасы [43]**

№	Белгілі бір туристік кешеннің үш мейрамханаларындағы қызмет көрсету сапасын бағалайтын көрсеткіштер	Мейрамханалар		
		А	Ә	Б
1	Тағамдар мен десерттердің көркемді безендірілуі, температурасы, дәмділігі	4	3	4
2	Мейрамханаларда жұмыс күні бойы болатын аспаздық өнімдер, сусындар мен басқа тауарлардың ассортименти	5	3	4
3	Клиенттерді қарсы алу мен шығарып салу, ас мәзірін таңдаған кездегі кеңес беру	5	4	4
4	Тапсырысты орындау жылдамдығы	4	4	4
5	Тамақ ішкен кезде клиентке қызмет көрсету	4	3	3
6	Зал және қосалқы жайларда тазалық пен жайлылықты сақтап тұру	5	4	4
7	Қызметкерлердің жеке гигиенасының деңгейі	5	4	3
8	Тағамдардың дәл салмағы мен төлеген кездегі бағаның орындалуы	4	4	4
	<b>БАРЛЫҒЫ</b>	<b>36</b>	<b>29</b>	<b>30</b>

13-ші кестеде шартты түрде А, Ә, Б деп белгіленген үш мейрамханалардағы қызмет көрсету сапасының көрсеткіштері

негізінде қоғамдық тамақтандыру кәсіпорындары классификациясының мысалы келтірілген. Осындай жіктеу жасағанда кешен басшылары барлық сегіз көрсеткіштердің максимумы 5 балл болады деген шарт қойған. Осындай әдіспен туристік іс-әрекеттің басқа да түрлері (қонақ үй шаруашылығы, көлік, бөлшектеп сату және т. б.) жіктелуі мүмкін.

Бөлек көрсеткіштер мен іс-әрекет түрлері бойынша баллдар санын анықтау үшін мынадай дерек көздері болады: әртүрлі бақылау органдары мен комиссияларының материалдары, экскурсия жүргізушілерінің баяндамалары, жүйелі түрде өткізілетін сауалнамалар.

Бөлек көрсеткіштер мен іс-әрекет түрлері бойынша баллдар санын дирекция немесе қызмет түрі басшыларының тұсында ұйымдастырылған қызмет көрсету сапасын бақылау комиссиясы анықтау қажет.

Ұлттық туристік ұйым бөлек туристік кешендерге осындай әдіс қолданып баға беруі мүмкін. Ол үшін туристік қызметтің әрбір түрі үшін осындай іс-әрекетке берілетін максималдық балл санын анықтап, тағайындау қажет.

### *Қайталау сұрақтары*

- 1. Қызмет көрсету сапасы қазіргі туризмнің неге ең өзекті және маңызды мәселелері болып тұр?*
- 2. Туристік қызмет көрсетудің экономикалық категория ретіндегі анықтамасын беріңіз.*
- 3. Туристік қызмет көрсету сапасының критерийлері мен көрсеткіштерін атап шығыңыз.*
- 4. Орналастыру құралдарындағы туристік қызмет көрсету сапасының критерийлері мен көрсеткіштерін атап шығыңыз.*
- 5. Қоғамдық тамақтандыру кәсіпорындарының туристік қызмет көрсету сапасының критерийлері мен көрсеткіштерін атап шығыңыз.*
- 6. Бөлшектеп сату кәсіпорындарының туристік қызмет көрсету сапасының критерийлері мен көрсеткіштерін атап шығыңыз.*
- 7. Көлікте туристік қызмет көрсету сапасының критерийлері мен көрсеткіштерін атап шығыңыз.*

*8. Экскурсиялық туристік қызмет көрсету сапасының критерийлері мен көрсеткіштерін атап шығыңыз.*

*9. Туристік қызмет көрсету сапасына баллдық баға беру жүйесі жөнінде айтып беріңіз.*

## **§ 6 Туризм менеджменті**

Барлық қызмет жүйелері екі шағын жүйеге бөлінеді. Оның біреуі ресурстарды өңдеп, тауарға және қызмет көрсетуге айналдыратын шағын жүйе болса, екіншісі – басқару жүйесі, оның міндеті – бірінші шағын жүйенің іс-әрекеттерін бақылау және оған жетекшілік ету. Әдебиеттерде екінші жүйені басқару жүйесі немесе менеджмент жүйесі деп атайды. «Менеджмент» деген сөз (ағылшын сөзінен – management) «басқару» деген мағына береді. «Менеджер» дегеніміз – менеджмент саласында көпжылдық дайындығы бар, білім деңгейін әрдайым жетілдіріп тұратын мамандандырылған басқарушы.

Қазір нәтижелі менеджмент индустриясы дамыған мемлекеттердің негізі, ал дамушы елдерде ең қажетті ресурс болып отыр: қазіргі қоғам басқару жүйесі мен менеджерсіз өмір сүре алмайды. Жеке кәсіпорынның (фирманың) экономикалық жағдайын және жалпы экономика күйін 3 негізгі фактор анықтайды: техника мен технология деңгейі; еңбек күшінің сапасы; өндірісті ұйымдастыру және басқару (менеджмент). Ең соңғы фактор, яғни менеджмент алдыңғы екі факторларға әсер етеді, сондықтан оны жүйе құрушы фактор деп есептейміз. Қазіргі менеджмент өз даму логикасына ие болатын экономикалық қатынастардың ерекше бір аясы болып табылады.

Қазіргі басқару жүйесі күрделі емес және икемді болуы керек. Бір жағынан оның әсері тиімді болуы қажет, екіншіден – бәсекелеске қабілеттілігін қамтамасыз етуі керек, және де соңғысы біріншісіне біршама тәуелді болады. Бұл жүйенің сипаттамалары мынадай: саны аз да болса, жоғары білікті мамандардан тұратын шағын бөлімшелер; басқару деңгейлерінің саны аз; мамандар топтарынан тұратын құрылым; өнім түрі мен сапасы, жұмыс графигі мен рәсімдері тұтынушының қамын ойлап ұйымдастырылған болулары қажет.



Туризмді басқару еңбегі халық шаруашылығының басқа салаларындағы жұмыстан ерекше. Туризм менеджментінің міндеті тек оның даму тенденциялары мен заңдылықтарын анықтау ғана емес, менеджмент мақсаты, сонымен бірге – оның ерекшеліктерін іздеп анықтау болып табылады. Туризмнің ерекшелігі қандай екенін анықтау маңызды. Туризмнің ерекшелігі туристік кәсіпорындар, ұйымдар мен мекемелердің халыққа көрсететін қызметтердің ерекшеліктерінен туындайды. Туристік қызметтердің ерекшеліктері туристік кәсіпорындар мен ұйымдар менеджментіне де әсер етеді. Сондықтан туристік ұйымдар мәселелерін дұрыс шешу үшін басқару сайманының даму тенденциялары мен бағытын анықтау қажет.

Әрбір туристік фирма тек өзіне тән қасиеттерімен ерекшеленетін болғандықтан, туризм мамандары басқарудың мінсіз, бәріне ортақ болатын басқару моделі жоқ деп есептейді. Фирма өз моделін іздестіруі керек. Фирма мен оның айналасындағы орта үнемі өзгеріп тұрғандықтан, осындай моделді іздестіру процесі тоқтамайды. Мысалға, американ компанияларының көпшілігі жылына кем болғанда бір рет біршама ұйымдастырушылық өзгерістерді ендіреді, ал үлкен қайта ұйымдастырушылық өзгерістерді әрбір 4-5 жыл сайын енгізеді.

Туризм сферасындағы менеджмент туристік мекемелердің іс-әрекетін және ұйымдастыру ерекшеліктерін ескереді.

Туризмнің бірнеше өзіне тән ерекшеліктері бар.

**Біріншіден,** туризмнің тереңге енуі (кұбылыс ретінде – адам қайда тұрса, туризм де сонда болады) және оның элементтерінің өзара байланысының күрделілігі. Туристік мекемелердің көбісі шағын мекемелер болып табылады. Ірі мекемелер халқы көп жерлерде ғана құрылады; олар туризм индустриясына сәйкес, бірақ бір-бірінен ерекшеленеді. Туристік индустрияда көптеген өндіріс, мекеме және ұйымдар бар, олар қалай болғанда да бір аймақтық басқару жүйесінде жұмыс істеуі керек, оларға қойылған міндеттер – туристік қызмет көрсету нарығында ұзақ уақыт жұмыс істей білу және бәсекелестікке қабілетті болуы керек. Туристік ұйым аймақтың туристік ұсынысында ұйқастыру рөлін ойнайды және де бүкіл аймақтың туристік қызметіне жауапты болады. Ал осындай қос жауапкершілікті ақтау үшін туристік ұйым бүкіл туристік аймақты бақылап,

талдау жасап тұру қажет. Осындай жағдайда менеджменттің көмегімен барлық аймақтың, сондай-ақ жеке туристік ұйымдардың даму стратегиясы қалыптасуы қажет.

Басқарудың объектісі ретінде туризмнің **екінші** ерекшелігіне өлшеуі қиын және толығымен айқындалмаған мақсаттарды жатқызуға болады. Жеке меншікті туристік мекемелер (турфирма, қонақ үйі, тамақтандыру орны) табыс алуға бағытталған. Олардың менеджментінде нақты өлшемі бар мақсат болуы шарт, яғни құндылығын ұлғайту, ақшаны үнемі айналымға жіберу, табыс табу және басқа мақсаттар. Рентабелді болмаса, туристік ұйым табыс іздей алмайды. Ал енді ұйым табыс тауып отырса да, бұл қаражат бүкіл аймақтың қаражаты болғандықтан оны пайдалана алмайды. Туристік ұйым – бұл басқару ұйымы, ол табыс алуға бағытталмаған. Туристік ұйымның өлшеуге көнетін мақсаттары болмағандықтан, оның өнімділігі мен сәттілігіне нақтылы баға беруге мүмкіндік жоқ.

Туризм менеджментінің **үшінші** ерекшелігі – оның аймаққа тигізетін әсерінің шектеулілігі. Жеке меншікті туристік мекеменің басқару мамандары жарғыда көрсетілген уәкілділік бойынша өздерінің шаруашылық іс-әрекеттеріне байланысты барлық жұмыстарға тиісті шешім қабылдай береді. Туристік ұйымның менеджментінің ондай уәкілділігі жоқ. Туристік ұйым мемлекет қаржысын пайдаланып, мемлекеттік шаруашылықпен айналысады, сондықтан оларға мемлекет саясатының ықпалы басым. Нәтижесінде ұйым еркіндігі шектелген. Менеджмент өз аймағындағы саяси күштерге көңіл аударуға мәжбүр, себебі оның мамандарына төленетін еңбек ақысы үкімет бюджетінен алынады. Дербес қызмет көрсетушілер тәуелсіз кәсіпорындар болғандықтан аймақ деңгейінде туризм менеджментінің әсері шамалы.

Туризмнің **төртінші** ерекшелігі – мүдделі клиенттердің тигізетін әсері. Туристік мекеме және ұйым көптеген мүдделі адамдар мен клиенттермен жұмыс істейді, олардың қызығу себептері де әр түрлі және олар қатты әсер етуі мүмкін. Сонымен қатар, мүдделі топтар ішінде де мүдделері бірдей емес. Туристік ұйымдар мен туристік кәсіпорындар кредиторлармен, саяси құрылымдармен, қала басшыларымен, туристермен, өндірушілермен бірігіп жұмыс істеп тұрады.

Олардың барлығы біркелкі жұмыс істей алмайды, себебі қонақ үйдің иесі мен туристердің немесе жергілікті халықтың арасында қайшылық болып қалуы мүмкін. Ал туристік ұйым олардың арасындағы қарым-қатынасты тез арада теңестіре алады. Себебі туристік ұйым нормативті құжаттарды қолданады, сондықтан нормативті менеджментке көп назар аударылады.

Басқару объектісі ретінде туризмнің ең маңызды **бесінші** ерекшелігі – туристік өнімнің спецификасы. Туристік өнім қызмет түрінде көрсетілген болғандықтан, клиенттің (туристің) болуы – оның негізгі шарты, себебі туристік өнімді (қызмет көрсетуді) қоймада сақтау немесе көлікпен, поштамен басқа бір жерге жіберу мүмкін емес. Туристік өнімді іске асыру кезінде тұлғалық аспект күшейетін болғандықтан, туристік қызмет көрсету процесі тауар өндіру процесіне карағанда нақты автоматтандырылмайды. Себебі тауар өндіру процесінде машиналарды қолданамыз, ал туристік қызмет көрсету процесіне адамдар қатысады. Клиент жүріс-тұрысы объективті де, субъективті де факторлар мен жағдайларға тәуелді, сондықтан клиенттің қылықтарын болжау өте қиын. Сол себептен де туризм менеджментінде қызметшілерді басқару процесіне, тулғааралық қатынастарға көп көңіл бөлінеді.

Туризмнің **алтыншы** ерекшелігіне туристік өнімнің сыртқы әсерін (эффeктісін), яғни саяхат кезінде туристердің басқа саяхатшылар және жергілікті тұрғындар арасындағы қарым-қатынастарын жатқызуға болады. Туристің олармен қатынас жасау әдісі мен түрткілері оның жұмыс істеу, өмір сүру әдеттеріне, бос уақытын ұйымдыстыру мүмкіншіліктеріне тәуелді. Зерттеушілердің айтуынша, келген қонақтың (туристің) жүріс-тұрысы қабылдаушылардың және басқа туристердің оған деген көзқарасына үлкен әсерін тигізеді. Егер келген туристің тәртібі нашар болса, оның жергілікті жұрт арасындағы абыройы жоғалып, демалысы да бұзылады. Туризм адам өмірінің әр түрлі аясына– экономикаға, экологияға, саясатқа әсерін тигізеді, олар өз кезегімен туризмге де әсер етеді. Туристік аймақ келген туристерден табыс түсіріп, жергілікті экономиканы көтереді. Егер түскен табыстан ландшафты сақтауға, қорғауға ақша бөлінсе, туризм аймақтың экологиясы үшін өте пайдалы. Бірақ

кейбір кезде туризм жергілікті тұрғындардың қарсылығын туғызуы мүмкін, онда осындай аймақта туризмді дамыту қиын болады. Бұндай жағдайда туризмді жоспарлау және қалыптастыру үшін мүдделі адамдарды тарту керек. Мұндай процеске географтар, экономистер мен экологтар және т.б. қатысқаны жөн.

Туризмнің **жетінші** ерекшелігі – бұл туристік сұраныстың спецификасы. Туристік сұраныс үш себептен біркелкі емес. Бірінші себебі – туристік өнімді не сезінуге, не сақтауға мүмкін еместігі. Келісімшарт жасаған кезде көрсетілетін туристік қызметті не көре алмайсың, не дәмін тата алмайсың. Сондықтан туристік фирма менеджерінің жұмысы – өз қызметін сатып алуға тұтынушыны сендіру: туристік өнім сапасы бірдей емес және өндірушіге, ұсыныс орны мен уақытына байланысты болады. Екінші себебі – туристік қызмет тұтынушыларының әртүрлілігі. Әртүрлі категориядағы туристер сапар мақсатымен, туристік қызметке қоятын талабымен, төлем бағасымен бір-бірінен айырмашылықта болады. Туристердің әрбір түріне сәйкес туристік нарықтың түрі керек, сондықтан туристік қызметтің өндірушілері демалушылардың белгілі бір, яғни табысты мол әкелетін түрлеріне бейімделуі жөн. Үшінші себебі – қоғамдық факторлар мәнінің жоғарылығы – елдегі экономикалық жағдай, экология, әлеуметтік факторлар және басқалар.

Туризмнің **сегізінші** ерекшелігі – басқару объектісі ретінде туристік қызметтердің кешенді түрде көрсетілуі. Туристік қызмет дегеніміз – бұл саяхат кезінде және демалатын орындарда туристке ұсынылатын қызмет. Мұнда жеке туристік қызметтер бір-бірін толықтырып тұрады. Туризм менеджменті үшін ең маңыздысы – «толықтырушы» деген түсінік. Мысалы, турист демалысқа шыққанда, егер де баратын жерінде түнейтін орын мен тамақтанатын жері болмаса, онда ол саяхатқа шықпайды да. Шаңғышы баратын қонақ үйдің қасында шаңғы тебуге мүмкіндік болмаса, турист қонақ үйдегі орынға тапсырыс бермейді. Бұл туризм сферасындағы жеке қызметтердің өзара тығыз байланыстылығын көрсетеді. Қосымша қызметтер оларды ұсынатын әртүрлі фирмалармен орындалады, сондықтан бұл кәсіпорындар бір-бірімен тығыз байланыста. Осындай мәселе-

лер тек кооперация жағдайында шешілуі мүмкі. Кооперация горизонталдық және вертикалдық деңгейлерде іске асырылады. Горизонталдық кооперация дегеніміз мүдделері ұқсас туристік кәсіпорындардың орналастыру, көлік, қызмет көрсету, сауықтыру аяларындағы бірігіп жұмыс істеуі. Кәсіпорындардың горизонталдық бірлесіктерінің мысалы – қонақ үйлер жүйелері (топтары). Соңғы кезде дамып келе жатқан кооперация түрі – франчайзинг жүйесі. Вертикалдық кооперация дегеніміз нарыққа ие болғысы және басқа мекемелерден тәуелділігін төмендеткісі келетін кәсіпорындар мен ұйымдардың бірлестігі. Әдетте бұл демалыс орындарын жабдықтайтын және туристерді орналастыратын ұлттық, аймақтық және жергілікті мемлекеттік туристік ұйымдары ретінде қалыптастырылған бірлестіктер. Сонымен қатар, бұлар қонақ үйлер торына ие болатын әуе көлігі компаниялары сияқты саяхат пен орналастыру кәсіпорындарының бірлестіктері.

Туризмнің **тоғызыншы** ерекшелігі – оның маусымдық сипаты немесе туристік қызмет мөлшерінің табиғи-климат жағдайына байланысты болуы. Туризм менеджменті мұндай құбылыстарды міндетті түрде ескеру қажет, өйткені туристік сұраныстың өзгеріп тұруы туризм индустриясының жұмыс жағдайын нашарлатып жіберуі мүмкін.

Жоғарыда айтылған туристік саланың басқару объектісі ретіндегі ерекшеліктері туристік бизнестің менеджерлері келесі мәселелерді жақсы түсінуі керек екенін көрсетеді: бұл сала басқа салаларға ұқсамайды, сондықтан басқару моделін басқа бір еңбек сферасынан туризм сферасына аудара салу мүмкін емес. Мысалға, тәжірибеде жиі қолданып, өнеркәсіп кәсіпорнын басқару моделі өзін ақтап жақсы көрсеткіштерге жеткізсе, дәл осындай моделді туристік салада қолдануы осы саланың тоқырауына әкеліп соғуы мүмкін. Сондықтан туристік мекемені басқару үшін қажетті ерекшеліктерін атап айту қажет:

1) туристік қызметті (шаруашылықты) жоспарлағанда ең алдымен туристердің қажеттіліктері мен тілектерін ойластыру керек. Осыған орай кез келген туристік кәсіпорынның еңбек сферасы анықталады. Туристік кәсіпорынның орналасуы (тұтынушыға жақын орналасуды қалайды) бір жағынан туристік өнім тұтынушыларының орналасуына байланысты, екіншіден,

туристік салада мұның негізі болып табылатын туристік-рекреациялық ресурстардың орналасуына тәуелді;

2) туристік қызмет алғашқы қажеттіліктер қатарына жатпайды. Туристік өнім тіршілік үшін ең қажетті зат емес және жақын арада ондай болуы да мүмкін емес. Мұны былайша түсінуге болады: қазіргі әлемде сауықтыру құралы ретінде туризмнің маңызы зор болғанымен, ол экономика, экология, саясат жағдайына тәуелді. Халықтың сатып алу қабілетінің өзгерістері басқа төлемді қызметтерге қарағанда, туристік қызметке одан үлкен әсер тигізеді;

3) туристік салада маркетингтің маңызы едәуір жоғары. Оның себебі, туристік қызметті сатушы өз тауарының үлгісін туриске көрсете алмайды, сондықтан да ол өзінің тауары (қызметі) туралы дәлел табу керек. Ол үшін жақсы ұйымдастырылған маркетинг жүйесі болуы қажет. Қызмет көрсету сапасының бірқалыпты болмауы, оны бағалауындағы субъективизм оны үнемі бақылауды қажет етеді;

4) туристік қызмет қайталанбайтын сипаттарға ие, яғни басқаларға ұқсамайды. Тіптен бір маршрутпен өтетін фирманың екі бірдей туры бір-біріне ұқсамайды (мысалы сапар маршруты, көрсетілетін қызметі, көлік құралдары, барған еліндегі оқиғалар және т. б. әртүрлі болуы мүмкін).

Туристік фирманың құрылу ережелерін оның алдына қойылған мақсаттары мен стратегиясы анықтайды. Туристік мекемелердің мақсаттары экономикалық, фирмалық және әлеуметтік кластарға бөлінеді.

Экономикалық мақсаттарға болашақтағы табыстың өсуі, клиенттердің жаңа сегменттерінің пайда болуы, тауарды сату ісін жетілдіру, туристік өнім мен оны тарату жүйесін оңтайлы қылу, кейбір қызметтердің ескіріп кетуіне жол бермеу, бәсекелестіктегі позициясын нығайту және т. б. кіреді. Фирмалық мақсаттарға фирманың (аймақтың, елдің) атағын шығару, имиджін көтеру кіреді. Әлеуметтік мақсаттар табысы төмен адамдар үшін туристік өнімдер өндірісін дамытуды міндет етеді.

Ұйымның мақсатқа жетуі үш басты факторларға: таңдалған стратегиясына, ұйымдастыру құрылымына және осы құрылымның функциясын орындау әдістеріне байланысты.

Стратегия дегеніміз мақсатқа жету әдістері, мақсатқа ең жақсы нәтижемен жету үшін ресурстарды пайдалану әдістерінің тұжырымдамасын анықтау қажет. Мақсатқа жету үшін бірқатар стратегиялық, әкімшілік, оперативтік мәселелерді шешу керек. Біріншілеріне өндірілуі қажет болатын тауарды таңдап алу және осы өнімді сату үшін нарықтар мен тұтынушыларды таңдау кіреді. Екіншілеріне – фирманы ұйымдастыру, басшылар арасында өкілділік пен жауапкершілікті тағайындап тарату, жұмыс көлемі мен кезегін анықтау, ақпарат бағыты мен есеп беру ретін анықтау жатады. Оперативті міндеттерге өндірістік операциялардың ағымдағы жоспарлануы, бағаларды қалыптастыру, жарнама жобалары мен зерттеу жұмыстарын іске асыру жатады.

Туристік ұйымның ең басты элементі оның құрылымы болып табылады, құрылымы – ол ұйым элементтері арасындағы тұрақты байланыстар, ұйымның қаңқасы деп те айтса болады. Менеджмент теориясы мен тәжірибесі ұйымдастыру құрылымының бірнеше түрлерін ұсынады. Олардың барлығының артықшылықтары мен кемшіліктері бар. Соңғы кезеңде инновациялық, яғни жаңа нәрселерге бағытталған құрылымдар ең перспективалы болып көрінеді. Бұл ұйымдастыру сұлбаларының ең жаңа формасы. Оның ерекшелігі – екі топты: ағымдағы өндіріс және іздестіру топтарын атап бөлуінде. Іздестіру тобына жаңа қызмет пен технологияларды әзірлеу міндеті артылады, жобаның коммерциялық іске асырылу мүмкіндігі анықталғанша бұл топ жоба үшін жауап береді. Жаңа өнім тәжірибелік өндірісте сынаудан өтіп оның тиімді (рентабелді) екені анықталған соң жоба ағымдағы өндіріс тобына өткізіледі. Осындай схема бойынша алдыңғы қатардағы туристік фирмалар жұмысын атқарады.

Инновациялық технологиялардың қазіргі менеджменттегі болашағы зор. Басқарудың осындай түрі қызметкерлердің шығармашылық және ұйымдастырушылық белсенділігін көтереді, еңбектің жоғары өнімділігі мен сапасын қамтамасыз етеді, адам ресурстарын тиімді пайдалануға мүмкіндік береді.

## Қайталау сұрақтары

1. «Менеджмент» және «менеджер» ұғымдарының анықтамаларын беріңіз.
2. Туризм менеджментінің халық шаруашылығының басқа салаларының менеджментінен қандай басты ерекшеліктерін білесіз?
3. Туризм менеджментінің тоғыз ерекшеліктеріне сипаттама беріңіз (тереңге енуі, өлшеуі қиын және түсініксіз мақсаттар, аймаққа тигізетін әсерінің шектеулілігі, мүдделі клиенттердің тигізетін әсері, туристік өнімнің спецификасы, туристік өнімнің сыртқы әсері (эффектісі), туристік сұраныстың спецификасы, қызметтердің кешенді түрде көрсетілуі, маусымдық сипаты);
4. Кез келген туристік кәсіпорынды басқарудың төрт қағидасын атап, оған сипаттама беріңіз.
5. Туристік фирманың мақсаттары мен стратегиясы жөнінде аңгімелеп беріңіз.

## § 7 Туризм маркетингі

Ең алдымен маркетинг ұғымының мәнін анықтау керек. Маркетинг тұжырымдамасы нарықтың толуына және клиент үшін бәсекелестікке байланысты нарық қатынастар кезеңінде пайда болған. Маркетинг тұжырымдамасы 50-ші жылдары тұтынушы мен табысқа бағытталған бизнес философиясы ретінде түсіндірілген. Қысқаша айтқанда маркетинг – ұйым мақсаттары мен ресурстарының сыртқы ортаның мүмкіншіліктері мен қажеттіліктеріне шоғырлану процесі.

Соңғы 40 жылдың ішінде маркетинг түсінігі үлкен өзгерістерге ұшырады. Алғашқы кезде ол өнім мен оны өндіретін кәсіпорнына бағытталған болатын, өз күшін одан әрі жетікті өнім шығаруға жұмсаған. Мақсаты – кіріс, ал мақсатқа жету құралы – тауарды сату болды. Өнімнен тұтынушыларға бағытталған маркетингтің жаңа түсінігі 1960 жылдары Батыс елдерінде пайда болған; мақсаты – баяғыдай кіріс, ал оған жету жолдары кеңейіп, өнім, баға, тауарларды нарыққа жылжытуды



камтыды. 1980 жылдарда Батыс елдерінде стратегиялық маркетинг түсінігі пайда болды, содан кейін эволюциялық маркетинг ұғымы жалғасты. Маркетингтің стратегиялық тұжырымдамасы дегеніміз көзқарасты тауардан немесе тұтынушыдан сыртқы ортаға аудару, яғни жетістікке жету үшін тұтынушыны белгілі бір ортада зерттеу, оған әсер ететін макроортаның факторларына (экономикалық, экологиялық, саяси, әлеуметтік және т. б.) талдау жасау.

Маркетинг технологиясын, қағидаларын, концепцияларын туризмде 1971 жылы алғашқы қолданған танымал швейцар зерттеушісі Х. Криппендорф болды. Бұл ғалымның туристік маркетингке берген түсінігі мынадай: «Туристік маркетинг дегеніміз туризм аясындағы жеке меншік және мемлекеттік саясат, туристік мекеме қызметінің жүйелі өзгерістері мен координациясы. Бұндай өзгерістердің мақсаты – табыс түсіру мүмкіндіктерін ескере отырып, белгілі бір топ тұтынушылардың қажеттіліктерін қанағаттандыру».

Сонымен, маркетинг – бұл кәсіпорынның нарықтағы әрекеттерінің тұжырымдамасы, стратегиясы және тактикасы. Маркетингтің мақсаты – нарықтың қажеттіліктері мен талаптарын зерттеп, қоғамның және қоршаған ортаның талаптарына сай нарықта өз әрекеттерінің стратегиясын орнату.

Туристік маркетингтің ерекшелігі туристік өнімнің, туристік қызметтердің өндірушілері мен тұтынушыларының ерекшеліктерімен анықталады.

Туристік қызметтер сұранысы конъюнктураға, табысқа, білім деңгейіне, бағаға, жарнамаға және т. б. байланысты өзгеріп тұрады. Туристік өнім сапасын бағалау өте субъективті болады: бағалауға сыртқы факторлар немесе сатып алынған қызметтеріне қатынасы жоқ тұлғалар (мысалы, туристік топ мүшелері, басқа демалушылар, жергілікті тұрғындар, келген мемлекеттегі жағдай және т. б.) әсер етеді. Туристік маркетинг тек қана тұтынушыларды ғана қарастырмай, өтпелі инстанцияларды – турагенттіктерді, туризмді басқаратын мемлекеттік органдарды, қоғамдық туристік ұйымдарды камтиды.

Туристік қызметтерді өндірушілердің ерекшеліктері мынадай: туристік өнімді өндірушілер – саны көп әртүрлі мақ-

саттарды орындайтын дербес және мамандандырылуы бойынша ерекшеленетін туристік кәсіпорындар (мысалы, туроператор, турагент, мейрамхана, қонақ үйі және т. б.). Мұнда маркетингтің бірнеше деңгейі болады: мемлекеттік органдар, қоғамдық ұйымдар, кәсіпорындар. Туристік кәсіпорындардың әрбір түрі үшін өзінің мамандандырылған маркетингі болуы қажет. Туризм күрделі жүйе, экономика, саясат, социология мен мәдениеттің симбиозы болғандықтан, маркетингтің оң нәтижесіне жету үшін осы аяда жұмыс істейтін ұйымдар мен кәсіпорындар маркетингінің үйлесімді ынтымақтастығы болуы қажет.

Жалпы айтқанда туристік маркетингі қоғамның туристік қызмет қажеттіліктерін коммерциялық мақсатта анықтау мен пайдалану деп айтуға болады. Маркетингтің сәтті болу алғышарты – шаруашылық ұйымын нарықтағы жағдайға орай басқару, маркетинг-функцияларын іске асыру құрылымының бар болуы және сату саясатына сәйкес әдістерді қолдану.

Туристік маркетинг-бағдарламасында келесі кезеңдер қарастырылады:

– бірінші кезең: нарыққа талдау жасау жұмыстарының негізінде туристік өнімнің өзіндік және бәсекелестік ұсыныстардың қысқа және ұзақ мерзімді аспектілері белгіленеді;

– екінші кезең: өзінің жеке жағдайына сәйкес және туристік нарыққа шығу мүмкіндігіне қарай кешенді сауда саясатының мақсаты белгіленеді;

– үшінші кезең: алға қойылған мақсатқа жету әрекеттері белгіленеді. Ол үшін:

а) ұсынылып отырған туристік өнімге бейнесі жасалынады, оның басқаларға қарағанда артықшылықтары дәлелденеді;

ә) нарықты сегменттерге бөлу жүргізіледі, яғни рекреациялық қажетін өтей алатын тұтынушы топтары (балалы жанұялар, спорттық туризммен айналысатындар, белгілі бір аурулармен ауыратындар және т. б.) жинақталады;

б) туристік ұсыныстар топтастырылады, яғни туристердің қажеттіліктерін қанағаттандыратын туристік тауарлар мен қызметтер кешені ұсынылады;

в) туристік өнімді таратудың оңтайлы түрлері таңдалады, яғни туристерге тікелей сату немесе турагенттер арқылы сату жолдарын іздестіреді;

– төртінші кезең: туристік өнімді өткізу құралдарын пайдалану – өнімді безендіру, оған баға құрастыру, өнімді сату жолдарын іздестіру, жарнама жасау, экскурсиялық қызмет көрсету және т. б.

Нарық зерттеулері арқылы ақпараттар жинақталады. Ақпаратты талдау нәтижесінде нарықтың жағдайы мен болашақтағы дамуы туралы қорытындылар жасалынады. Туристік өнім сапасы мен оны туристердің бағалауы толық түрде жүйелі талдау арқылы анықталады. Туристердің қанағаттандырылуымен бірге ұсыныс сипаттамасын жасау үшін туристік ағымның ұлттық құрамы, туристердің демалатын жерде болу уақыты, шығындар құрылымы және т. б. білу қажет. Осындай мәліметтерді алу үшін сауалнамалар жүргізіледі. Сауалнама мәліметтерін төсек орындарының жыл ішіндегі пайдалану күндерінің саны, бір төсек орнына келетін валюталық табыс, тамақтандыру кәсіпорындарындағы бір орынға келетін тауарлар айналымы, экскурсиялар мен басқа мәдени шаралардан түсетін табыс, бір туристен түсетін валюталық табыс секілді көрсеткіштер толықтырады. Талдау жасаған кезде конъюнктураның ауытқулары мен жылдар бойынша ұзақ мерзімді тенденциялар ескеріледі. Ең соңында келесі маусымда және болашақта ұсынысты жақсарту мақсатында мүмкіндіктердің шынайы бағалануы өткізіледі.

Бәсекелестік ұсыныстың анализі да осындай әдіспен жасалады. Салыстыру үшін ұқсас өнімді алу керек. Мысалға, болгар Қара теңіз аймағының ұсынысын Румынияның, Италияның, Солтүстік Африканың, Испанияның, Балеар аралдарының осыған ұқсас ұсыныстарымен салыстыруға болады. Шығыс, Батыс Африка, Қиыр Шығыс, Скандинавия елдерінің жағалауларымен салыстыру жарамайды. Салыстырған кезде «баға-сапа» қатынасы арқылы турист үшін ең ұнамды болатын жерді анықтау керек. Келесі маусымдағы ұсыныс болжамы бәсекелес елдердегі инфляцияға, туристік қызмет бағаларының динамикасына, ұлттық валюталардың девальвациясы немесе ревальвациясына, туристік құрылыстарының қуатына, ішкі және сыртқы саяси жағдайға байланысты болады.

Сұраныс зерттеулері белгілі аумақтық нарықтар шеңберінде аяқталады. Сипаттама жасау үшін сандық және сапалық

көрсеткіштерді пайдаланады. Бастапқы база ретінде халық саны қолданылады. Көптеген факторлардың халықтың туристік қозғалыс көрсеткішіне тигізетін әсері саяхаттар қарқындылығы көрсеткішінде орын табады. Бұл көрсеткіш белгілі ел халқының қандай бөлігі (%) аталған жылда саяхат жасағанын көрсетеді.

Өз ұсынысының күйі мен туристік нарықтағы жағдайды анықтау келешектегі әрекеттерді жоспарлау негізі болып табылады. Осындай шешімдер бүкіл жұмысты ұйқастыру үшін мақсат ретінде анықталуы қажет. Маркетинг мақсаты – іс-әрекет түрлері бойынша өнімді сату көлемін басты мақсатқа жету үшін өсіру болып табылады. Мысалы, төсек орын пайдалану күндерінің санын көбейту, бір туристен түсетін орташа валюталық табыстың өсуі және т. б. Кешенді маркетингтік мақсаттар құндық көлемімен көрсетіледі және олардың орындалу мерзімдері тағайындалады.

Бөлек қойылған мақсаттар бір-біріне және басты мақсатқа қайшы келмеуі керек, сонымен қатар өндіріс және еңбек ресурстарымен қамтылуы міндетті.

Туризмдегі кешенді саясат мақсаттары өз ұсыныстарының мүмкіншіліктерін анықтау және халықаралық туристік нарықтағы жағдайды бағалау үшін маңызды бастапқы базасы болып табылады. Кез келген күтпеген жердегі өзгерістер жаңа жағдайға сәйкес мақсатты қайта қарастыруды, түзеулерді енгізуді қажет етеді. Осындай өзгерістер мысалы ретінде табиғи апаттарды келтіруге болады. Мұндай жағдайда жаңа құрылыстарды салу немесе бұзылған объектілерді жөндеу мақсатында жұмсалатын қаржы мен еңбек ресурстарының есебіне ойдағыдай өзгерістер енгізілетін болады.

Тағы бір маңызды кезең – көздеген мақсатқа жету үшін жұмыстар жобасын әзірлеу. Осындай шаралар жобасы нарық стратегиясы болып табылады. Осындай жоба ұзақ мерзімге (5-10 жыл) іс-әрекет бағыттарын жоспарлайды. Жоба туристік өнім жөніндегі көзқарасты қалыптастыру; туристік ұсынысты сұраптау шкаласын жасау; туристік сұраныстың таратылуы; туристік тауарлар мен қызмет-терді бірегей тұтыну өніміне біріктіріп қалыптастыру; өнімді сатудың (өткізудің) ең тиімді нұсқасын таңдап алу сияқты аспектілерді қарастырады. Туристік өнім елді қызықтыруы үшін ол жөнінде жақсы көзқарас

калыптасуы қажет. Оң көзқарасты қалыптастыру қиын, ол үшін ұзақ уақыт керек. Туристік өнімді өндірушілер сұраныс талаптарынан артта қалмауы керек. Туристік өнімді тұтынушы таңдауы үшін өнім ұсынысының оң және қайталанбайтын келбеті болуы қажет. Осындай әдемі өнім бейнесін жасау үшін, жарнама мен нарықта орнын сақтап қалу үшін қаржы жұмсау қажет.

Нарықтың бірнеше бөлік нарықтарға бөлінуінің мағынасы – қажеттіліктерін қолдағы ұсыныстар қанағаттандыра алатын тұтынушылар топтарын іздестіру. Әрбір адамның талғамы бойынша барлық мүмкін болатын туристік қызметтер ұсынысын жасау өте қиын. Және де барлық қызметтерді аздап ұсынуға тырысатын туроператорлар өз стилінен айрылып қалады. Қызмет көрсету жұмысын тұтынушылар топтары бойынша «мамандандыру» (балалы жанұялар, спортпен айналысатын туристер, зейнеткерлер және т. б. топтар) қызмет көрсету сапасын көтеруге мүмкіндік береді.

Мақсаттары бойынша топтарды таңдау туристік ұсыныс компоненттері мен мүмкіншіліктеріне байланысты. Осындай топтарды қалыптастыруында жіберілген қателер туристік нысандардың толтырылуын төмендетеді. Сонымен қатар, әртүрлі бір-біріне ұқсамайтын топтар бірге тұрған кезде дау-дамай туындауы мүмкін. Әрине, туристер көзқарастары мен мінез-құлқы жағынан өздеріне жақын адамдармен бірге болғысы келеді. Нарық дифференциациясының экономикалық мағынасы – қосымша қаражатты минималды түрде жұмсап максималды нәтижеге жету.

Нарық стратегиясын әзірлеудің кезекті кезеңі – ұсынысты құрастыру. Қажеттіліктері ұқсас мақсаттық топтар үшін оларға лайық тауарлар мен қызметтер таңдалып алынады. Егер қызметтер көлемі пакетке дұрыс жинақталса, турист таңдауы жеңілдейді және ол саяхат туралы ақпаратты алдын ала біліп тұрады.

Кешенді туристік ұсыныс құрамына, мысалға, мынадай қызметтер кіруі мүмкін: 1) қысқы демалыс жағдайында – курортқа жеткізетін көлік (ұшақ пен автобус), отельде орналас-тыру, тамақтандыру, экскурсиялық қызмет, аспалы жол абоне-менті, шаңғы тебуді үйрету; 2) емделу мақсатындағы демалыс

болса – негізгі туристік қызметтермен бірге (диагноз қою үшін ауру адамды қарап шығу, осыған орай тиесілі емделу процедураларына жіберу) күнделікті медициналық қызмет көрсету, дәрі-дәрмек беру, жалпы сауықтыру жаттығуларын жасау үшін тиесілі құрылыстарға кіру рұқсатын беру және т.с.с.; 3) теңіз курорттарындағы демалыс жағдайында – экскурсияларда, әртүрлі мәдени және т. б. шараларда қатысу, сыйлықтарды беру (сувенирлер, карточкалар, суреттер және т.с.с.); 4) спортпен айналысатын туристер үшін – спорт құрылыстарын пайдалану абонементі, таңдауы бойынша қызметтер. Кешенді қызмет көрсету туристерге өз уақытын жоспарлауға және нарықтағы бағалар деңгейін таңдауға мүмкіндік береді. Осының бәрі, әрине, туристік өнім сату көрсеткішінің өсуіне септігін тигізеді.

Нарық стратегиясы туристік өнімді өткізудің ең тиімді формасын табуы қажет етеді. Тауарды өткізу формасы деп тұтынушы мен өнім арасындағы байланыс орнату жолын айтамыз. Тұтынушыға тікелей сату нұсқасы таңдалса, шаруашылық кәсіпорны (қонақ үй, курорт, аудан) өткізуді ұйымдастыру функциясын орындайтын болады. Мұндай өткізу формасы дәстүрлі нарықтар болғанда және үнемі келіп жүретін тұтынушылар болса тиімді болады.

Қазіргі халықаралық туризм сферасындағы жаңа материалдық-техникалық базасының дамуы, ұсыныстың көлемі мен құрамының ұлғаюы жағдайында турист үшін өз демалысын өткізу түрін таңдап алу қиынға түседі. Сондықтан шаруашылық бірліктер өнімді өткізуде жанама түрде қатысады. Мұнда туроператорлар мен олардың жүйесі – саяхаттар бюролары, қабылдау пункттері өз делдалдық қызметіне кіріседі. Туроператор оның қарамағындағы орналастыру құралдарына орай белгілі топтарға жататын туристерге туристік өнім сатуға құқылы. Ол үшін алдын ала келісілген көлемде оған комиссиялық төлемақы төленеді. Халықаралық тәжірибеде делдал төсекорындарының толығымен толтырылуына кепіл бола алмайды. Орналастыру орындарының толтырылмау тәуекелі мен шығыны туристік кәсіпорындардың мойнына асылады.

Кейде өнім өткізудің құрамалы формасын қолданады: базаның бір бөлігі жанама түрде, делдалдар арқылы ұсынылады, ал қалғаны – үнемі клиенттерге өткізіледі. Сөйтіп, бір жағынан

каталогтарда аты шығуы жарнама рөлін ойнайды, ал екіншіден комиссиялық төлемақыға жұмсалатын ақша үнемделеді.

Маркетинг-бағдарламаның жоспарлануы сатудың нарықтық тетіктерін таңдаумен аяқталады.

Туристік өнімді қалыптастыру мақсаты – қазіргі халықаралық туристік нарық талаптарына сәйкес және мақсаттық топтарға қызмет көрсетудің мамандандырылуына орай туристік тауарлар мен қызметтердің жиынтығын жаңарту, толықтыру және іріктеу. Ең тар мамандырылған шаруашылық бірлігі – туристік кешен. Туристік өнімді өткізу делдалдардың тізбегі мынадай: 2-3 нарық позициясы бойынша қызметтерді ұсынатын туристік кешен; барлық мамандандырылған кешендерді ұсынатын туристік бюролар мен агенттіктер; жергілікті курорттармен бірге басқа да курорттарды ұсынатын шетелдік туроператорлар; бірнеше туроператорлардың бағдарламаларын ұсынатын саяхатшылар бюролары (делдалдар). Сөйтіп, мамандандырылу құбылысы тереңдеуде, сондықтан туристің өз қалауына сәйкес демалыс формасы мен орнын таңдап алуға мүмкіндігі бар.

Маусымдық еңбекпен қамтылуға, шығындар деңгейіне, халықаралық бағаларға, бәсекелес елдер мен фирмалардың әрекеттеріне, туристердің қалауына негізделіп, бағалар саясаты ұсынылған туристік қызмет сапасының бағасын; категориялары, маусымдар т.с.с. бойынша өнім өткізу бағаларын орнатады. Сөйтіп бағалардың жіктелген жүйесі орнатылады. Туристік қонақ үйлер, курорттар, аудандар бағаларды елдер, туроператорлар, ұйымдастырылмаған туристер, мақсаттық топтар бойынша бөліп жіктейді. Жіктеудің әдетті әдісі – негізгі бағаға жеңілдіктер жасау. Туроператорлар сату деңгейі белгілі көлеміне жеткен жағдайда жалпы айналымнан алынған пайызды төмендетуі мүмкін. Алайда туроператорлардың көпшілігі сатудың кешенді бағаларын жариялағанда басқа техниканы пайдаланады. Олар жарнамалық проспектілерінде 7 күннің негізгі бағасын орнатады да, оған келесі 7 күн, көлік қызметі, жеке нөмір пайдалану сияқты қызметтер үшін қосымша төлемдерді қосады.

Өнім өткізу арналары таңдап алынған өткізу формасына (тікелей немесе жанама) сәйкес болады. Тікелей арна формасында клиентпен телефон, корреспонденция арқылы тікелей

байланыс жасалады. Осындай техниканы қонақ үйлер қолданады, ол үшін клиенттер картотекасы жүргізіледі, клиенттерге бағалардың өзгерісі, жаңа қызметтер, жеңілдіктер және т.с.с. ақпарат жеткізіліп тұрады. Жанама формасында өткізу арналары бір, бірнеше немесе барлық мүмкін болатын делдалдарды – тапсырыс қабылдайтын бюролар, спорттық, кәсіподақ, студенттік одақтарының торы бар мамандандырылған немесе әмбебап туроператорларды қамтитын әртүрлі делдалдық түрлеріне қосылады. Арналар жүйесін таңдаған кезде сұранысты ынталандыру үдерісі ең маңызды болады.

Сату процесін ынталандырудың бірнеше формалары бар. Туристік шаруашылық бірлігі өз бөлімшелеріне тауарды өткізуге немесе делдалдық еткенде көмек көрсету шараларын жасайды. Туризмде нарықтың бұл сайманының рөлі өте жоғары, себебі туристік өнім тауар үлгісі сияқты клиентке алдын ала көрсетіле алмайды. Сатушылар әртүрлі кездесулерде, семинарларда, кештерде, арнайы экскурсияларда сату техникасы мен психологиясы жөніндегі білім алады. Оларға техникалық көмек: ақпарат папкалары, проспектілер, карталар, анықтамалар, плакаттар, видеокассеталар және басқа ақпараттық материалдар беріледі.

Жарнама туристік шаруашылық бірліктері мен туристік өнім жөніндегі ақпаратты жеткізеді, тұтыруды сатуы осы мезетте қиын болып тұрған қызметтерге қарай итермелейді. Жарнама үлкен қаражат жұмсауын қажет етеді, сондықтан туристік тауарлар мен өнім жарнамасының нақты жоспары жасалу керек, оның мақсаты – тұтынушылардың мақсаттық топтарына әсер ету. Тек қана оң қасиеттері мен артықшыларды әдемілеп көрсетіп, кейбір кемшіліктерді бүркеп айтпай қалу қате болып есептеледі. Келешектегі демалушылар кемшіліктері мен артықшылықтары болатын шынайы жағдайға дайын болуы қажет.

Паблик-рилейшнз – қоғаммен байланыс жасау сайманы, оның мақсаты туристік ұйымға деген жылы лебіз туғызу. Мұндай іс-әрекет бұқаралық ақпарат құралдары – радио, газет, журнал, теледидар арқылы жүргізіледі. Паблик-рилейшнз әдістерінің бірі – журналистерді туристік аудандарға ақпараттық сапар жасауға шақыру. Сонымен қатар, өзіндік шаралар да:



ақпараттық бюллетендерді шығару, мәдени, спорттық шараларды қаржыландыру және т. б. қолданылады.

Туризмдегі өнімді өткізу саймандарының бірі экскурсиялық қызмет көрсету болады. Туристер қызметкерлермен демалыс орнында қатынас жасап тұрады, бірақ туристік кешен тұтас бірлік ретінде олар үшін беймәлім болып қала береді. Туристік кешенге келген сәтте туристермен ақпараттық кездесу өткізетін экскурсия жүргізушісі басшылардың өкілі болып табылады. Ақпарат жеткізуші және бос уақытын ұйымдастыру бойынша кеңес беруші ретінде экскурсия жүргізушілер туристік тауарлар мен қызметтер сұранысын ынталандыру жұмысын орындайды. Олар клиенттердің шағымдарын естіп қызметтегі кемшіліктерді жоюға тырысады. Экскурсия жүргізушілерінің тағы бір жұмысы – туристерге көңіл көтеру, ойын-сауық, экскурсиялар мен басқа мәдени шараларда қатысу мүмкіндігі туралы ақпарат жеткізу болады. Сөйтіп, экскурсиялық қызмет көрсету туристерге қызмет көрсетуді жетілдіру сайманы болып табылады және өнімді сатуға септігін тигізеді.

Жақсы жасалған маркетинг-бағдарлама келешектегі жетістіктердің кепілі бола алмайды. Ол үшін осындай маркетинг-бағдарлама орындалуы қажет.

### *Қайталау сұрақтары*

- 1. «Маркетинг» ұғымының анықтамасын беріңіз. Оның эволюциясы жөнінде әңгімелеп беріңіз.*
- 2. Кім және қашан тұңғыш рет туризм маркетингінің технологиясын енгізді, яғни туристік маркетингті ойлап шығарды? Осы ұғымның анықтамасын беріңіз.*
- 3. Туристік маркетинг ерекшеліктерін атап шығыңыз.*
- 4. Маркетинг жоспары деген не?*
- 5. Маркетинг-бағдарлама көздейтін маркетинг зерттеулерінің төрт кезеңіне сипаттама беріңіз.*
- 6. Туризмдегі кешенді саясат мақсаттары және оларды іске асыру кезеңдері қандай?*
- 7. Кешенді туристік ұсыныс – туристік кәсіпорынның нарық стратегиясының сайманы.*
- 8. Туристік өнімді сату формалары қандай?*

## § 8 Туристік қызметтер нарығын мемлекеттік тұрғыдан реттеу

Аталған сөйлем үш ұғымнан тұрады. Қысқаша айтсақ, мемлекет – егеменді, тарихи қалыптасқан және өндіріс қатынастарының басым бір жүйесіне негізделген қоғамның ұйымдас-тырылу формасы. Реттеу (орысшасы регулирование, латын тілінде regula – ереже, тәртіп, рет) дегеніміз адам іс-әрекетінің белгілі бір сферасындағы (біз туристік іс-әрекетті қарастыра-мыз) қатынастарды ретке келтіруге арналған, мемлекет жүргізетін шаралардың кешенді жүйесі. Ал енді туристік іс-әрекет болса – бұл туристік өнімді туристік іс-әрекет субъектілерінің жарғылық мақсаттарына сәйкес өндіру мен сатуды ұйымдастыру.

Туристік қызметті мемлекеттік тұрғыдан реттеу мақсаттары мынадай: азаматтардың демалыс құқығын, туристік іс-әрекет шеңберінде қозғалыс бостандығын қамтамасыз ету; қоршаған ортаны қорғау, туристерді тәрбиелеуге, білім беруге, оларды сауықтыруға бағытталған іс-әрекет үшін жағдай туғызу; азаматтардың рекреациялық қажеттіліктерін қанағаттанды-ратын, жаңа жұмыс орындарын беретін, мемлекет пен азаматтардың табыстарын ұлғайтатын туристік индустрияны дамыту және т. б.

Туристік іс-әрекетті мемлекеттік тұрғыдан реттеу жолдары мынадай: туризм индустриясын дамыту және туризмді қаржы-ландыру саясаты; туристік іс-әрекет аясындағы қатынастарды жетілдіруге, лицензиялау, стандарттау мен сертификациялауды реттеуге арналған нормативтік құқықтық актілерін қабылдау; бюджет заңнамасына сәйкес туризмді дамыту бойынша мемлекеттік бағдарламаларды әзірлеу мен іске асыру үшін бюджет қаржыларын бөлу; туристік іс-әрекетті мамандармен қамтамасыз етуді қолдау; отандық туристердің, туроператор-лардың, турагенттердің, олардың бірлестіктерінің халықаралық туристік бағдарламаларда қатысуына қолдау жасау; туристік өнімді ішкі және халықаралық туристік нарықта жылжытуын қолдау; елдің туристік ресурстарын тиімді пайдалануды, тіркеуді және қорғауды қамтамасыз ету.

Туризмді реттеудің нормативтік (мемлекеттік-құқықтық) формалары: 1) туристік іс-әрекет негіздерін нормативтік тұрғыдан реттеу; 2) кәсіпкерлік субъектілер статусы мен олар жүргізетін іс-әрекет түрлерін ресми түрде растау, рәсімдеу (тіркеу, лицензиялау және т.с.с.); 3) шаруашылық іс-әрекетті жүргізуді реттеу; 4) іс-әрекет мазмұны мен сапасына қойылатын нормативтік талаптарын орнату; 5) заңның орындалуын қадағалау, нормативтердің бұзылуы үшін айып салу.

Туристік бизнесті мемлекеттік тұрғыдан реттеудің маңызды әдісі лицензиялау болып табылады. Лицензиялау институты лицензиялау қағидалары мен ретін, лицензияланған іс-әрекет түрлерін, кәсіпкерлердің міндеттерін орнатады. Лицензиялаудың міндеті – лицензиаттың кәсіби талаптарына сәйкес болуын рәсімдеу.

Туристік іс-әрекетті мемлекет тұрғысынан реттеудің басты сайманы – бюджеттік-салық жүйесі. Салық жүйесін мемлекет саясаты биіктігіне көтеріп, қоғам жалпы ұлттық табысын туристік іс-әрекеттен түсетін пайда арқылы өсіріп, туристік инфрақұрылымды дамытуды көздейді. Жүйелі түрде салықтар мен мемлекеттік бюджетке түсетін басқа төлемақыларсыз мемлекет туристік саланы қажетті қаржымен қамтамасыз ете алмайды. Мемлекеттің бюджеттік-салық жүйесі салықтарды, мемлекеттік баж салықтарын және басқа міндетті төлемақыларды жинаумен айналысады. Мемлекет жеке және заңды тұлғалардың салықтар мен басқа міндетті төлемақыларын қатал қадағалайды.

Туризм ресурстық салалар қатарына жатады, яғни туристік өнімнің тұтынушылық құны рекреациялық ресурстардың сапасына байланысты. Қазақстан туристік ресурстар жағынан өте бай мемлекет: елімізде қайталанбайтын және өте көркем табиғи ландшафтар, мәдени, тарихи және рухани мұра бар, еліміз қонақжайлылығымен әлемге әйгілі.

Туристік іс-әрекетті мемлекет тұрғысынан реттеудің тағы бір сайманы – стандарттау – бұл нормалар, ережелер мен сипаттамаларды орнату қызметі. Оның мақсаттары – өнімнің, жұмыстар мен қызметтердің қоршаған орта үшін, туристердің өмірі, денсаулығы мен мүлігі үшін қауіпсіздігін; өнімнің технологиялық және ақпараттық үйлесімділігі мен бір-бірін

ауыстыру сипатын; өнімнің, жұмыстар мен қызметтердің ғылым, технология мен техника деңгейіне сәйкес келетін сапасын; өлшеулердің бірқалыптылығын; ресурстардың үнемделуін; табиғи, техногендік апат пен басқа төтенше жағдайлардағы қауіпсіздікті қамтамасыз ету.

Туристік қызмет көрсету сапасын арттыру әдісі – сертификаттау. Өнім (қызмет) сертификаттауы дегеніміз өнімнің (қызметтің) орнатылған талаптарға сәйкес болуын растау қызметі: нарықта кәсіпкерлік іс-әрекет үшін жағдай жасау; халықаралық экономикалық ынтымақтастық пен халықаралық саудада қатысу; тұтынушыларға өнім таңдауында көмек беру; тұтынушыны өндірушінің (сатушы, орындаушы) арамдығынан қорғау; өнімнің, жұмыстар мен қызметтердің қоршаған орта үшін, туристердің өмірі, денсаулығы мен мүлігі үшін қауіпсіздігін қадағалау; өнім сапасының өндіруші ұсынған көрсеткіштерін растау.

Сертификаттау міндетті және өз еркімен өтетін сертификация болады. Міндетті сертификаттау заңнамалық актілерде жазылған жағдайларда өткізіледі. Туризмде қауіпсіздікке қойылатын талаптарды сертификаттау міндетті болып табылады. Заңнамалық актілермен жарнамаға және міндетті сертификаттауға жататын қызметтерге, егер сертификаты болмаса, тыйым салынады. Әкімшілік заң бұзылу Кодексі бойынша лауазымды тұлғалар мен кәсіпкерлерге сертификаттанбаған қызмет көрсету мен қауіпсіздік талаптарына сәйкестігі жөніндегі белгіні рұқсатсыз пайдаланғаны үшін 100 минималды еңбекақы көлемінде айыппұл салынуы мүмкін.

Міндетті сертификаттау мен лицензиялау қонақүй-туристік қызметтер аясындағы мемлекеттік реттеу әдістері болып табылады. Туристік қызмет көрсетуді сертификаттауды сертификаттау орындары жүргізеді. Сертификация функцияларын тәуелсіздік пен біліктілік талаптарына сәйкес болатын кәсіпорындар мен ұйымдар орындай алады. Сертификаттау жүйесі коммерциялық құпияны сақтауға міндетті.

Туризмдегі сертификаттау объектілері мынадай: қызмет көрсететін кәсіпорындар, қызмет көрсетушілер, қызмет көрсету процестері, сапа жүйелері. Туристік қызметтерді сертификаттау кезінде қызметтер мен қызмет көрсету жағдайларының

сипаттамалары (көрсеткіштері) тексерілу қажет және қызметтің классификациялық тобына жататындығын, техникалық құжаттарға және функциясына сәйкес болуын (маршрут паспорты, ақпараттық-жарнамалық проспект, жолдама және т.с.с.), нормативтерге сәйкес қызметтердің қауіпсіздігін бақылауға мүмкіндік беретін тексеру (бағалау) әдістерін қолдану керек.

Мемлекеттік реттеудің тағы бір маңызды сайманы – салық жүйесі: ұлттық және жергілікті салықтар санын азайту арқылы әлеуметтік туризм үшін қаржы табылатын болады. Салық ауыртпалығының азаюы туризм нысандарын, кәсіпорындарын және мекемелерін жандандырады, ал қосымша қызметтер жаңа жұмыс орындарын беруге, жергілікті және аймақтық бюджетті толықтыруға, ғылыми зерттеулерге қосымша қаражат бөлуге мүмкіндік береді.

Туристік саланың сәтті дамуы үшін экологиялық заңнаманы жетілдіру қажет. Қазіргі құқықта кез келген технологияның кінәлік презумпциясы қағидасы орындалады – егер осы технологияның адам үшін қауіпсіздігі дәлелденбесе. Мұндай жағдайда не қорғау зонасын үлкейтеді, не адамдарды ол жерден басқа жерге көшіреді.

Туристік қызмет көрсетудің кейбір мәселелері туризм аясындағы уәкілділі органдары қабылдаған ережелерімен реттеледі.

Туризм жағынан жетекші болып есептелетін елдердің туризмді басқару, оның ішінде заңнамалық әдістер арқылы реттеу бойынша бай тәжірибесі бар. Қазақстанда (және Қырғызстан мен Грузияда) құқық жүйесіндегі бастапқы жобаларды жасау ведомстволық қағида бойынша өткізіледі. Жоспарланған актілерді жоспарланған жоба мазмұнына сәйкес министрліктер мен мемлекеттік органдар әзірлейді. Заң жобаларын бір министрлік немесе орган, ал әзірленіп тұрған жобаның мазмұны бірнеше министрлік пен ведомстволар жұмысына қатысы бар болса, онда жобаны бірнеше министрлік немесе мемлекеттік орган дайындайды. Осындай жұмысты министрлік немесе ведомство өз еркімен немесе ең жоғары мемлекеттік орган тапсырмасымен орындайды. Министрлік немесе ведомство жобаны өзі жасаса, басқа ұйымдар мен бөлімшелерді жобаны әзірлеуге шақыруға құқықты.

Заң жобаларында заңдық нұсқауларды келтіру әдісінің бірі – сілтемелерді қолдану. Заңнамада сілтемелердің екі түрін: ішкі және сыртқы сілтемелер – бөліп көрсетуге болады. Егер нормативтік құқықтық актінің бабында дәл осы актінің бабына (пунктіне) сілтеме жасалса, бұл ішкі сілтеме. Егер нормативтік құқықтық актінің бабында басқа актінің бабына (пунктіне) сілтеме жасалса, бұл сыртқы сілтеме.

Заң баптарының атаулары болады. Преамбула нормативтік құқықтық актінің міндетті элементі болып есептелмейді. Егер тиісті баптар мазмұнында мақсаттар мен міндеттері және арнаулы түсінікті болып тұрса, преамбуланың қажеті жоқ. Дегенмен, ең маңызды, қағидалық нормативтік құқықтық актілерінде нормативтік нұсқаулардың алдында преамбула жазылу керек.

Нормативтік құқықтық актінің негізгі элементтері – құқық нормалары жазылған бап және тармақ. Баптар тек қана заңнамалық актілеріне, тармақтар басқа да нормативтік құқықтық актілеріне енгізіледі. Нормативтік құқықтық актілердің осындай безендірілуі нормалық нұсқаулар логикасын түсінуге мүмкіндік береді, сілтеме жасауды, актіні қолдануды жеңілдетеді.

Нормативтік құқықтық актіне өзгерістер мен толықтыруларды енгізу реті мынадай: ескі акіндегі анықтамаларды жаңа актіне сәйкес келтіру; егер заңнамашы ескі актіні толығымен өзгертудің қажеті жоқ деп есептесе, бұрын шыққан нормативтік құқықтық актіне өзгерістер мен толықтыруларды енгізіледі.

«Қазақстан Республикасындағы туристік қызмет туралы» Заңында туристік сала үшін мынадай маңызды сұрақтар анықталған: туризмнің мемлекеттік реттелуі; туристік өнімді қалыптастыру, жылжыту және өткізу; туристік ресурстар; туристік фирмалардың клиент алдындағы жауапкершілігі; туристердің қоғамдық бірлестіктері мен туристік іс-әрекет субъектілерінің қызметі; туризм аясындағы қауіпсіздік мәселелері. Сонымен қатар, туристік маршруттарды сертификаттау мен туристік қызметтерді стандарттау институты енгізілген; туристік фирма жарғысында туристік қызмет көрсетілсе, ол фирманың басты қызметі болуы міндетті. Заңда туристік фирма басшысына да талаптар қойылады, бұл да туристік ұйымның

көрсетілетін қызмет сапасы үшін жауапкершілігін арттыратын болмақ.

Занда өз базасын кеңейтетін, кіру және ішкі туризмді ұйымдатыру іс-әрекетін дамытатын туристік қызмет субъектілеріне мемлекеттік қолдау жасау шаралары қарастырылады.

Туризмді мемлекеттік тұрғыдан тиімді реттеу үшін әлемдік және отандық туристік бизнес жөніндегі шынайы, сенімді ақпарат көздері болуы қажет. Сондықтан туризмді мемлекеттік тұрғыдан реттеудің бір қыры – сала мәселелерін ғылыми талдау мен осының негізінде дұрыс шешімдерді қабылдау болады. Туризм аясының республикалық уәкілділі органына бағынатын ғылыми құрылым ретінде туризм индустриясының ғылыми-зерттеу институтын ашу қажет екені бүгін түсінікті болып тұр. Осындай институт 2008 жылы Спорт пен туризм академиясында ашылған, бірақ онда көбінесе спорт туризмінің тар мамандары істейді.

Туризмді мемлекеттік тұрғыдан реттеу формаларын таңдағанда Қазақстанда шағын туристік фирмалар басым екенін ескеру қажет. Мұндай формалар мынадай: мемлекет мүдделері мен азаматтардың жөнді демалыс құқығын максималды түрде қорғау; кіру және ішкі туризммен айналысатын туристік кәсіпорындарды экономикалық және құқықтық тұрғыдан қолдау; туристік қызметтерді лицензиялауды, стандарттауды және сертификаттауды жетілдіру (шығу, кіру, ішкі, спорттық, балалар-жасөспірімдер туризм түрлері үшін әрбіреулеріне бөлек); Қазақстан Республикасы Үкіметі тұсындағы Туризм кеңесіне туризмді басқару бойынша кең уәкілділік беру.

Әлеумет үшін пайдалы кіру, ішкі, спорттық, балалар-жасөспірімдер туризмімен айналысатын фирмаларды лицензиялауына ерекше назар аударылу қажет. Туристік фирмалардың бұл категориясына мынадай талаптар қойылады: қызметкерлердің ерекше жоғары біліктілігі және өз меншігіндегі (немесе сенімді келісімшарттармен рәсімделген серіктестердің меншігіндегі) көлік, орналастыру мен тамақтандыру құралдары болуы қажет.

Туристік қызметті сертификаттауына қойылатын талаптар: клиенттер мен қызметкерлердің қауіпсіздігі, барлық іске асырылатын туристік бағдарламалардың экологиялық сипаты және

клиентке берген уәделердің кепілдігі. Сертификаттау міндетті болуы қажет.

Мемлекеттік реттеудің алдында қазақстандық туристік өнімді шетелде, әсіресе әлемдік туристік ағымдарды қалыптастыратын елдерде жариялап жылжыту үшін максималды қаржы бөлу міндеті тұр.

Туризм жөніндегі құқықтық актілердің ішіндегі ең маңыздылары шетел туристері үшін тіркеу рәсімдерін жеңілдету мен виза бағасын түсіру болып табылады. Тур бағасына енгізілген визалар мен тіркеу рәсімдерінің бағалары елдің туристік бағдарламаларының халықаралық туристік нарықта бәсекелестікке қабілетті болуына мүмкіндік беруі қажет.

### *Қайталау сұрақтары*

- 1. Туристік іс-әрекетті мемлекеттік тұрғыдан реттеу мақсаттарын атап шығыңыз.*
- 2. Туризмді реттеудің нормативті формаларын атап шығыңыз.*
- 3. Туристік қызметті мемлекеттік тұрғыдан реттеудің ең басты әдісі қандай?*
- 4. Туристік қызметтерді сертификаттауға қойылатын талаптар қандай?*
- 5. Заңнамалық актілерінің туризм дамуындағы рөлі қандай? Заң шығару реті қандай?*
- 6. «Қазақстан Республикасындағы туристік қызмет туралы» Заңының негізгі тарауларына сипаттама беріңіз.*



## 5-ТАРАУ

### ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ТУРИЗМ

#### § 1 Халықаралық туризм – сыртқы экономикалық қатынастар түрі

Халықаралық туризм – бұл мемлекеттіліктің дамуында маңызды рөл атқаратын өте күрделі құбылыс. Бұл жағынан халықаралық туризмнің ұлттық экономика мен әлем саудасына тигізетін әсерін зерттеу өте маңызды болып табылады.

Мемлекеттің сыртқы экономикалық байланыстары алмасудың әртүрлі формалары: банк салымдары, шетелдік салымдар (инвестициялар), халықтың көшіп-қонуы, мәдениет аясындағы алмасу, сауда қызметін көрсету және т.б. арқылы іске асады. Дүниежүзілік сауданың дамуы әлем бойынша халықтың қозғалысының өсуіне әсер етеді. Бұл өз ретінде елдердің төлем балансына әсерін тигізетін шетелдік туризмді дамытады.

Қандай бір ел болмасын оның маңызды экономикалық іс-әрекетіне сыртқы экономикалық алмасу жатады, оның ішінде нәтижесі валютамен анықталатын сыртқы сауда. Халықаралық алмасу теориясы елдердің сыртқы сауда процесінде жететін нәтижелеріне әсер ететін факторларды ескереді. Сыртқы сауда әрекетіне қатысы бар осы теорияның жалпы қағидаларын туристердің алмасуына да қолдануға болады. Халықаралық сауда секілді халықаралық туризм экономистерді ішкі туризмнен бұрын қызықтыра бастаған. Олардың пікірі бойынша, туристік қозғалыс төлем балансына тауарлар алмасуы сияқты әсер етеді. Сондықтан, халықаралық туризмді сыртқы экономикалық байланыстың бір түрі деп айтуға болады, яғни ол сыртқы сауданың арнайы бір түрі [42].

Халықаралық туризм халықаралық экономикалық қатынастардың түрі ретінде шетел туристерінің әралуан қажеттіліктерін қанағаттандыруға арналған туристік қызмет көрсетуге бағытталған. Халықаралық туризмге шетелге баратын және онда төлемақылы іс-әрекетпен айналыспайтын тұлғалар жатқызылады. Халықаралық нарықта көрсетілетін қызметтер саны өте көп. Оның ішінде туристі баратын елге дейін жеткізу және сол ел ішіндегі көлік қызметі, орналастыру, тамақтандыру, туристердің әлеуметтік-мәдениеттік, іскерлік қажеттіліктерін қанағаттандыру және әртүрлі құжаттарды рәсімдеу қызметтері. Туриске оның таңдауы бойынша қызмет түрлері көрсетіледі немесе қызметтердің толық жиынтығы ұсынылады. Тур құрылымы ел ерекшеліктеріне, туристер құрамына, олардың сатып алу қабілетіне, ұсынылатын қызметтер сипатына, ассортиментіне және сапасына байланысты.

Халықаралық туризм операциялары соңғы жылдары ойдағыдай өзгерістерге ұшырады. Қазіргі халықаралық туризмнің ұйымдастыру формаларының ерекшеліктері мынадай: туристік индустрияның ірі монополияларының құрылуы, туристік бизнеске сауда фирмаларының, банктердің, сақтандыру компанияларының, өнеркәсіптің «туристік емес» капиталының еншілес компаниялары ретіндегі өз турагенттіктерін құрастыру арқылы немесе туристік операцияларды өз күшімен жүргізу жолымен енуі [44].

Халықаралық туризм сыртқы экономикалық байланыстың бір түрі болғанымен, бірқатар өзіндік ерекшеліктері де бар.

Біріншіден, әлем нарығында сату-сатып алу заттары ретінде тікелей сыртқы сауда алмасуына жатпайтын тауарлар мен қызметтер ұсынылады. Тауарлар да, туристерге көрсетілетін қонақ үйінде орналастыру, тамақтандыру, экскурсиялар, кір жуу және тағы сол сияқты қызметтер де тауар сипатына ие. Нарықта тек тауарлар мен қызметтер ғана емес, сонымен қатар табиғи және әлеуметтік-экономикалық туристік-рекреациялық ресурстар да сауда затына айналады. Бірақ осындай сауда процесінде олар әдеттегі экспорттағыдай аумақтан үзілмейді. Ішкі туризмнен түсетін пайда сияқты, шетел туризмінен түсетін валюталық табыстар аумақтың қызықтыратын жерлері, шипалы

қасиеттері үшін төленетін рекреациялық рентасы деп айтуға болады [42].

Екінші ерекшелігі – тауар мен қызмет өндірісіне жұмсалған еңбек өндірілген жерінде өтеледі. Мұнда тауарлардың тұтынушыға емес, керісінше тұтынушы тауар-қызмет өндірілетін жерге келеді. Сондықтан капитал айналымының уақыты қысқартылады. Бұл халықаралық туризмді басқа экспорттық баптардан айырытан басты ерекшелігі. Біріншіден, сатып алушы (турист) көлік шығындарын өзі төлейді. Екіншіден, шетел туристерінің сувенирлер мен тауарларды сатып алуын сыртқы сауда операцияларының пайдалы түрі ретінде қарастыруға болады. Көптеген елдерде әртүрлі салалар осы «ішкі экспортқа» арналған жұмыс жасайды. Мысалы, Жапонияда шетел туристері елде шығарылатын радиотауарлар мен бейне-аппаратуралардың, фотоаппараттардың үлкен бөлігін сатып алады; Швейцарияда – сағаттарды, шоколад пен сырларды; Францияда – парфюмерия мен сән бұйымдарын; Италияда – аяқ киім мен былғары бұйымдарын; Ұлыбританияда – виски және т. б. сатып алады.

Халықаралық туризмде турист өзінің елінен шығып, басқа бір елге барады. Кеденнен өту үшін туристік құжаттарды толтырады (паспорт, виза жасау), валюта және медициналық бақылаудан өтеді. Бұл халықаралық туризмнің ерекшелігі болып саналады және ішкі туризмнен ең басты айырмашылығы.

ЮНВТО туристік құжаттардың реттеуіне ерекше маңыз бере отырып, жаңа ұсыныстар жасады:

- паспорт формалдылықтары;
- виза формалдылықтары;
- валюта формалдылықтары;
- кедендік формалдылықтар;
- медициналық формалдылықтар мен туристерге медициналық жәрдем көрсету.

Туристік формалдылықтар мемлекеттік шекараны кесіп өтумен байланысты халықаралық туризмнің ең басты ерекшеліктері болып есептеледі. Неғұрлым мемлекеттің ақша жүйесінде айырмашылық және адамдардың қозғалу жолында кедергілер көп болса, соғұрлым халықаралық туризмнің ішкі туризмнен айырмашылығы үлкен болады.

Халықаралық туризмде өз ерекшеліктері болғанымен сыртқы саудада қалыптасқан операциялар түрлері: экспорт, импорт және реэкспорт операциялары іске асырылады. Халықаралық экономикалық қатынастың бір түрі ретінде халықаралық туризмнің басты ерекшелігі – кез келген сыртқы сауда мәмілесі сияқты қызметтерді сатып алу шетелдік контрагент (контрагент ретінде турфирма да, шетел туристің өзі де болуы мүмкін) арқылы өткізіледі. Осыған байланысты халықаралық туризмде экспорт дегеніміз – шетел қонақтарын қабылдау, ал импорт – өз елінің туристерін шетелге жіберу болып табылады. Халықаралық туризмде реэкспорт деген түсінік бар. Теория бойынша осы категорияға бұл мемлекеттің туристік ұйымынан үшінші мемлекетке сапар шегу үшін тур сатып алған барлық шетелдік туристер жатуы керек. Бірақ қазіргі кезде есеп жүргізу жүйесінің жетілмегендігінен бұл категорияға жататын туристерді бөліп көрсету өте қиын. Сондықтан реэкспорт операциялары кең тарағанымен, олардың көрсеткіштері экспорт операциялары статистикасында жоғалып кетеді.

Туризм арқылы іске асырылатын экспорттың өз артықшылықтары бар. Біріншіден, әдетте үйренішті жолдармен экспортталатын тауарлардың экспорттық нарығы кеңейеді. Екіншіден, басқа жағдайда шетел валютасына сатылмайтын тауарлар енді шетел валютасына үлкен көлемде сатыла бастайды. Оның үстіне шетел туристеріне сатылатын тауарларға шетелдік валюта түріндегі салық салынады.

Халықаралық туризмнің тағы да бір ерекшелігі – елдің төлем балансына тигізетін әсері. Сондықтан шетелдік туристердің келуін «белсенді» туризм деп атайды. Оған қарама-қарсы, туристердің шет елге кетуі ұлттық ақша мөлшерінің азаюына әсерін тигізеді. Бұндай туризмді «белсенді емес» немесе «пассивті» дейді. Туристердің белсенді және белсенді емес болып бөлінуі туристік іс-әрекеттің қаражат нәтижесімен байланысты, ол ішкі туризмге тарамай, халықаралық туризмде ғана пайда болады.

Кейбір жағдайда шетелдік туризмнің дамуы елдің экономикалық және әлеуметтік дамуын жылдамдатуға да жіберілуі мүмкін.

Шаруашылық жүйесінде туризм – еңбек бөлінісінің көрсеткіші, онда экономикасы жоғары дамыған елдер басты рөл атқарады. Сыртқы сауданың басым бөлігі өнеркәсібі дамыған елдердің арасындағы тауар алмасуына түседі. Халықаралық туристік алмасуда да нақ осыған ұқсас жағдай қалыптасқан. Әлемдегі туристік сапарлардың ең үлкен жігі өндірісі жоғары дамыған елдер арасында жүреді, оларда азаматтардың шет елге шығу пайызы жоғары (АҚШ, Франция, Ұлыбритания және т.с.с.). Сондай-ақ, туристер алмасуы осы елдер мен экономикасы орташа дамыған елдер (Грекия, Португалия, Түркия) және дамушы елдер (Тунис, Таиланд және т. б.) арасында да жүреді. Осыған байланысты Дүниежүзілік туристік ұйым «туристерді ең алдымен жіберуші елдер» және «туристерді ең алдымен қабылдаушы елдер» анықтамаларын қабылдады.

Туризм мамандары шетел туристерді қабылдау және оларға қызмет көрсету ісінің өте жоғары экономикалық тиімділігін және экономиканың туризм дамуына бағытталуының өте пайдалы болуын атап көрсетеді. Мемлекеттер арасындағы туристік байланыстар екі жақты болады. Шетел туристер санының өсуі валюталық қор қалыптастыруына үлес қосады. Оның үстіне қабылдаушы елде жұмсалған валюталық қаражат жіберуші елге импорттың өсуі арқасында қайтып келетін болады.

Экономикалық жағынан белсенді туризмді (туристерді қабылдау) туристік игіліктерді экспортқа шығару, ал белсенді емес туризм (азаматтардың шығуы) – импорт деп атауға болады. Тауарлар мен қызметтер туристік экспорт арқылы алмасу қабілетіне ие болады. Мұның нәтижесінде ішкі сауда ынталандырылады, дәстүрлі экспорттың жаңа мүмкіншіліктері пайда болады және әдеттегі тауарлар экспортының орнын туристік тауарлар мен қызметтер экспорты тартып алуы мүмкін.

Белсенді және белсенді емес туризмнің экономикалық тиімділігін есептеу онша қиын емес. Бірақ шетел туристерінің жергілікті өндірістің өнімдеріне сұраныс түрлері мен көлемі туралы мәліметтер жоқ болғандықтан нақты ақпарат жинақтау қиынға соғады. Бұл сұранысты тіркеу мүмкін емес, оны тек шамалауға болады. Шекарадан өту мен ақша айырбастау рәсімдерінің жеңілдетілуі нәтижесінде кейбір ақпараттарды табу

оңай емес. Келген туристердің саны мен елде болу уақытын ғана дәл анықтауға болады. Статистикалық есептің қиын болуының тағы бір себебі тұтыну процесі қабылдаушы елде жүрсе, ал сатып алынған тауарлар турист тұратын еліне шығарылады. Бұл тауарлар шекараны өткенде тіркелмейді. Осыған орай белсенді туризмді «көрінбейтін экспорт», ал пассивті туризмді «көрінбейтін импорт» деп атауға болады [21].

Сауда дамуына түрткі болатын шешімдердің бірі – азық-түліктің туристік экспорты. Кейбір елдер тұтыну тауарлар экспортын туристік экспортқа ауыстыруда. Дамушы елдер өз экспортын туристік импорт арқылы қолдау жолдарын іздестіруде. Пассивті туризм қабылдаушы елге валюта әкеледі, бұл ұлттық табыс үшін өте пайдалы. Осының нәтижесінде қабылдаушы ел туристік балансының оң сальдосын туристерді жіберуші елден тауар импортын ынталандыру үшін пайдалануға тырысады. Өнеркәсібі жақсы дамыған елдердің өзі үшін алмасудың осындай түрі – өз өнеркәсібі мен ауыл шаруашылығын қолдау мен дамыту жолы болып табылады. Экспорттың шамалы болуы экономикалық дамуын тежейтін елдерде туризм өркендеу факторына айналуы мүмкін. Шетелдік туризмді елдің экономикалық дамуын тездететін, төлем балансын түзейтін және валюталық қорын ұлғайтатын сайман ретінде қарастыруға болады.

Өнімдердің және қызметтердің халықаралық алмасу тиімділігі дәстүрлі экспорттан және туристік экспорттан түсетін валютаны салыстыру арқылы есептеледі.

Импортты қарастыратын болсақ, импорт тиімділігі импортталған өнімге жұмсалатын қоғамдық шығындармен (валютада) анықталатынын білу қажет.

Шетел сапарлары, импорт сияқты, ішкі сұранысты қысқартады. Сонымен бірге, пассивті туризм турист шыққан елінде ешқандай материалдық игілік жасамайды. Тұтыну тауарлары ұсынысы шектеулі болса, туристік импорт сұранысты азайтады да ішкі тұтынушы нарығындағы жағдайды жеңілдетеді. Және де туристік импортты қолдау үшін елдің туристерге сатқан бағасынан арзан бағаға алынған валютасы болу керек.

Сонымен қатар, жоғарыда айтылғандай, туристерді жіберуші елге туристер жұмсаған ақшасы импортқа жасалған тапсырыстар арқылы қайта оралып келеді. Мұндай жағдайда

жұрт туристік сапарға аттануға мүмкіндік алады, ал мемлекет бюджетіне зиян келтірілмейді. Туристік импорт пен экспорттың мемлекет экономикасына тигізетін әсерін толығымен бағалау үшін туризммен байланысты барлық өндіріс факторларын, инвестициялық қажеттіліктерін және мемлекеттің халықаралық байланыстарын ескеру қажет. Зерттеуге жататын тағы бір тенденция – туристік импортты туристік экспорт арқасында жүргізу, яғни «турист орнына турист» формуласы.

Қорыта айтсақ, халықаралық туризм қоғам өміріне үлкен әсер тигізеді. Шетелдік туризмнің, туристік қызметтің дамуы мемлекеттің төлем балансының тұрақты болуына, ұлттық табыс өсуіне септігін тигізеді, саяси жағдайдың түзеу құралы болып табылады.

Халықаралық туристік ағымдардың өсуі мемлекет арасындағы сыртқы экономикалық байланыстарды кеңейтуге әсерін тигізеді, материалдық байлықтар мен мәдени құндылықтарды құруда басқа ұлттардың тәжірибесін пайдалануға мүмкіндік береді. Осының арқасында, сыртқы экономикалық байланыстың түрі ретінде, халықаралық туризмнің маңызы өсе береді.

### *Қайталау сұрақтары*

- 1. Мемлекеттер арасындағы сыртқы экономикалық байланыстардың қандай формаларын білесіз? Халықаралық туризмді осындай формалардың қайсысына жатқызуға болады?*
- 2. Халықаралық туризмнің сыртқы экономикалық байланыстардың формасы ретінде қандай өзіне тән ерекшеліктері бар?*
- 3. Халықаралық туризмдегі экспорт, импорт және реэкспорт деген не? Олардың ерекшеліктерін атап беріңіз.*
- 4. Туризм арқылы экспорт жасаудың артықшылықтары қандай?*
- 5. Халықаралық туристік алмасудағы тиімділік есебі қалай жасалады?*

## **§ 2 Шетел туризмінің экономикалық дамуына жасайтын әсері**

Тауарлардың қозғалысы сияқты, туристер шет елдерге барғанда шетел валютасының қозғалысы байқалады. Сондықтан қандай да ел болсын, туристік қызмет экспортын дамытуға тырысады, ал осындай экспорт дәстүрлі тауарлар мен қызметтер экспортын толықтырады. Осыған орай, көптеген туризм мамандары шетел туристерді қабылдаудың экономикалық тиімділігін атап көрсетуде. Елдің экономикасын қаржыландыру мақсатында шетелдік қаржының келуіне септігін тигізетін салаларды ең алдымен дамыту қажет.

Осыған орай, шетелдік туризмнің дамуы (яғни туристік қызметтерді шетел туристеріне сату) төлем балансының құрылымын өңдеудің, сыртқы экономикалық алмасу көлемін арттырудың, өнеркәсібі дамымаған аудандарды дамытудың ең қолайлы формасы болмақ.

Экономикасы әлсіз, инвестициялық қаржылары жетіспейтін елдер қаржылары мен білікті еңбек күшін көбіне туристік экспорт секторына жұмсағаны яғни өнеркәсіп пен ауыл шаруашылығына жұмсалатын қаржыны азайтқаны дұрыс бола ма деген сұрақ пайда болуы мүмкін. Осындай көзқарасты қолдайтын туризм теорияшылары мынадай дәлелдерді келтіреді:

1. Экспорттық туристік секторды дамыту шаралары елдің табиғи құндылықтарын игеруге мүмкіндік туғызады, демек, табиғи құндылықтардан түсетін табыс артады. Экспорт секторының дамуы арқасында осыған дейін халықаралық алмасуға белсенді қатыспаған елдердің араласуына мүмкіндік туатын болады.

2. Туристік тауарлар мен қызметтерді өндіру, экономикалық даму жолына түскен елдерге өте қажетті болады. Осындай елдерде еңбек күшінің, азық-түліктің бағалары төмен; сонымен қатар, мұнда, импорт қажеттілігі минималды болғанымен бірге, туристік тауарлар мен қызметтердің көпшілігін өндіруге толық мүмкіндік бар. Осындай жағдай халықаралық туристік нарықтағы бәсекелестікте алдыңғы қатарда болуға жол береді. Мысал ретінде Грекия, Түркия, Испания, Ливан, Египет сияқты елдерді келтіруге болады. Халықаралық туристік мамандандырылу



өзара пайда қағидасына негізделуі керек. Мамандандырудың пайдасы тұрақты болады да туристік моноөнім немесе туристік монокультураны дамытуға бағытталануға әкеліп соғады.

3. Дамушы елдерде валюта қаржысының келуі жеткіліксіз. Туризмнің дамуы (туристердің келуі) нетто (таза) валюта түсімін арттырады. Басқа шаруашылық салаларына қарағанда туристік сектор валютаны жылдам әкеледі.

Қорыта айтсақ, шетел туризмін шетел төлем қаржыларының жедел түсу көзі ретінде қарастыруға болады, және, осыған орай, шетел туризмін қарқынды дамыту қажеттілігі айқын болып көрінеді.

Басқа салалардағы айналымға қарағанда, туристік айналым, төлем формасына орай, ұзақ мерзімді несиелерді қажет етпейді. Алайда, мұндай жағдайда туристік тауарларды күні бұрын өндіруді, яғни оларды өндіру мен қоймада сақтауға арналған ұзақ мерзімді несиелерді қажет ететін туризмнің маусымдық қасиеті ескерілмейді.

Сөйтіп, барлық дәлелдерді келтірмей, туристік экспорттың өте жоғары тиімділігі жөнінде айтуға болмайды. Жасалған талдау бойынша, маусым арасында отандық туристерге қызмет көрсетпейтін туристік салалар өз табысынан айрылып, шығынға ұшырайтын көрінеді.

Туристік экспортта үйренішті экспортта өткізіле алмайтын тауарлар мен қызметтер сатылады. Туристік экспортта нәтижеге жету үшін тартымды туристік объектілер мен тиісті жарнама болуы қажет.

Кейбір авторлар туристік шаруашылықта қаржыландыру факторы ең маңызды рөл ойнамайды деп айтады. Экономикалық цикл шеңберінде туризм басқа өнеркәсіп салаларына қарағанда қаржыландыруды аз қажет етеді деген пікір бар [42].

Басқалары, керісінше, қаржыландыру факторы өте маңызды деген пікірде. Осындай жағдайда шығындар туристік тауарларды импорттың қатысуынсыз алу мүмкіндігімен өтеледі, дейді. Және де туристік сектордың ойдағыдай дамуы басқа салаларға онша тәуелді емес деп дәлелдейді. Мысалы, өңдеу өнеркәсібі шикізат пен жартылай фабрикаттарды өңдейтін жанама өндіріс салаларының дамуын қажет етеді.

Туристік саланы алсақ, мұнда туристік шаруашылық ең алдымен қызметтердің, әсіресе жеке қызметтердің арқасында жүзеге асырылады, сондықтан басқа салаларды кешенді түрде пайдаланудың қажеті шамалы. Көлік құралдары мен жолдарды алмасақ, негізгі туристік инвестициялар қонақ үй шаруашылығына жұмсалады. Мұндай жағдай да экспорттық туристік шаруашылықтың кеңеюіне септігін тигізеді.

Шетелдік туризм – ел дамуын жеделдететін, төлем балансын жандататын, валюталық қорын ұлғайтатын фактор. Шетелдік туризм «көрінбейтін» игіліктерді пайдалану арқылы сыртқы сауданы күшейтуі мүмкін.

Кейбір бұрынғы социалистік елдер, мысалы Болгария, шетел туризмін шетел валютасын толықтыру тәсілі ретінде пайдаланады. Тіпті қызметтер демпинг шарттарында көрсетіліп кетеді. Дегенмен, бұл елдер туристік экспортты экспорт дамуының ең маңызды тармағы ретінде қарастырмайды. Швейцарияның өзі туризмді осындай көзқарастан қарастырмайды. Жалпы айтқанда, туристік экспорт әрі кетсе елдің экспорттық мүмкіншіліктерін толықтыра ғана алады.

Халықаралық туристік мамандандырылудың пайдасын дәлелдеу үшін Испанияны мысал ретінде келтіруді жақсы көреді. Ал Испанияның өзі туризмді экспорттық өндірістің қосалқы саласы ретінде қабылдайды. Осы елдің асып түскен туристік тартымдылығын ескере тұра, Испания соғысқа дейінгі кезінің өзінде өте күшті дамыған туристік шаруашылыққа ие болғанын ұмытпаған жөн. Екінші Дүниежүзілік соғыстан кейін испан экспорты өте қиын жағдайда болған. Туризмнің дамуы үйренішті экспорт үшін қолайлы жағдай туғызуға өз септігін тигізді, және де, туризмнен түскен табысын Испания басқа салаларға жұмсады.

Швейцария әдетте классикалық туристік ел деп есептеледі. Алайда Швейцария елінің көбісі туризмнен басқа іс-әрекеттермен айналысады, ал ел байлығын қалыптастырған сала туризм емес. Қазіргі Швейцария өте жақсы дамыған индустриялық мемлекет, табысында туризм бірінші қатарда тұрмайды. Туристік мамандандырылу заманы өтіп кетті. Бүгін Швейцария туристер келеуін шектеуде және өз азаматтарын шетелге барып келуге ынталандырады.

Ең үлкен ауқымды туризмнің өзі инфрақұрылымның тиімділігін қамтамасыз ете алмайды. Тиімді болу үшін шаруашылықтың туристік емес салалары тиісті дамуы қажет. Шаруашылық инфрақұрылымының дамуынан түсетін пайданы туристік индустрия «тегін» пайдалана алады, сондықтан туризм рентабелді болып есептеледі. Инфрақұрылым құнының кішкене де болса бөлігін туристік сектордың шығынына қосса, туристік сектор тиімсіз (рентабелді емес) секторға айналар еді.

Экономикасы дамымаған елдердің көбі бұқаралық туризм елдері бола алмайды. Осындай елдерге жоғары дәрежедегі туристік игілігі аз, халық саны аз елдер; туристік тартымдылығы өте жоғары болса да, бірақ индустриалдық елдерден тым алыс орналасқан мемлекеттер жатады.

Статистикалық техниканың жеткілікті дамуына қарамастан, туризм дәл статистикалық мәліметтермен әзірше қамтамасызданбаған. Валюталық бақылау жүйесінің болмауы шетел туризмінің валюталық эффектінің есебін қиын қылады.

Туристік экспорттан түсетін табыстың негізін үш элемент: келген туристердің саны, орташа тәулік шығындары мен елде болудың орташа мезгілі құрады. Валюталық табыс көрсеткіштерін анықтау өте қиын. Туристік қызметтер төлем балансының бірнеше тармағында, мысалы, «шетел туризмі», «тауарлар мен қызметтер», «көлік» тармақтарында, жазылған. Туристік төлем балансы анықтамасының тар болуы (бұл «турист» анықтамасының екіталай болуынан пайда болады) «шетел туризм» тармағының толық болмауына әкеліп соғады.

Кең мағынадағы туристік төлем балансына табыстардың халықаралық қозғалысына байланысты қарыз кіреді. Бұған «шетел туризмі» тармағымен бірге туристік максаттарындағы тауар айналымы, қызмет алмасуы, капитал мен еңбек қозғалыстары кіреді. Бұл анықтамаға, сонымен қатар, туристік шаруашылыққа салынған кез келген капиталдан түсетін табыс кіреді. Туристік табыстар мен шығындарды дұрыс анықтау мүмкіндігін туғызатын бағалау критерийін қолдану қажеттілігі пайда болды.

Р. Баретье [45] туристік шаруашылықты жүргізуге қажетті маңызды элементтерді ескеруді ұсынады. Атап айтсақ, бұлар: туристік әлеует, туристік қызмет сұранысы мен ұсынысы және

осы елдердегі туристік игіліктерді өзара толықтыратын барлық элементтер. Тек осындай кешенді тетік арқылы туристік шаруашылықтың ағымдағы және ұзақ мерзімді тиімділігін анықтауға болады. Сондықтан туристік мәселелерді валюталық аспектімен шектеуге болмайды. Туристік шаруашылықтың ұзақ мерзімді дамуының жоспары жалпы экономикалық даму жоспарымен үйлесуі қажет.

### *Қайталау сұрақтары*

- 1. Шетелдік туризмді дамыту түрткілері мен оның артықшылықтарының дәлелдерін келтіріңіз.*
- 2. Туристік экспорттың жоғары рентабелділігінің (табыстылығының) себебі неде?*
- 3. Экспорты шектелген елдерде туризм неге дамуының маңызды факторы бола алады?*
- 4. Халықаралық туристік мамандандырылу елдердің экономикалық дамуына қалай әсер етеді?*
- 5. Туризмнен түсетін валюталық табыстың есебі қалай жүргізіледі?*

### **§ 3 Халықаралық туризм дамуының негізгі факторлары мен шарттары**

Халықаралық туризм дамуының факторларын статикалық және динамикалық факторларына бөлуге болады. Статикалық факторларға мызғымас, тұрақты маңызы бар табиғи-географиялық факторлары жатады. Динамикалық факторларға уақыт пен кеңістікте үнемі өзгеріп тұратын демографиялық, әлеуметтік-экономикалық, материалдық-техникалық және саяси факторларын жатқызуға болады.

Табиғи элементтер мен кешендер жаратылыс объектілер ретінде, рекреациялық қызмет шарттары ретінде рекреациялық шаруашылық пайда болмай-ақ дүниеде болады. Қоғам қажеттіліктері мен рекреациялық сұраныстың пайда болуынан кейін, олардың зерттелуі, бағалануы және дайындығы өткізілгеннен соң, табиғи элементтері мен кешендері туристік-рекреациялық

ресурстар категориясына өтеді. Табиғи алғышарттарының ресурстарға айналуында оларды зерттеу мен рекреациялық шаруашылықта туристік қызметтерді көрсетуге технологиялық және басқа да мүмкіндігіне жеткізуге жұмсалған қоғам еңбегі ең маңызды мұрындығы болып табылады.

Осыған ұқсайтын үрдіс әлеуметтік-экономикалық объектілердің экскурсиялық туристік-рекреациялық ресурстар класына айналғанда да орын табады. Сұраныстың артуы, рекреациялық критерийлердің кеңеюі, халықтың мәдени деңгейінің өсуі пайдаланатын нысандар санының көбеюіне септігін тигізеді; көптеген нысандар арнайы реставрациялық жұмыстардан кейін экскурсиялық көрсетілімге кіреді.

Туристік-рекреациялық ресурстар тарихи категорияға жатады, себебі, рекреациялық іс-әрекетке жаңа табиғи және әлеуметтік-экономикалық элементтер тартылып отырады.

Туристік-рекреациялық ресурстар адамның физикалық және рухани күштерін қалпына келтіруге септігін тигізеді, тікелей және жанама тұтыну мен туристік қызмет көрсету үшін пайдаланады.

Демографиялық факторлар әлемде Екінші Дүниежүзілік соғыстан кейін біршама ортақ қасиеттеріне ие болып тұр. Халық санының өсуі потенциалды туристер санына тікелей әсер етуде.

Халық саны, орналасуы және құрамы туристік сұраныс көлемі мен құрылымына әсер етеді. Жер халқының қарқынды өсуі нәтижесінде тұтынушылар санының көбеюі мен туристік нарықтың кеңеюі байқалады. Соңғы онжылдықтарда байқалған демографиялық жарылыс дамушы елдерде болған, ал осы елдердегі өте нашар өмір деңгейі бұқаралық демалыс пен туризмді ұйымдастыру жолындағы ең биік тосқауыл болып тұр. Ал туристер санының өсуіне басты себеп болатын индустриялық елдерді алсақ, халық санының өсуі мардымсыз немесе тіпті жоққа шығып жатыр. Әлемдегі экономикалық және демографиялық өсу полюстарының бар болуына байланысты, туристік сұраныс әлем бойынша тең болып қалыптаспайды.

Туристік сұранысқа халықтың жас мөлшерлік құрылымы үлкен әсер етеді. Батыс елдерінде туристік тауарлар мен қызметтердің негізгі тұтынушылары болып табылатын 30-50 жасар адамдарының үлесі өскен сайын рекреациялық шапшандық та

өседі. Сонымен бірге, соңғы 10-20 жыл ішінде терең өзгерістерге ұшыраған және жылдам дамып келе жатқан, 55 жастан асқан қарт адамдарының нарығына назар аударған дұрыс.

Қазіргі өмірде урбандану үрдісі өте маңызды рөл ойнауда. Жер халқының жартысы қалаларда өмір сүреді, және осы көрсеткіш одан әрі өсуде.

Адам денсаулығына зиян келтіретін урбандану үрдісі рекреациялық қажеттіліктер мен туристік сұранысты қалыптастыруда маңызды рөл атқарады. Қала үлкен болған сайын, мекенжайынан тыс жерде демалуға тырысатын қала тұрғындарының саны көбейеді.

Әлеуметтік-экономикалық факторлар халықаралық туризм дамуында ерекше маңызды рөл ойнайды. Олардың ішінде ұлттық табыс алдыңғы орында орналасады. Ұлттық табыс, дәлірек айтсақ, оның тұтынуға жұмсалатын бөлігі халықаралық туризмінің өсу мүмкіншілігін сипаттайды. Ұлттық табыс пен саяхаттар саны арасындағы тәуелділік сөзсіз де түсінікті.

Дегенмен, туристік саяхаттардың көбеюі жұрттың материалдық ахуалымен бірге оның бос уақыт ұзақтығына да байланысты. Соңғы 20-30 жылда дамыған елдердің көбінде бос уақыт көбейді: жұмыс уақыты қысқартылды, ал жыл сайын болатын кезекті демалыс мезгілі өсті.

Қазіргі ғылыми-техникалық революция жағдайында саналы ой еңбегінің маңызы артуда, өндірістік және тұрмыстық кернеуі күшеюде, қоршаған орта хал-ахуалы нашарлауда. Осының барлығы адамдардың денелік және психологиялық шаршауына әкеліп соғады, сондықтан олардың еңбек қабілетін қалпына келтіру шараларының қажеттілігі туындайды. Осыған орай өтелмелі жылдық демалыс мерзімі де өсуде. Белсенді демалыс түрі болып есептелетін туризм арқасында адамдардың еңбек қабілетін қалпына келтіру мақсатына жылдам жетуге болады.

Халықаралық туризмнің өсуіне әсер ететін әлеуметтік-экономикалық факторларына, сонымен қатар, халықтың білім мен мәдени деңгейінің, эстетикалық қажеттіліктерінің өсуін жатқызу керек. Осыған орай, елдердің тұрмысын, тарихын, мәдениетін, өмір ахуалын білгісі келген адамдардың саны өседі. Осындай қажеттілікті тек туристік саяхатта ғана орындауға болады.

Халық табыстарының және меншікті мүлігінің (меншікті тұрғын үйі, автомобиль, яхта және т.с.с.) өсуі туристік қызмет көлемінің және белсенділігінің алғышарты болып табылады. Қазіргі таңда Жердің әрбір тұрғыны XIX-XX ғасыр шекарасында тұрған ата-бабаларынан шамамен 4,5 есе бай екен. Ел байыған сайын жеке тұтыну құрылымы өзгеріп тұрады, мысалы, туристік қызмет пен тауарларына деген сұраныс өте жылдам өседі.

Жұмыстан, дене қажеттерінен, үй шаруашылық жұмыстарынан кейін қалған бос уақыт туризм дамуының алғышарты болып табылады. Бос уақыт бұрын қоғамның өте жұқа табының олжасы болса, XX ғасырда кең бұқара оған ие болды, яғни көпшілік халық туризммен айналасуға мүмкіндік алды.

30-шы жылдары дамыған елдер жұмыскерлер еңбегін реттейтін заңнамаларын қабылдаған кезде халықаралық туризмінің өсуі байқалған. Ақылы кезекті демалыстардың пайда болуы (АҚШ – 1914 ж., Аустралия мен Жаңа Зеландия – 1919 ж., КСРО – 1922 ж. және т. б.) туризм үшін өте маңызды болды. Қазіргі кезде 500 миллиондай жалданған жұмыскерлердің жылдық кезекті ақылы демалысқа құқығы бар, ал олар туристік қызметтердің потенциалды тұтынушылары болып табылады.

Қоғамның әлеуметтік-кәсіптік құрылымы да туристік белсенділікке әсер етеді. XX ғасырға дейін туризм ақсүйектер туризмі болған. Туризмнің алғашқы түйнектері Ежелгі Грекия мен Римде пайда болған. Гректер мен римдіктер – лауазымды тұлғалар, ақсүйектер, бай адамдар ұзақ сапар жасаған алғашқы адамдар болған сияқты.

Орта ғасырларда жас және бай ағылшындар білім алу мақсатында континентке аттанады (грандтур). Франция мен Италияға барып өнердің ең биік жегістіктерімен екі-үш жыл ішінде танысу үшін қыруар ақша жұмсалған: шет елде оқу үшін жылына үш-төрт мың фунт стерлинг қажет болған. Алайда, XVII ғасырдың екінші шенінен бастап, байыған буржуазия, аристократтарды ығыстырып, еуропалық мәдениетке ортақ болу мақсатында континентке ұмтылды.

XIX ғасырда саяхат жасау сәнін қаржы капиталының пайызын немесе құнды қағаздар дивиденділерін пайдаланып өмір сүретін рантье жалғастырды: ол үшін бұлардың қаражаты

да, бос уақыты да жеткілікті болған. 1899 жылы ағылшын рантьелерінің табысы 90-100 млн. фунт стерлингке жетіп, саудада бірінші қатардағы ел болып есептелетін Ұлыбританияның сыртқы сауда табысынан бес есе асып түсті.

XX ғасырда туристік қозғалыс жаппай сипатқа ие болды. Туристік қозғалысқа бірте-бірте жаңа әлеуметтік топтар қосыла бастады. Олар қазіргі туристік нарықтың конъюнктурасын қалыптастырады.

Туризм дамуы мен туристік сұранысқа әсер ететін объективті факторларға экономикалық және қоғамдық байланыстардың нығаюын, мемлекеттік саяси тұрақтылығын, көліктегі прогресті, туризмнің материалдық базасының жетілдірілуін, туристік нарықтағы бағалар деңгейін жатқызуға болады.

Материалдық-техникалық факторлар: орналастыру, көлік, тамақтандыру, сауда – халықаралық туризм дамуында өте маңызды рөл атқарады. Туристік инфрақұрылымның материалдық базасы өте маңызды: атап айтсақ бұл қонақ үйлер, мотельдер, бунгало, туристік деревнялар (ауылдар), турбазалар, кемпингтер, меншікті пәтерлер және т. б.

Туристерді тамақтандыру маңызы түнеу орны рөлінен кем емес. Қысқа уақытта көптеген туристерге тамақтандыру қызметін көрсетіп үлгеру қажет. Тамақтандыруды ұйымдастырғанда туристік саяхаттардың маусымдық сипатына байланысты проблемалар туындайды.

Әдетте туристердің ең көп саны жазғы айларға келеді, сондықтан кейбір азық-түлікті алдын ала жинақтап қоймаға сақтап қою қажет болады. Ол үшін заманға сай тоңазытқыштар керек. Екінші қиын мәселе – қоғамдық тамақтандыру кәсіпорындарындағы орын жетіспеуі. Мұндай мәселені шешу үшін таза ауада орналасқан жеңіл павильондар мен буфеттер ашылады.

Туристік қозғалысты кеңейтудің материалдық негізі көлік болып табылады. Қазіргі көлік бұрынғыға қарағанда қауіпсіз, жылдам және жайлы болды. Халықаралық туризм үшін туристік саяхатта көлік байланысында үзілістердің болмауы маңызды. Ол үшін жергілікті, ұлттық және халықаралық көлік құралдары арасындағы байланыстарды қамтамасыз ету қажет. Сапалық



көрсеткіштер – жылдамдық, көлік құралдарының техникалық қауіпсіздігі, тасымалдың жүйелігі де өте маңызды болады.

Көліктің ең маңызды қасиеттерінің бірі жылдамдық болып табылады. 1815 жылы ең үлкен жылдамдық сағатына 15 км болса, қазір 2000 шақырымнан асып кетті. Сонымен қатар, қауіпсіздікке қойылатын талаптар едәуір өсті.

Темір жол көлігі қарқынды дамып келе жатыр: локомотив қуаты өсті, жаңа пассажир вагондары пайда болды, темір жолдар торы кеңейді. Басқа көлік құралдарына қарағанда бағасы төмен болғандығынан темір жол көлігі бұқаралық туризмде кең пайдалануы сөзсіз.

Су жолдарының артықшылығы – оларды табиғаттың өзі дүниеге келтірген. Теңіздегі, өзендердегі саяхаттарда демалыс пен танымдық туризм бір-бірімен тамаша үйлеседі.

Автомобиль көлігі икемді, тікелей байланыстарға лайықты болғандығынан туристік саяхат мүмкіншіліктерін ұлғайтады. Автобус тасымалы темір жол тасымалынан арзан, яғни бәсекелестік қабілеті жоғары. Тағы бір артықшылығы: автобуста бір экскурсия жүргізушісі 30-50 туристерге қызмет көрсете алады.

Жеке меншіктегі автомобильдердің саны жылдам өсуде. Жеңіл машинаның көптеген артықшылықтары бар: жеңіл машинамен жүрген туристер өз еркімен, тәуелсіз түрде жүреді және де ұжым мүдделеріне тәуелді емес.

Алайда автотуризм дамуы жолдардың жақсы күйін, жанармай станцияларын, сапалы автосервисті қажет етеді. Қалай да болса, автотуризм туризмнің үлкен болашағы бар түрі деп айтуға болады.

Әуе көлігінің материалдық-техникалық базасы кенеюде, техникалық-эксплуатациялық қасиеттері (жылдамдық, жүйелік, тасымалдау қабілеті, сыйымдылығы) жетілдірілуде, сондықтан әуе көлігінің жолаушыларды (оның ішінде туристерді) тасымалдауындағы үлесі өсіп келе жатыр.

Туризм дамуына септігін тигізетін барлық аталған факторлар саяси жағдайы нашар болса өз маңызын жоғалтады. Халықаралық туризм елдер арасындағы қатынастарға өте сезімтал келеді. Саяси тұрақсыздық пайда болған аудандарға баратын туристер ағымы бірден-ақ тоқтайды. Мысалы, туристік

сұраныс Парсы шығанағындағы дағдарыс кезінде мүлдем азайып кеткен, және де бұл дағдарыс Оңтүстік-Шығыс Азия, Африка, Еуропа елдеріндегі халықаралық туризм көрсеткіштеріне де кері әсерін тигізген.

Статистика мәліметтер бойынша халықаралық туризм көлемі жыл сайын өсуде. Бұл ХХ ғасырдың екінші жартысында қалыптасқан жаңа саяси жағдайға байланысты. Кейбір бөлек жылдарда саяси немесе экономикалық конъюнктураға байланысты халықаралық туризм көрсеткіштері төмендейді. Алайда туристік келулер мен туризмнен түсетін табыс жалпы өсіп келе жатыр деп айтсақ қате болмас.

### *Қайталау сұрақтары*

*1. Халықаралық туризм дамуының статикалық және динамикалық факторларын атап беріңіз.*

*2. Халықаралық туризм дамуының статикалық факторларына сипаттама беріңіз.*

*3. Халықаралық туризм дамуына төменде аталған факторлар:*

- демографиялық факторлар;*
- урбандану;*
- азаматтардың материалдық игілігінің өсуі;*
- бос уақыттың көбеюі;*
- қоғамның әлеуметтік-кәсіби құрылымы;*
- материалдық-техникалық факторлар;*
- саяси факторлар*

*қалай әсер етеді?*

## **§ 4 Қазіргі халықаралық туризм статистикасы**

Туристік ағымдардың жүйелі есептері ХХ ғасырдың бірінші жартысында басталды. 1929 жылы Австрияға 2 млн., Швейцарияға 1,5 млн., Италияға 1 миллионнан астам адам келіпті. Бірқатар еуропалық елдерде саяхаттар статистикасы қалыптаса бастаған, бірақ ол қосалқы деректер сипатына ие болған. Мәліметтер ұлттық қауіпсіздік, көш-қон үрдістерін бақылау, салық салу заңнамасын орындау мақсатында жиналған.

Туристер бөлек категория болып есептелмеген де, басқа саяхатшылармен бірге тіркеле берген.

Халықаралық статистиканың жаңа кезеңі 40-шы жылдардың соңында – 50-ші жылдардың бас шенінде басталды. Соғыстан кейінгі қиын жағдайда үкіметтер халықаралық туризмге үлкен үміт артады: төлем балансының жандануына, қаржылық тепе-теңдігіне, экономикалық өркендеуге бұл сала септігін тигізеді деген ой болған.

60-шы жылдары Батыс елдері мен халықаралық ұйымдар дамушы елдер ахуалына көңіл бөле бастаған. БҰҰ Бас Ассамблеясы 1960 ж. отар елдері мен халықтарға тәуелсіздік беру туралы Декларациясын қабылдап, алдағы онжылдықты «Даму декадасы» ретінде жариялады. Үшінші әлем елдері үшін кеңесшілер экономика дамуының бағдарламаларын әзірледі. Бұл бағдарламаларда туризмге ерекше назар аударылған.

Туризмнің көлемі мен экономикалық маңызының өсуімен бірге статистиканың дамуы арта береді. Бірте-бірте қарапайым тіркеу операциялары күрделенеді және оларға туристік миграцияны талдау элементтері кіре бастайды. Қазіргі кезде туризм статистикасының мақсаттары мынадай: халықаралық туризмнің ел экономикасына жасайтын үлесін, оның ішінде төлем балансына тигізетін әсерін бағалау; халықаралық туризм дамуының негізгі бағыттары мен тенденцияларын анықтау; оның материалдық-техникалық базасын жоспарлау; маркетинг зерттеулерін жүргізу және туристік өнімді потенциалды тұтынушыларға жылжыту.

Статистикалық бақылаулардың пайдаланушылары – үкімет, туристік ұйымдар және туристік тауарлар мен қызметтерді өндіретін кәсіпорындар.

Халықаралық туризм статистикасы екі негізгі тараудан тұрады: туристік ағымдардың статистикасы және туристік табыстар мен шығындардың статистикасы. Туристік ағымдардың негізгі көрсеткіштері – елге шетел келушілердің саны және олардың осы елде болу мерзімі. Келу саны дегеніміз белгілі бір елге белгілі уақыт ішінде (бір жыл) келген тіркелген шетел туристер саны. Бір сапар ішінде турист бірнеше елге баруы мүмкін болғандықтан, олардың саны елдерге бару санынан төмен. Туристік ағымдар көлемі үнемі өсуде. Шетел

туристерінің келуі жөніндегі статистикалық мәліметтер туристер тұрақты тұратын елдері бойынша, келу айлары, пайдаланған көлігі және саяхат мақсаты бойынша топтасады.

Шетел туристерінің елде болу мерзімінің есеп бірлігі ретінде түнеу немесе тур-күн [бір туристің белгілі бір жерде (елде) бір тәулік бойы болуы] қабылданған. ЮНВТО нұсқауына сәйкес, шетел туристердің түнеулері туралы статистикалық мәліметтері айлар бойынша, орналасу құралының типі мен категориясы бойынша және аумақтары бойынша топтастырылады.

Шетел туристерінің елде болу мерзімі елдер бойынша бірдей емес: бұл уақыт қабылдаушы елдің туристік мамандандырылуына (діни, іскерлік, ойын-сауық, демалыс т.б.), ішкі нарығындағы бағалар деңгейіне, туристік ағымдарының сипатына (транзиттік немесе осы жерде аяқталатын) және басқа факторларға байланысты болады.

Келу статистикасы туристік ағымдардың көлемі туралы жалпы мәлімет беріп тұрса, елде болу ұзақтығының статистикасы туристік саяхатқа сипаттама береді. Транзиттік және белгілі жерде аяқталған сапарлар жөніндегі ақпарат туристердің әралуан топтарының орналастыру қызметтеріне деген сұраныстарын зерттеу кезінде қолданылады.

Туристік ағымдардың көрсеткіштері елге келген шетел туристерінің статистикалық есебімен бірге, шет елдеріне баратын жергілікті халықтың есебінде де қолданылады. Нәтижесінде кіру және шығу туризмі жөніндегі мәліметтерді салыстыруға болады.

Туристік алмасуды туристер саны және ақша түрінде өлшеуге болады. ЮНВТО (ДТҰ), ХВҚ, басқа да халықаралық ұйымдар ұсыныстарына сай, туризм статистикасында төлем балансында көрініс табатын қос құндық көрсеткіштер: халықаралық туризмге жұмсалған шығындар мен одан түскен пайдасы – қолданылады.

Халықаралық туризмге жұмсалған шығын дегеніміз белгілі бір ел тұрғындарының шет елінде туристік мақсатта болған кезде жұмсаған ақшасы. Бұған «таза» туристердің шығындарымен бірге экскурсанттардың шығыны да кіреді. Еуропа елдерінің ішінде халықаралық туризмге Германия азаматтары ең көп ақша жұмсайды, немесе Еуропа елдерінің жұмсаған

қаражатының бір ширегі. Екінші орында Ұлыбритания, одан кейін Италия, Франция, Нидерланды. Тізімнің соңында Грекия қалып тұр.

Халықаралық туризмнен түсетін табысқа шетел туристерінің уақытша болған елде жасаған шығындары, оның ішінде ел ішіндегі көлік пен сауда шығындары кіреді. Халықаралық көлік тасымалына жұмсалған ақша статистикада бөлек есептеледі.

Халықаралық туризмнің статистикасы мәліметтерді жинаудың түрлі формаларын пайдаланады. Статистикалық байқаулар ресми есеп беру немесе арнайы зерттеу арқылы жүргізіледі. Бірінші формасында статистикалық мәліметтерді кәсіпорындар, мекемелер, ұйымдар және т. б. бекітілген үлгі мен белгілі мерзімде беріп тұрады. Туризм туралы мәліметтер көбінесе осындай есептер арқылы жиналады. Бірақ бұл әдіс туризм статистикасын жан-жақты толықтыра алмайды. Сондықтан жетіспейтін мәліметтер арнайы зерттеулер, санақтар арқылы жинақталады.

Статистикалық бақылаудың ең көп тараған әдістері – шекарадағы тіркеу және орналастыру құралдарындағы келулерді тіркеу болып табылады.

Шекарада (барлық бақылау-өткізу пункттерінде, әуежайларда, порттарда т.с.с.) елден шыққан немесе елге кірген кезде кедендік бақылау өтеді. Саяхатшылар жөніндегі ақпарат көздері – келу карточкалары мен осыған сәйкес формалар, паспорттар мен визалар. Бұл құжаттарда туристердің жынысы, жас мөлшері, азаматтығы, сапар мақсаты мен мезгілі, пайдаланатын құралдары және т. б. мәліметтер белгіленеді. Мұндай әдістің кең қолдануымен бірге, оның кемшілігі де бар: туристердің санын шекарадан өту саны бойынша есептегенде бір адамды бірнеше рет санап қоюы мүмкін, сондықтан туристік ағымдар көлемі шын көлемінен асып кетеді.

Туристердің санын бір жерден екінші жерге барғанда да, тоқтаған жерлерінде де есептейді. Қонақ үйлер мен басқа орналасу құралдарында келулердің ағымдағы тіркеуін жасайды. Әрбір келуші тіркеу карточкасын толтырады. Онда келген адам саны, азаматтығы немесе тұратын елі, келген күні мен отельде (кемпингте т. б.) болу уақыты жазылады. Мұндай мәліметтер қонақ үй базасының толықтырылуын қадағалауға мүмкіндік

туғызады. Алайда, орналастыру құралдарының барлығы статистикалық есептерін бере бермейді. Мысалы, жиһазданған бөлмелерде, пансионаттарда, меншікті пәтерлерде тоқтаған туристер тіркелмейді. Нәтижесінде туристік ағым көлемі шын көлемінен төмен болып көрсетіледі.

Статистикалық бақылаудың негізгі әдістерімен қоса арнайы бақылау жүргізілсе туристік ағымдардың есебі өте дәл болады. Мұндай жүйе Ұлыбритания, Франция және Бельгияда қолданылады.

Арнайы зерттеулер әртүрлі әдістермен өткізіледі. Кейде келушілердің белгілі бір тобына қатысы бар фактілер қарастырылады. Мысалы, тек қана іскерлік мақсатында немесе автомобильде сапар жасайтын тұлғалар, немесе зерттелетін ауданнан (елден) келетін тұлғалар тіркеледі. Басқа жағдайда уақытша келушілердің ең үлкен жігі зерттеледі.

Туристік шығындар мен табыстарды әртүрлі әдістермен есептейді. Халықаралық туризмнен түсетін валюталық табыстарды банк есептері немесе сұрапталуық зерттеу арқылы анықтайды.

Банк әдісінің мәні: халықаралық туристер жасайтын валюталық операциялары жөніндегі ақпарат жинақталады. Орталық (Ұлттық) банк коммерциялық банктер мен валюта айырбастау пункттері арқылы туристік шығындарды есептейді. Банк әдісі Франция мен басқа еуропалық елдерде қолданылады. Бұл әдістің бірталай артықшылықтары бар: туристерден қосымша ақпарат алуды қажет етпейді, шекаралық формалдылықтары мен статистикалық органдардың жұмысын қиындатпайды. Дегенмен, банк әдісімен бақылау жасағанда қателер пайда болуы мүмкін. Бұның себептері мынадай:

- валютаның параллелді нарығының бар болуы және қаржылық шектен шығулық. «Қара нарығы» бар елдерде валюта ағымының бір бөлігі банк арналарын айналып өтеді. Шағын айырбастау пункттері кейде шетел банкноталарын сату-сатып алу фактілерін жасырып, халықаралық туризмнен түсетін валюталық түсім көлемін төмендетеді;

- жеке және заңды тұлғалар кейде ақшалай валютаны төлем құралы ретінде пайдаланғысы келмейді. Туристік кәсіпорындар мен ұйымдар өз жұмысында клиринг яғни шетел туристерімен

алмасу кезінде өзара есептесу-компенсацияларды қолданады. Осындай операциялар, және де туристік тауарлар мен қызмет үшін карточкалар бойынша төлем жасау әрекеттері банк әдісі қолданылған жағдайда есепке кірмейді;

- ерекше ірі ауқымды халықаралық валюталық операцияларды тіркеу кезіндегі ауытқулар. Кейбір елдерде тіркеуге жататын ұлтаралық операциялар үшін жоғары бастапқы деңгейі орнатылған. Орташа көлемдегі туристік шығындар осы деңгейден аспайды және статистикалық есептерде көрінбей қалады;

- уақытша болатын елде айырбасталмаған жергілікті валютаның турист қалтасында болуы. Өз елінде айырбастап әкелген немесе шетелде қарызға алған шетел валютасы банк әдісімен есептелетін статистикаға кірмейді;

- банк әдісі шетел туристерінен түсетін валюталық түсімі жөнінде аумақ бойынша дұрыс есептерді жасауға мүмкіндік бермейді. Есеп ақшаның шығу тегі елдері бойынша жүргізіледі, ал мұндай жағдай қателерге әкеліп соғады. Валюталық түсімдердің дәл есебін жүргізу үшін банк әдісін жүйелі түрде өткізілген арнайы зерттеулермен толықтыру қажет.

Сұраптаулық зерттеулер шетел саяхатшыларына бақылау-өткізу пункттерінде сауал жасау түрінде жүргізіледі. Осындай зерттеулердің мақсаты бір туристің тәуліктегі шығындары мен валюталық түсім көлемін анықтау болады. Мұндай зерттеулер АҚШ, Канада, Ұлыбритания, Ирландия мен Швейцарияда жүйелі түрде өткізіледі.

Сұраптаулық зерттеудің дұрыс құрастырылған жоспары дәл ақпарат алуға мүмкіндік береді. Бірақ, қандай да статистикалық зерттеу болса да, қате пайда болуы мүмкін. Әртүрлі ауытқулардың себептері мынадай:

- шетел туристерінің қосымша жайғасу орындарындағы түнеу санының дәл есебінің болмауы;

- есеп жасаудың біркелкі әдістемесінің болмауы. Зерттеуге жататын бірліктер жүйесіз түрде – бір жағдайда әрбір бесінші шетел туристі, басқа есептерде мыңыншы турист таңдалады;

- есепке алынған туристердің репрезентативтік сипатта болмауы яғни дәл осындай құбылысты дұрыс көрсетуге жарамайтындығы. Мұндай жағдайда зерттеуге таңдалған яғни

сұрапталған топтар барлық шетел туристер жиынтығын толық түрде сипаттай алмайды.

Халықаралық деңгейде көрсеткіштерді салыстырған кезде көптеген қиындықтар пайда болады. Статистикалық мәліметтер саны, оларды жинақтау әдістері, құн көрсеткіштері, қолданылатын классификациялар әр елде өзінше қолданылады. Тіпті «турист» деген бастауыш ұғымының анықтамасы да бірдей емес. Сонымен қатар, тұрғын жерінен тыс болу мерзімін (1-5 түнеу және одан артық), жас сатыларын, сапар мақсатын анықтағанда айырмашылықтар байқалады.

Туризм жөніндегі статистикалық мәліметтерді жинау, өңдеу, талдау және тарату ісі ЮНВТО қызметінің өте маңызды бағыты болып тұр. Оның басқару органы – Атқару кеңесінде Статистика бойынша комитеті, ал секретариат құрамында статистика секторы ұйымдастырылған. Бұл бөлімшелерге анықтама аппаратын реттеу, статистика қағидалары мен әдістерін әзірлеу, сауалнамалар мен мәліметтерді өңдеуге жәрдемдесу, тәжірибемен, мамандармен алмасуды қамтамасыз ету міндеттері артылған.

1991 ж. шілде айында ЮНВТО, Канада үкіметімен бірігіп, Саяхаттар мен туризм статистикасы бойынша халықаралық конференциясын өткізді. Онда бірқатар құралдар, ұсыныстар мен нұсқаулар, оның ішінде «Туризм аясындағы статистикалық сауалнама жасау әдістемелігі» оқу құралы және «Ұлттық туристік әкімдік (ҰТӘ) құрамындағы статистика қызметін қалыптастыру және оның іс-әрекеті» деген ЮНВТО басты директивалары ұсынылды. Оттава конференциясының нәтижесінде ЮНВТО Туризм статистикасы бойынша Ұсыныстарын әзірледі. Олар 1993 жылы қабылданды.

Ұсыныстарда статистикалық ақпараттың ұлттық және халықаралық деңгейіндегі үйлесімділігіне ерекше назар аударылған. Ол үшін туризмнің анықтамасы берілген, оның негізгі түрлері (ішкі, кіру, шығу туризмі) белгіленген, халықаралық және ішкі келушілер түсініктері дәлденген, «ұлттық туризм» мен «ел ішіндегі туризм» деген жаңа ұғымдар енгізілген. Құжаттың арнайы тармағы туристік шығындарға, олардың құрылымы мен төлем балансындағы көрсеткіштерге арналған.



Сонымен қатар, ЮНВТО-ның ұсыныс жөніндегі баяндамасына Туризмдегі қызмет түрлерінің Стандарттық халықаралық классификациясы СИКТА (ТҚТСХК) да кірді. СИКТА (ТҚТСХК) мақсаты – туризмнің толық статистикалық көрінісін жасау; туризммен байланысты экономикалық іс-әрекет нәтижелерін ұлттық шоттарда жан-жақты көрсету; туристік статистикалық мәліметтерді салыстыруды жеңілдету мақсатында экономиканың туристік секторының шекараларын орнату; туристік нарық конъюнктурасы жөніндегі ақпараттың ақиқаттығын арттыру; туризмнің халықаралық сауданың дамуына жасайтын үлесіне және елдің төлем балансына тигізетін әсеріне баға беру болып табылады. СИКТА (ТҚТСХК) 1993 жылы БҰҰ Статистикалық комиссиясымен уақытша классификациясы ретінде қабылданды.

### *Қайталау сұрақтары*

- 1. Қандай факторлардың әсерінен туристік статистика ең алғашқыда қалыптаса бастаған?*
- 2. Халықаралық туризм статистикасында қандай көрсеткіштер негізгі болып табылады?*
- 3. Туристік ақпаратты жинақтаудың қандай формалары бар?*
- 4. Статистикалық бақылау рөлі қандай?*
- 5. Туристік келулерді тіркеу әдістері қандай?*
- 6. Туристік табыстар мен шығындар есебінің әдістері қандай?*
- 7. Статистикалық байқаудың банк әдісінің артықшылықтары мен кемшіліктері қандай?*
- 8. Туризмдегі сұраптаулық зерттеу деген не және ол қалай өткізіледі?*
- 9. ЮНВТО-ның туризмдегі статистика дамуындағы рөлі қандай?*
- 10. Туризмдегі қызмет түрлерінің Стандарттық халықаралық классификациясы СИКТА (ТҚТСХК) жөнінде айтып беріңіз.*

## § 5 Халықаралық туризм дамуының қазіргі тенденциялары

80-ші жылдардың орта шенінен бастап экономикалық конъюнктураның нашарлауы туристік тұтыну құрылымына үлкен әсерін тигізуде. Дамыған елдердегі дағдарыспен бірге халықтың тұтыну қабілеті төмендеуде. Жұмыссыздар саны шұғыл өсуде. Дағдарыс туристік қызметтің негізгі тұтынушыларына – қоғамның орта таптарына ең үлкен әсер тигізіп, оларды өз бос уақытын ұйымдастырудың жаңа жолдарын іздестіруге итермеледі.

Экономикалық конъюнктураның нашарлауына байланысты, әлеуметтік сферадағы өзгерістер туристік сұранысқа әсер етуде. Зейнетке шығу жас мөлшері төмендеді, жылғы демалыс мезгілі ұзартылды, еңбек аптасы қысқартылды, жұмыстың қатаң емес графигі енгізілуде. Осының нәтижесінде **жұрттың бос уақыты көбейіп, туристік қызмет тұтынушыларының шеңбері кеңейді.**

Жасы келіп қалған адамдардың туристік белсенділігі жоғары. Экономикалық дағдарыс жағдайында қиыншылықтарға ұшыраған кейбір кәсіпорындар зейнет жасына жетпеген адамдарды демалысқа шығарып салуда. Мұндай адамдар әлі де болса мықты, ширақ, бос уақыты мол және қаражатын саяхат жасау үшін жұмсауға дайын, сондықтан жұрттың бұл тобы ішкі және халықаралық туризм нарығына ойдағыдай әсер етеді.

Сонымен бірге, туристік сұраныс субъективті факторлардың әсеріне де байланысты. Жаңа құндылықтардың пайда болуымен бірге адам психологиясы да өзгереді. Бұл өзгерістердің себептері мынадай:

- әр тұлға өз қабілеттерін еркін іске асыра алады;
- басқа тұлғалармен, әлеуметтік топтар және мекемелермен қатынас жасау жеңілдеді және де адамның өз тандауына байланысты;
- табиғатқа деген жаңа көзқарастың қалыптасуы.

Аталған факторлар туристік тұтынуға біршама өзгерістерді енгізді. Экономикалық жағдайдың нашарлауы мен бос уақыттың көбеюіне байланысты екі басты тенденция орын алып тұр: **демалыс уақытының бөлінуі мен қысқа мерзімді**

**сапарлар санының көбеюі.** 80-ші жылдардың басында Австрия мен Ұлыбританияда халықтың 20% жаз бен қыс мезгілінде демалысқа барған, ал 10% жылына үш немесе одан да көп рет саяхатқа аттанған. Мұндай жағдай Италия, Германия, Еуропаның басқа да елдерінде байқалады. Турлар қысқа бірақ жиі болып кетті. Бұл құбылыс батыс әдебиетінде «интервалдармен (үзілістермен) жасалатын саяхаттар» деп аталды.

«Интервалдармен жасалатын саяхаттар» туристік фирмалар үшін табысты іс болып, олар осындай турлар сұранысын қолдауға ұмтылды. Себебі – жай ғана туристерге қарағанда қысқа мерзімді келушілердің бір күндік шығындары олардан жоғары болады. Және де, осындай саяхаттар сұранысы жыл он екі ай жоғары болады (сәуір, қыркүйек, қазан, ақпан айларында сәл ширайды), яғни қонақ үй мен көлік жұмысының маусымдық тұрақсыздығын төмендетеді.

Батыс Еуропа жұрты демалыс және мереке күндеріндегі маршруттарды ұнатады. Бұларға көрмелерге, мұражайларға, галереяларға, ұлттық саябақтарға, карнавалдарға, дегустацияларға, дүкендерге бару әуесі кіреді.

Қысқа мерзімді сапарлар үшін көбінесе жеке меншікті автомобильдер қолданылады. Түнеу үшін осындай туристер қонақ үйлерді пайдаланады.

Қысқа мерзімді сапарға шыққан туристердің батыс еуропалық нарығында басты «жіберушілері» Германия мен Ұлыбритания. Еуропа елдерінің ішінде қысқа мерзімге келушілерінің саны бойынша бірінші орында Франция орналасады. Осы елге Германия, Бельгия, Ұлыбритания, Италия, Испания елдерінен келетін туристер ағылып тұрады. Жыл сайын Францияда қысқа мерзімді туризм 25%-ға өседі яғни ұзақ мерзімді туризммен салыстырсақ 3-4 есе жылдам.

Тағы бір тенденция – **қарт адамдардың туристік сұранысының өсуі.** Бос уақыты мол зейнеткер үшін туристік сапар белсенді өмір сүру формасы болып табылады. Қазіргі қарт адамдар бұрынғы қарттарға қарағанда белсенді, ширақ, жігерлі болады. Еуропада туристік бум басталғанда олардың жасы шамамен отызда болған. Сол кезден бастап олар саяхаттарға белсенді қатыса бастаған, содан бері туризм өмірлерінің толыққанды бір бөлігі болып кеткен. Қарттар әдетте топтық

турларды ұнатып, әртүрлі ұйымдар мен тураганттіктердің қызметін пайдаланады.

Қарт туристердің үлкен жігі арнайы туристік өнімді қажет етпей жастармен бірге демала береді. Бірақ, кейбір сапарларды, мысалы, круиздік және автобустық турларды әсіресе жасы елу бестен асқан тұлғалар жақсы көреді.

Денсаулығы нашар қарт адамдар да құр қалмайды. Олар да саяхат жасауды ұнатады. Халықтың бұл тобы үшін «төртінші жас» бағдарламалары ұйымдастырылады. Мұндай бағдарламаларды «Дайнэдж Ассосиэйшен» (Дания), «Сенье Ваканти План» (Нидерланды) немесе «Свериджес Пенсионарсфорбинд» (Швеция) сияқты арнайы құрылымдар іске асырады. Алдыңғы қатардағы туристік фирмалар, осы тенденцияны ескеріп, өз жұмыстарына өзгерістер енгізуде.

Демалыс стилінде де өзгерістер пайда болуда. **«Yш S» – Sea-Sun-Sand (теңіз-күн-жағажай)** қағидасының орнын **«үш L» – Lore-Landscape-Leisure (үлттық салт-дәстүрлер-пейзаж-бос уақыт)** формуласы алууда.

Күнделікті үйренішті болмыстан шаршаған адам жергілікті ерекшеліктерге, басқа елдердің тұрмысына, мәдениетіне, жүріс-тұрысына ерекше назар аударады. Белсенді демалыс қажеттілігі де баршаға мәлім. Жұрт бұлшық етіне түсетін ауыртпалықтың жетіспеулігін толықтыру үшін, өндіріс пен тұрмыстағы кернеуді төмендету үшін саяхатқа аттанады.

Рекреациялық мотивацияның эволюциясы жеке еркіндіктің кеңеюі жағдайында өтеді. Әр адам қандай да болсын ешқандай сыртқы қысымсыз, өз еркімен өз туристік сапар бағдарламасын таңдағысы келеді.

Атақты француз туризмологы М. Бретон-Жерар (M. Breton-Gerard) айтуынша, «Бүгінгі таңда турист шытырман оқиға іздеп, спортшыға ұқсай бастайды. Өз көңіл-күйі мен ауа-райының жағдайына қарамастан, өз қабілетінен асып түскісі келеді де табиғатпен жүздесе бастаған уақытынан бастап өзі де өзгереді. Енді турист жолға тәуелсіздік, ойын-сауық пен өмір күшін қуып аттанады. Өзіндік, жеке қасиеттерін көрсеткісі келеді. Оған ұжымдық қасиет тән емес. Аз уақытқа болса да, көпшілік жұрттан қашып кеткісі келеді, үйренбеген өмір дәмін татқысы келеді» [46].

## Қайталау сұрақтары

1. Халықаралық туризм дамуының XX ғасырдың 80-ші жылдарында жаңа тенденциялардың қалыптасуына әсер еткен негізгі факторларды атап шығып, оларға сипаттама беріңіз.
2. «Үзіліспен жасайтын саяхаттар» жөнінде айтып беріңіз.
3. Қарт адамдардың туристік сұранысының кеңеюі тенденциясы жөнінде әңгімелеп беріңіз.
4. Үш «S»-тен үш «L»-ге бірте-бірте өту туралы айтып беріңіз.

## § 6 Әлемдік халықаралық туризм географиясы

Көптеген жағымсыз факторларға, мысалы, саяси және экономикалық тұрақсыздық, ланкестіктің өршуі сияқты жағдайларға қарамастан, соғыстан кейінгі халықаралық туризм экономиканың сенімді де мықты түріне айналды. Әдетте экономикалық тоқырау кездерінде сұраныс не бұрынғы қалпында қалған, не экономиканың сауығанынан кейін бұрынғы деңгейіне жеткен. Бірақ бұл үрдіс барлық туристік орталықтары арасында бірдей түрде байқалмайды. Кейбір орталықтар сәннен шығып кеткенінен немесе туристердің қауіпсіздігін одан әрі қамтамасыз ете алмағанынан ұмытылып кетті.

ЮНВТО өткізген әлемдік туризмнің зерттеуі халықаралық туризміндегі ойдағыдай өзгерістерді анықтады. Еуропаға 1985-1996 ж. келген туристер санының үлесі 65-тен 59% дейін, ал түскен табыс 53-тен 51% дейін төмендесе, дәл осы уақытта Шығыс Азия мен Тынық мұхит аймағының (ШАТ) елдерінде бұл көрсеткіштер әлдеқайда өсті: 9-дан 15% дейін және 11-ден 19,5% дейін. 1950-1960 ж. жалпы әлемдік келулеріндегі осы аймақтың үлесі бір-ақ пайыз болған, 1970 ж. 3% жетті, 1980 ж. – 7, 1990 ж. – 11, 1996 ж. –15% болды. Халықаралық туризмнен түскен ақша үлесі де үнемі өсуде: 1950 ж. – 1,4%, 1960 ж. – 2,8, 1970 ж. – 6,2, 1980 ж. – 7,3, 1996 ж. – 19,5% жетті. Бұл көрсеткіштер Аустралия, Гонконг, Индонезия, Корея, Сингапур,

Таиланд сияқты елдердің туризм саласының қарқынды және тұрақты дамуын суреттейді.

Африка, Таяу Шығыс пен Оңтүстік Азияның халықаралық туризмдегі 50-90-шы жылдарындағы үлесі шамалы болған, бірақ өзгеріп тұрды. Бұл аймақтар Еуропа, Солтүстік Америка, ШАТ аймақтарымен шетел қонақтарының келуі бойынша да, халықаралық туризмнен түсетін пайдасы бойынша да бәсекелесе алмайды. Мұның астары экономикалық проблемаларда жатыр. Осы аймақтардың туристік орталықтары туристерді шығаратын елдер үшін қызықты нарығы болып табылады. Мұнда халықаралық туризмге кері әсерін тигізетін ланкестік актілері мен соғыс шайқастары болып жүрсе де, туристер шығаратын елдердегі экономикалық қиындықтарынан осы аймақтадағы туризм одан да көп зардап шегеді.

14-ші кестеде ЮНВТО белгілеген алты аймақтың алдыңғы қатардағы елдер-туристік орталықтар және осы елдерге туристік ағымдарды қалыптастыратын елдер тізімі келтірілген.

Әлемдегі негізгі туристік ағымдар Еуропаның (Ұлыбританиядан Францияға, Германиядан Испанияға т.с.с.), Американың (АҚШ-пен Канада арасында), ШАТ (Жапониядан Таиландқа) ішінде шоғырланған.

Аймақтар арасындағы ағымдардың ішінде Америка мен Еуропа арасындағы ағымдар бірінші орында. Мұның себебі – Атлантика үстінен өтетін әуе тасымалдаудың үлкен ұсынысы және бағалардың төмендеуі. Басқа негізгі бағыттар: Еуропадан ШАТ, Таяу Шығыс және Африка елдеріне; ШАТ елдерінен Америка мен Еуропаға.

90-шы жылдары жылына бір миллионнан астам шетел туристерін 50 ел қабылдаған, ал 23 елге 5 миллион және одан көп турист келіп кетті. 15-ші кестеде келген туристердің саны бойынша алдағы он ел тізімі келтірілген.

Туризмнен түсетін пайда бойынша АҚШ, Испания, Франция, Италия және Ұлыбритания алдыңғы орында тұр (16-кесте). ЮНВТО берген мәліметтері бойынша 2009 жылы Испания Франция мен Италиядан озып, АҚШ-тан кейін екінші орынға шықты.

ЮНВТО мәліметі бойынша, туристерді шығарушы алдыңғы қатардағы он елдің төртеуі еуропалық елдер.

## Әлем аймақтарындағы халықаралық туризм

Аймақтың туристік орталықтары болып табылатын елдер	Аймаққа туристерді жіберетін негізгі елдер
<b>Африка</b>	
Тунис, Марокко, Алжир, ОАР, Ботсвана, Кения, Зимбабве, Свазиленд	Франция, Германия, Ұлыбритания, Италия, АҚШ, Испания, Швейцария, Нидерланды
<b>Америка</b>	
АҚШ, Пуэрто-Рико, Канада, Доминикан Республикасы, Мексика, Багам аралдары, Аргентина, Бразилия	АҚШ, Ұлыбритания, Канада, Германия, Мексика, Франция, Жапония, Скандинавия елдері
<b>ШАТ*</b>	
Қытай, Малайзия, Гонконг, Жапония, Таиланд, Корея, Сингапур, Аустралия	Жапония, Ұлыбритания, АҚШ, Германия, Корея, Таиланд, Аустралия
<b>Еуропа</b>	
Франция, Австрия, Испания, Ұлыбритания, Италия, Германия, Венгрия, Швейцария	Германия, Нидерланды, Ұлыбритания, Франция, Италия, Скандинавия елдері, АҚШ, Бельгия
<b>Таяу Шығыс</b>	
Иордания, Египет, Сауд Арабиясы, БАӘ, Сирия, Бахрейн	Египет, Иордания, АҚШ, Германия, Ұлыбритания, Франция
<b>Оңтүстік Азия</b>	
Үндістан, Пәкістан, Шри-Ланка, Непал, Мальдивы, Бангладеш, Иран	Ұлыбритания, Үндістан, АҚШ, Германия, Франция, Жапония, Италия
* ШАТ – Шығыс Азия және Тынық мұхит аймағы	

Дерекнама: ЮНВТО

**2009 ж. туристерді қабылдауы бойынша алдағы он ел**

Ел	Туристер саны, млн. адам	Бүкіл әлемдегі үлесі, %
1. Франция	74,2	8,4
2. АҚШ	54,9	6,2
3. Испания	52,2	5,9
4. Қытай	50,9	5,8
5. Италия	43,2	4,9
6. Ұлыбритания	28,0	3,2
7. Түркия	25,5	2,9
8. Германия	24,2	2,8
9. Малайзия	23,6	2,7
10. Мексика	21,5	2,4
Әлем бойынша барлығы	880	100

Дерекнама: ЮНВТО

**Туризмнен түсетін пайда бойынша алдыңғы қатардағы он ел (2009 ж. халықаралық туристік түсімдер)**

Ел	Туризмнен түсетін пайда, млрд. долл.	Бүкіл әлемдегі үлесі, %
1. АҚШ	93,9	11,0
2. Испания	53,2	6,2
3. Франция	49,4	5,8
4. Италия	40,2	4,7
5. Қытай	39,7	4,6
6. Германия	34,7	4,1
7. Ұлыбритания	30,0	3,5
8. Аустралия	25,6	3,0
9. Түркия	21,3	2,5
10. Австрия	19,4	2,3
Әлем бойынша барлығы	852	100

Дерекнама: ЮНВТО



Туристердің шығындары бойынша бірінші орынды АҚШ алады, одан кейін Германия, Ұлыбритания мен Жапония. Жапония соңғы жылдары өз елінің оң төлем балансын қамтамасыз ету үшін азаматтарының шетел саяхат жасауын қолдайды [3].

Халықаралық туристік ағымдардың рецепторлары, сонымен қатар, шығарушы нарық болып табылады. Келетін туристер саны бойынша алдыңғы қатардағы кейбір елдер, мысалы, Шығыс Еуропа және Оңтүстік-Шығыс Азияның кейбір елдері, табысы бойынша бірінші болмауы да мүмкін.

Туристердің, демек, ақшаның алмасуы индустриялық және жаңа индустриялық елдер арасында өтеді. ЮНВТО мәліметі бойынша, алдыңғы қатардағы жиырма туристік елдер арасында дамушы елдер жоқ.

Туристік нарықты талдау мақсаттары мынадай:

- халықаралық туризм өсетін және төмендейтін аймақтарды анықтау;

- туристер саны мен олардан түсетін табыстардың географиялық таралуын, осындай айырмашылықтар динамикасының себептерін түсіндіру;

- халықаралық туризмнің экономикалық дамуының маңызды элементіне айналуына үлкен потенциалы бар елдерді анықтау.

Халықаралық туристік ағымдардың географиялық шоғырлануы сауданың географиялық шоғырлануына сәйкес, бірақ екі айырмашылығы бар.

Біріншіден, туризмнен түсетін пайда бойынша оң балансына ие боған елдердің, мысалы, АҚШ, Испания, Португалия, Грекияның сауда балансы кейде теріс болады. Керісінше, туристік алмасуда теріс балансы бар елдердің сауда балансы оң болады, мысалы, Германия, Жапония.

Екіншіден, индустриялық елдер арасындағы туристік қызметтер алмасуы, тауар саудасындағыдай, міндетті түрде ұқсас өнімдер алмасуы бола бермейді. Шынында да, индустриялық елдер арасындағы тауарлар алмасуы ең алдымен бір категориядағы тауарлар алмасуы түрінде өтеді, мысалы, АҚШ пен Жапония арасындағы автомобиль саудасы немесе Еуропа елдері арасындағы азық-түлік өнімдерінің сауда алмасуы. Мұндай сауданы сала ішіндегі сауда деп атайды. Туризмде ұқсас өнімдер алмасуы болады, мысалы, мәдени туризм

секторында, бірақ алмасу көлемі шағын. Әдетте туризмнің дәстүрлі түрлерінің алмасуы болады. Мәселен, Солтүстік Еуропа тұрғындары демалысын Жерортатеңіз курорттарында өткізсе, оңтүстік жылы елдерінің тұрғындары тау шаңғы курорттарын таңдайды.

### *Қайталау сұрақтары*

- 1. ЮНВТО ұсынған әлемнің 6 туристік аймақтарын атап беріңіз.*
- 2. Әлемдік халықаралық туризмнің XX ғасырдың екінші жартысындағы даму динамикасы жөнінде әңгімелеп беріңіз.*
- 3. Әлемдік халықаралық туризмнің қазіргі географиясы жөнінде әңгімелеп беріңіз.*
- 4. Әлемнің туристік аймақтарының негізгі туристік орталықтары мен олардағы басты туристерді шығарушы елдерін атап шығыңыз.*
- 5. Туристік келулер бойынша әлемнің алдыңғы қатардағы он елдерін атап шығыңыз.*
- 6. Туризмнен түсетін пайда бойынша әлемнің алдағы он елдің сипаттамасын беріңіз.*
- 7. Әлемнің әрбір туристік аймағындағы туристік нарықты талдау мағынасы неде?*

## **§ 7 Халықаралық туристік ұйымдар және олардың туризм дамуындағы рөлі**

Халықаралық туризмнің көптеген мәселелері мемлекетаралық деңгейде шешіледі, сондықтан халықаралық туристік ұйымдарды қалыптастыру қажеттілігі туындады. Туризмнің жалпы саясатының барлық елдерге жарайтын халықаралық-құқықтық реттелу мәселелері (туристік формалдылықтарды жеңілдету, туризм дамуын жеделдететін немесе тежейтін саяси-экономикалық шаралар және т.б.) тек осындай деңгейде шешілуі мүмкін.

Халықаралық туризмнің құқықтық реттелуі ең алдымен БҰҰ шеңберінде өткізіледі. БҰҰ қарамағында халықаралық

туризмнің құқықтық реттелуі мәселелері бойынша негізгі халықаралық конвенциялары әзірленіп, қабылданды. БҰҰ туризм мамандары мәселелері жөнінде, халықаралық туризм статистикасы бойынша бірталай халықаралық семинар мен коллоквиум ұйымдастырған.

Елдердің туристік және көлік ұйымдарының әрекеттерін үйлестіру қажеттілігі 20-шы жылдардың бас шенінде туындады. Осыған орай 1925 жылы Туризмді насихаттау ресми ассоциацияларының халықаралық конгресі, 1927 жылы Ресми туристік ұйымдардың халықаралық конгресі, ал 1930 жылы Туризмнің ресми ұйымдары мен насихатының халықаралық одағы ұйымдастырылады.

Туризм аясындағы халықаралық ынтымақтастықтың дұрыс әрекеттеспеуі оның дамуын тежей бастаған. Осыған орай 1947 жылы аталған үш ұйымның орнына Парижде Ресми туристік ұйымдарының халықаралық одағы (РТҰХО) ұйымдастырылды. Бұл ұйымға үкіметтік ұйымдармен бірге үкіметтік емес, бірақ өздерінің ұлттық үкіметтері оларды ұлттық туристік ұйымдары ретінде қабылдаған ұйымдары мүшелері болып 116 ел өкілдері кірді.

БҰҰ Бас Ассамблеясының 1969 жылғы 5 желтоқсан күні қабылданған резолюциясы бойынша үкіметтік емес РТҰХО, үкіметаралық Дүниежүзілік туристік ұйым (ЮНВТО) болып қайта ұйымдастырылды. Бұл оқиға халықаралық туризмнің экономикалық, мәдени, әлеуметтік маңызымен бірге оның саяси маңызын атап көрсетті.

Осы резолюцияға сәйкес, 1970 ж. 27 қыркүйек күні ДТҰ Жарғысының жобасы қабылданды. ЮНВТО Жарғысы 51 мемлекет оны ратификациялағаннан кейін 1975 жылы 2 қаңтар күні іске қосылды. Сондықтан ЮНВТО құрылуының ресми мезеті – 1975 ж. 2 қаңтар күні болып есептеледі. Қазіргі таңда ЮНВТО-ға 100 толық және 150 ассоциацияланған және қосылған мүшелері кіреді. Соңғы аталғандардың ішінде туристік агенттіктер мен ұйымдар, әуе компаниялары, туризмнің ғылыми мекемелері мен орталықтары, қонақ үй торлары мен қоғамдық тамақтандыру корпорациялары, кәсіби дайындық орталықтары және т. б.

ЮНВТО жарғысы ұйымның мақсаттарын, міндеттерін, сипатын, құрылымын және функцияларын бекітті. ЮНВТО негізгі міндеті – «экономиканың дамуына, халықаралық өзара тілдесуге, бейбітшілікке, өркендеуге, нәсіліне, жынысына, тілі мен дініне қарамай барлық адамдарды құрметтеуге және адам құқықтары мен еріктерін сақтауға үлес қосу мақсатында туризм дамуын қолдау» болып табылады [47].

ЮНВТО Жарғысы ашық болып саналады және онда мүшеліктің толық, ассоциацияланған және қосылған мүшелері дәрежелері ескерілген. Толық мүше статусы барлық егеменді елдер үшін ашық. Ассоциацияланған мүше статусы өзінің сыртқы қатынастары үшін жауапты емес аумақтарға немесе аумақтар топтарына беріледі. Қосылған мүше статусы туризмде арнайы мүдделері бар үкіметаралық және үкіметтік емес халықаралық ұйымдарға, және қызметі ЮНВТО мақсаттарына сәйкес осы қызметтерді жүргізуге қабілетті коммерциялық ұйымдарға беріледі.

ЮНВТО жоғарғы басқару органы – екі жылда бір рет жиналатын Бас ассамблеясы болып табылады. Басқару органдарының құрамына Атқару кеңесі мен Секретариат кіреді. Бас ассамблея алты аймақтық комиссияларын: Еуропа, Африка, Америка, Оңтүстік Азия, Таяу Шығыс, Шығыс Азия мен Тынық мұхит аймағының комиссияларын және Туризм бойынша жоғары халықаралық оқу орталығын тағайындайды.

Комиссияларға мынадай міндеттер артылады:

- бір стандартқа келтірілген туристік мотивациялардың (түрткілердің) жіктелуін жасау;

- саяхатшылардың әлеуметтік-экономикалық сипаттамаларын жасау;

- аудиовизуалды материалдарды даярлау;

- туристер және туризм аясының қызметкерлеріне сауалнама жасау;

- секторларды қолдау миссиясы.

Комиссиялардың қызметі БҰҰ даму бағдарламасы арқылы қаржыландырылады.

ЮНВТО Атқару кеңесі әрбір бес толық мүшеге бір адам қағидасына орай Бас ассамблея таңдайтын толық мүшелерден

тұрады, және де мұнда әділеттілік географиялық өкілділік принципі орындалады.

Кеңес тұсында бірқатар қосымша органдар: туристік формалдылықтарды жеңілдету комитеті, бюджеттік-қаржы комитеті, қоршаған орта комитеті және бағдарламалар мен координация бойынша техникалық комитет өз жұмысын атқарады. ЮНВТО бюджеті мүшелерінің жарналары арқылы қаржыландырылады. Жарна көлемі әр елдің экономикалық даму деңгейі мен осы ел үшін туризмнің маңызына байланысты.

Туризм индустриясы дамуының ЮНВТО шеңберіндегі ортақ стратегиясына жету үшін мынадай шаралар қажет болады:

- 1) туризм индустриясы дамуын жоспарлау;
- 2) ЮНВТО мүшелері болған елдердегі туризм мен демалыстың географиялық таралуымен байланысты мәселелері мен мемлекет саясатын талдау;
- 3) ұлттық және аймақтық жер пайдалану жоспарларын әзірлеу;
- 4) ресурстар қажеттілігі мен бүкіл адамзат мүдделерін үйлестіруін ескерумен туризм индустриясы дамуы және аймақтық жоспарлау арасындағы өзара байланыстарды талдау;
- 5) туризм индустриясы дамуының экологиялық салдарларын ескеру;
- 6) туризм индустриясы дамуының әлеуметтік салдарларын ескеру;
- 7) туризмнің даму жоспарларын іске асыру бойынша жалпы стратегия мен шараларды әзірлеу.

ЮНВТО елдер мен аймақтардағы туризмнің тұрақты даму жоспарларын әзірлеу әдістері мен жалпы стратегиясына, туристік іс-әрекеттің нормативтік-құқықтық базасына, туристік инфрақұрылымды тиімді пайдалануына, демалыс алқаптарындағы жер мен меншік құқықтарына, ұлттық парктер мен қорықтарды ұйымдастыруға байланысты саясатқа ерекше назар аударады.

ЮНВТО өз мүшелеріне мынадай екі қызмет түрін көрсетеді:

- 1) туризмнің халықаралық-құқықтық реттелуі аясында бұл ұйым өз мүшелері арасында тәжірибе алмасу жүргізген кезде қолданылатын заңнамалық құжаттарды сұраптау;

2) ЮНВТО туризм аясындағы құжатнама орталығының халықаралық туризм бойынша жаңа баспалардың ақпараттық библиографиялық тізімін шығару.

1980 жылы ЮНВТО Бас ассамблеясы 27 қыркүйек күнін (1970 жылы ЮНВТО Жарғысын қабылдау күні) Дүниежүзілік туризм күні ретінде жариялау шешімін қабылдады.

ЮНВТО жүйелі түрде 6 аймақ елдеріндегі халықаралық туризм дамуын талдайды. Туризм дамуына септігін тигізетін және оны тежейтін факторлар анықталады; шетел туристердің құқықтарын қорғау және олардың қауіпсіздік мәселелерін шешу жолдары іздестіріледі; туристік қызметтің диверсификациясы аясындағы мемлекетаралық қатынастардың формалары анықталады және туроператорлар мен туристерді қабылдайтын елдердегі серіктестері арасындағы, сонымен қатар, туристік қызмет тұтынушылары мен өндірушілері арасындағы байланыстардың құқықтық қамтамасыздану бағыттары анықталады.

ЮНВТО қарамағында ұлттық және халықаралық деңгейде туристік даму жоспарларын әзірлеу әдістемелігі жасалған.

1979 жылы Торремолинос қаласында (Испания) ЮНВТО Бас Ассамблеясының III сессиясы өтті. Онда Туризм хартиясы мен Турист кодексі жобаларын әзірлеу сұрағына ерекше назар аударылған. Аталған құжаттар 1985 жылы Софияда ЮНВТО Бас Ассамблеясының IV сессиясында қабылданды.

Туризм хартиясының I бабында: «Әр адамның демалыс пен бос уақыт, кезекті ақылы демалыс құқығы және заң шеңберінде шектеусіз саяхат жасау еркі бүкіл әлемде мойындалады», деп айтылған. Осы құқыққа орай, «мемлекеттер халықаралық туризмнің лайықты дамуын қамтамасыз ететін саясатын іске асыруы қажет, және де барлық қажет етушілер үшін демалысын ұйымдастыруға міндетті» (Туризм хартиясының II бабы).

«Қазіргі және келешек ұрпақтары үшін мемлекеттер туристік органы қорғауға (туристік ортаға адам, табиғат, қоғамдық қатынастар мен мәдениет кіреді және ол бүкіл адамзат игілігі болып есептеледі); саяхаттарға қойылған шектеулерді үнемі азайтып, формалдылықтарды жеңілдетуге арналған құжаттарды пайдаланып, шетел туристердің барған жерлердің қоғамдық игілігіне қол жетуіне қолдау жасауға міндетті» (Туризм хартиясының III және IV бабы).

Халықаралық туризмнің жалпы мәселелерімен айналасатын ең беделді халықаралық туристік ұйымы – ЮНВТО-мен бірге, бірқатар басқа да халықаралық туристік ұйымдар өз жұмысын атқарады.

Халықаралық туризмнің дамуында туризм дамуы мәселелері бойынша БҰҰ шеңберінде арнайы дипломатиялық конференцияларды ұйымдастырудың ынталандырушысы болған БҰҰ-ның Экономикалық және әлеуметтік кеңесі (ЭЭК) маңызды рөл атқарады.

Еуропалық экономикалық комиссия (ЕЭК) мүшелері туристік іс-әрекеттің нақты мәселелерін, оның ішінде қызмет көрсету сферасының дамуы мен жетілдірілуі; операцияларды, арнайы зерттеулерді және туризм нарықтарындағы өзгерістерді ағымдағы бақылау; әуе, кеме мен автокөлік және туристерге қызмет көрсететін компанияларының операцияларын бақылау және саясаттарын қалыптастыру; кедендік формалдылықтар мәселелерін қарастырады.

Осының барлығы статистикалық есептердің біркелкі, ортақ әдістемелігін қажет етеді. Бұл мақсатта ЕЭК Женевада туризм статистикасы бойынша бірінші мәжіліс ұйымдастырды.

1975 жылы Дубровникте (Югославия) ЕЭК ауданындағы туризм индустриясын жоспарлау мен дамыту мәселелері бойынша симпозиум өтті. Онда туризм факторларының жалпы стратегиясының әдістері мен аспектілеріне; туристік инфрақұрылымды тиімді пайдалану саясатына; туризм зоналарындағы жер мен мүлік меншігі құқықтарына; ұлттық парктер мен олардың құқық режиміне; қоршаған орта жөніндегі заңнамаға ерекше назар аударылды.

БҰҰ шеңберінде ЕЭК-мен бірге Латын Америкасы мен Кариб ауданы үшін Экономикалық комиссиялар; Батыс Азия үшін Экономикалық комиссиялар; Азия мен Тынық мұхит үшін Экономикалық және әлеуметтік комиссия; Африка үшін Экономикалық комиссия құрылды.

Аталған комиссиялар өз аймақтарындағы халықаралық туризмнің экономикалық аспектілерін зерттейді; халықаралық туризм дамуы аясындағы саясат пен аймақтық бағдарламаларды жасау жұмыстарын жүргізеді; туристік индустриясын қаржыландыру сұрақтарымен айналысады; туризмді дамыту

мақсатында аймақтар мемлекеттеріне техникалық жәрдем көрсету үшін қажеттіліктерін анықтайды.

БҰҰ Экономикалық және әлеуметтік кеңесі жанындағы туризм аясының Статистикалық комиссиясы туризм статистикасының стандарттық анықтамалары мен классификацияларын бекітеді; анықтама мен терминологияның стандартқа келтіру сұрақтары бойынша резолюцияларды қабылдайды; статистика мен туризмнің біркелкі әдістемелігін әзірлейді және т. б.

Дүниежүзілік халықаралық ұйымдар қатарына туризмді қоғамдық қолдау бірлестіктері, ғылыми, журналистік, мамандандырылған және т. б. ұйымдар кіреді.

Ұлттық ассоциациялар мен туристік бюро мен агенттіктер одақтарын оларға кәсіби және техникалық көмек көрсету арқылы біріктіру мен бекіту мақсатында 1966 жылы Туристік агенттіктер ассоциацияларының дүниежүзілік федерациясы (ФУААВ) халықаралық үкіметтік емес ұйым ретінде құрылды. Ұйым міндеті туристік агенттің барлық кәсіптерінің халықаралық деңгейде экономикалық, заңдық және әлеуметтік аяларындағы беделін көтеру болды. Федерацияның басты мақсаты жұмыс топтарының автоматтандыру, қонақ үй шаруашылығы, көлік, кәсіби дайындық, заңгерлік қолдау, туристерді сақтандыру және т. б. мәселелері бойынша іс-әрекеттерін үйлестіру болып табылады. Әлемнің 80 елінің 80 ұлттық ассоциациялары мен ұйымдары және 1400-ге жуық жеке мүшелері Федерация мүшелері болып табылады. Олардың ішінде Туристік агенттіктердің дүниежүзілік ассоциациясы (ВАТА), Туристік агенттіктердің американ қоғамы (АСТА), Туристік агенттіктердің британ ассоциациясы (АБТА), Экскурсиялар мен турлардың халықаралық асоциациясы (ИСТА), Туроператорлардың халықаралық федерациясы (ИФТО), Неміс саяхат бюроларының ассоциациясы, Солтүстік елдердің туристік бюролары ассоциацияларының одағы, «Томас Кук пен баласы» фирмасы және т. б.

Сонымен қатар, туристік және қонақ үй кәсіпорындарын біріктіретін халықаралық трансұлттық кәсіпорындар қатарына Кемпинг пен караванингтің халықаралық федерациясы (1932 ж.), Халықаралық қонақ үй ассоциациясы (1946 ж.), Конгрестер



мен конференциялардың халықаралық ассоциациясы (1964 ж.) және т. б. кіреді.

Халықаралық туристік альянс бірлестігі (алғашқы атауы «Туристік ассоциациялардың халықаралық лигасы», 1898 ж., болған) құрамына туристік клубтар мен автомобиль ассоциациялары кіреді. Лиганы құрастырушыларының арасында екі ресейлік ұйым болған: Саяхатшылардың орыс клубы және Орыс одағы. «Интурист» БАҚ 1959 ж. бастап альянстың қосылған мүшесі болды. Ұйымның басты мақсаты туризмнің барлық түрлерін, ең алдымен автомобильдік туризмді дамыту болып табылады. Бірлестік мүшелері автотуристерге қызмет көрсету бойынша семинарлар мен мәжілістерді ұйымдастырумен, кедендік формалдылықтарды жеңілдету, жолдар мен трассаларды жабдықтау, заң көмегі және сақтандыру сұрақтарымен айналысады. Альянс неше түрлі анықтамалық ақпарат, оның ішінде: мүше болған клубтардың іс-әрекеті жөніндегі ақпарат, клубтың шетел туристеріне көрсетілетін қызметтер тізімдері-анықтамалары, автомобиль жолдарының сұлбалары және т.с.с. баспадан шығарады.

Әуе көлігінің халықаралық ассоциациясы (ӘКХА) – барлық әуе көлігінің жұмысын үйлестіретін дүниежүзілік ұйым. Оның міндеттері – әуе билеттері мен жүк квитанцияларын бір стандартқа келтіру, тіркеу мен есеп беру жұмыстарын үйлестіру, әуе билеттері бағаларын тұрақты деңгейде сақтап тұру.

Азаматтық авиацияның халықаралық ұйымына 80-нен астам ел өкілдері кіреді. Ол азаматтық авиацияның барлық аспектілерінің дамуын реттейді.

Ертіп жүруші гидтердің халықаралық ассоциациясы 1961 жылы туристерді ертіп жүретін гидтердің (туристік эскорт) кәсіби шеберлігін арттыру мақсатында дүниеге келген. Ұйым міндеті – осындай қызметкерлерге заңдық жәрдем беру және мүдделерін қорғау болды. Ассоциация мүшелері қатарына 45 ел өкілдері, 2 мыңнан астам адам кіреді.

Мамандандырылған халықаралық туристік бірлестіктер қатарына әлеуметтік туризм ұйымдары, мысалы, 1936 жылы құрылған Әлеуметтік туризм бойынша халықаралық бюро (БИТС) кіреді. БИТС жарғысында бекітілген үш бағытта өз жұмысын іске асырады:

- 1) әлеуметтік туризмді және оның мәселелерін зерттейді;
- 2) әлеуметтік туризм мәселелерімен айналысатын ұйымдар мен мекемелер арасындағы байланыстарды жетілдіреді;
- 3) әлеуметтік туризм аясында ұсыныстар енгізіп әртүрлі шараларды өткізеді.

Әлеуметтік туризм ұйымдарына Дүниежүзілік кәсіподақтар ұйымының әлеуметтік туризм бойынша кәсіподақтық комитеті негізінде 1982 жылы құрылған Әлеуметтік туризм мен демалыс бойынша халықаралық ассоциациясы да жатады (ӘТДХА). ӘТДХА – үкіметтік емес ұйым, оның негізгі міндеті – кәсіподақ мүшелерінің туризмге, мәдениет пен демалысқа деген құқықтарын қорғау.

Халықаралық туристік ұйымдар федерациясы 1950 жылы Францияда бірқатар туристік жастар ұйымдарының мұрагері ретінде пайда болған, ЮНЕСКО-да кеңесші статусына ие. 40-тан астам елдің 200 жуық туристік жастар ұйымдары, оның ішінде Туризм мен жастар алмасуының халықаралық бюросы, Халықаралық студенттер одағының Саяхаттар бюросы және басқалар, аталған Федерация мүшелері болып есептеледі.

Бұл бірлестіктердің жұмыс бағыттары мынадай: жастар топтарының алмасуын, гид-басқарушылар курстарын ұйымдастыру; жастар семинарлары мен халықаралық жүздесулерді өткізу; жас саяхатшыларға жеңілдіктер мен басымдықтарды ескеретін арнайы бағдарламаларды ұйымдастыру.

Жастар туризмінің өсу қарқыны (жылына 15-20%) әлемдік туризм көлемінің өсуінен (жылына 4-5%) әлдеқайда жоғары, оның білім беру функциясы мен географиясы кеңеюде. Осыған орай, жастардың туристік ұйымдарының іс-әрекеті өзара үйлестіруді қажет етеді.

Туризмнің ғылыми сарапшыларының халықаралық ассоциациясы (АИСТ) мамандар арасындағы байланыстарды қолдайды, туризмнің ғылыми орталықтарына жәрдем береді, ғылыми конференцияларын ұйымдастырады және т.с.с. міндеттерді атқарады.

Саяхаттар мен халықаралық туризм мәселелерімен айналысатын журналистер мен жазушылардың ұлттық ассоциациялары мен одақтарын біріктіретін Туризм журналистері мен жазушы-

ларының халықаралық федерациясы (ФИЖЕТ) 1954 жылы құрылған.

Халықаралық трансұлттық туристік ұйымдар мен бірлестіктермен қатар аймақтық халықаралық туристік ұйымдар мен бірлестіктер бар.

Еуропа аймағында мынадай туристік бірлестіктер жұмысын атқарады.

Еуропада туризмді қолдау мен дамыту тобы 1983 жылы Еуропалық туристік комиссия инициативасы бойынша Еуропадағы туристік байланыстарды кеңейту мақсатында құрылды. Бұл топ туристік индустрия секторларының техникалық өзара әрекеттесу, кооперация және ынтымақтастық органы болып табылады. Топ құрамына Еуропалық әуе компанияларының ассоциациясы, Еуропалық туристік комиссия, Халықаралық автомобильдік ассоциация, Халықаралық қонақ үй ассоциациясы және басқалар мүше ретінде кіреді.

Сонымен қатар, Еуропада Скандинав туристік агенттіктер ассоциацияларының федерациясы (1939 ж.), Еуропадағы мәдени мұра мен табиғи ескерткіштерді қорғау бойынша үкіметтік емес ассоциацияларының халықаралық федерациясы (1963 ж.), Жаяу туризмінің еуропалық ассоциациясы (1969 ж.), Рекреация мен демалыстың еуропалық ұйымы (1972 ж.) және т. б. бар.

Азия аймағында Азия мен Тынық мұхит елдері үшін туризм аясына арналған кәсіби мамандарын даярлау, аймақ елдеріндегі туризмді дамыту, туризм сферасындағы ғылыми-зерттеу жұмыстарын жүргізу мақсатында 1950 жылы Азиялық туризм институты ашылған. Аймақта басқа да ұйымдар бар: Азиялық-Аустралиялық қонақ үй және мейрамханалық ассоциациясы, АСЕАН мүшелері елдеріндегі туризм ассоциациясы, Азия елдерінің студенттік туристік ассоциациясы, Азия мен Тынық мұхит елдерінің туристік ұйымы және т. б.

Америка аймағындағы бірлестіктердің қатарында Саяхаттар мен автоклубтардың америкааралық федерациясы, Латын Америкасының туристік ұйымдарының конфедерациясы, Кариб туризм ассоциациясы және басқалары өз жұмысын атқарады.

Африка аймағының бірлестіктері: Африкалық туристік ассоциация, Африкадағы туризмді дамыту ұйымы және т. б.

Араб аймағының ұйымдары: Араб туристік одағы, Туристік агенттіктері ассоциацияларының араб федерациясы және т. б.

Елдердің көпшілігінде ұлттық туристік ұйымдары (ҰТҰ) бар. Кейбіреулері, мысалы, Франция мен Испанияда, үкімет құрамына кіреді, басқалары үкіметке тәуелсіз, бірақ үкімет оларды қаржыландыру арқылы қолдайды (мысалы, Ұлыбританияда).

АҚШ саяхаттар мен туризм әкімшілігін федералдық үкімет қолдайды, бірақ маркетинг пен даму міндеттері бөлек штаттарға артылған. Бұл ұйым жыл сайын 17,5 млн долл. көлеміндегі федералдық несиелерімен және жеке меншік секторының 20 млн. долларлық серіктестік жарналарымен қаржыландырылады. Аталған ұйым ЮНВТО-да АҚШ-тың өкілі болып табылады.

Әдетте туристік мемлекеттерде, әсіресе аралдық елдерде, туризм министрліктері құрылады. Дегенмен, кейбіреулерінде Экономика министрлігіне бағынатын туризм бойынша мемлекеттік департамент, немесе сыртқы сауда департаменті, немесе Жастар, спорт пен ойын-сауық шаруалары бойынша министрлігі шеңберіндегі туристік бөлімі болады. Билігі орталықтандырылмаған мемлекеттерде туризм жергілікті әкімшіліктерге бағынады. Туризмді дамыту міндеттерін федералдық үкімет пен аумақ билігі өз арасында бөліп атқаратын да жағдайлар болады.

Кейбір елдерде туристік ұйымдар өзінің жарғысы бар жеке ұйымдар болып саналады. Бұл ұйымдардың өмірі нарықтағы сұранысқа байланысты. Мұндай жағдайда ҰТҰ коммерциялық іс-әрекетін қалай жүргізу керек? Шынында да, ҰТҰ салық салусыз қаржыландырылатындығынан оған әділетсіз бәсекелестік жөнінде жала жабуы мүмкін. Осыған орай, кейбір елдер ҰТҰ қолдау үшін жеке меншік секторына арнайы салықтарды енгізді.

ҰТҰ құрылымы оның міндеттеріне байланысты. ЮНВТО ұсыныстарына орай, ҰТҰ міндеттері мынадай:

- туризм бойынша үкімет мүдделерін халықаралық ауқымда қорғау; қатысушы елдер арасындағы туристік ағымдарды арттыру мақсатында екі және көп жақтық келісімшарттарға тұру; туристік нарықтың маркетинг зерттеулерін бірігіп жүргізу; ұлттық туристік ресурстарды жетілдіру; техникалық және қаржылық ынтымақтастықты орнату; кедендік бақылауды өзара жеңілдету; полициялық және қаржылық реттелу; технологиялық

мәмілені (мысалы, қонақ үйлер мен қысқы спорт орындарында) қолдау;

- туристік қызметтерді ұлттық және халықаралық ауқымында ұйымдастыру;

- туризмді жоспарлау және дамыту (туризмді дамыту жоспарын құрастыру);

- туризмге қатысы бар кәсіпорындардың жұмысын реттеу және бақылау (қонақ үй шаруашылығының құқықтық қамтамасыздануы және оның жұмысын реттеу, қадағалау, іс-әрекет құқығын растайтын лицензияларын тексеру);

- статистиканы, шолуларды, нарық зерттеулерін (пікірлерді зерттеу, тұтынушылардың іс-қылықтарын зерттеу) баспадан шығару;

- туристік өнімдерді басқа елдерде сату (шет елдерінде ақпарат пен сатуды қамтамасыз ету үшін туристік агенттіктерді құру; брошюраларды, парақшаларды, жолдамалар мен арнайы туристік ақпарат шығару);

- шетелдік туристік орталықтарды өз елдерінде насихаттау (күнделікті баспада, радио мен теледидардағы науқан);

- кедендік және шекаралық бақылауды жеңілдету, бір қалыпқа келтіру немесе тіпті жоюға бағытталған әрекеттер;

- қонақтарды қабылдау мен туристік ақпаратпен қамтамасыздандыру құрылымдарын қалыптастыру;

- туризмдегі кәсіптік дайындықты қамтамасыз ету (курстар, семинарлар, оқу бағдарламалары);

- елдің туристік ресурстары мен мызғымас мұрасын (ескерткіштер, тарихи орындары) қорғау мен сақтап қалу, мәдениет пен өнерді қорғау науқандары;

- қоршаған ортаны қорғау (табиғатты, демалыс саябақтарын, жаратылыс ресурстарын қорғау науқандары).

Осындай міндеттерді орындау мақсатында ЮНВТО туризм дамуын қадағалаудың төрт үкіметтік функцияларын: маркетинг, туристік іс-әрекет пен дамудың үйлесуі, жоспарлау, құқық мәселелері мен қаржыландыру функцияларын анықтады.

Маркетинг қызметі ҰТҰ үшін өте маңызды және көптеген функцияларды орындайды. Бұл қызмет ұйымның маркетинг стратегиясын қалыптастырады және елдің туристік өнімін жарнама мен паблицити құралдары арқылы нарыққа өткізеді.

Сонымен қатар, өзіне тән қызмет түрлеріне (жүздесулерді, көрмелерді және т.с.с. ұйымдастыру) ие бизнес-туризміне қызмет көрсетеді. Даму бөлімі үйлестіруші және стратегиялық рөл ойнайды. Жоспарлау бөлімі жобаны үнемі басқарады және ұзақ мерзімді дамуын жоспарлайды. Әкімшілік бөлімі туризмнің құқықтық қамтамасыздануы мен қаржы мәселелерімен айналысады.

Көптеген елдерде ҰТҰ-мен байланыс жасау, өз секторының мұқтаждықтарын қорғау мен одан әрі дамыту мақсатында, кәсіби коммерциялық емес ассоциациялар құрылуда. Әдетте олар консультативтік кеңестер – туризм кеңестері түрінде ұйымдастырылады. Халықаралық ауқымда олар мемлекеттік емес мамандандырылған халықаралық ұйымдарға:

- Туристік агенттіктер мен тuroпeраторлардың дүниежүзілік ассоциациясы (ТАДА);

- Турагенттіктердің халықаралық кеңесі (ТХК);

- Турагенттіктер ассоциацияларының әмбебап федерациясы (ТАӘФ) біріктіріледі.

Бұл ұйымдардың басты мақсаттары елдер мамандары арасындағы алмасу мен байланыстар, ғылыми орталықтарда туристік саясатты бірлесіп, қалыптастыру және өз мүдделерін халықаралық ұйымдарда белсене қорғау.

Туристік секторға халықаралық инвестициялар халықаралық ұйымдардан да, жеке меншік секторынан да тартылады. Әлем банкі (Халықаралық қайта құру мен даму банкі – ХҚДБ) шетелдік бас несие берушісі болып есептеледі. Оның негізгі мақсаты – дамушы елдерді олардың инфрақұрылымының дамуын ұзақ мерзімді қаржыландыру арқылы тиісті өмір деңгейіне жеткізу болып табылады. Туризмді тікелей қаржыландыру бұл банктің басымдық бағыты болмаса да, экспорттық несиелерді қолданып, ол біріккен жобаларды қаржыландырады.

Еуропа одағы туризмді 1975 жылы құрылған Аймақтық еуропалық даму қоры арқылы қаржыландырып, одақтың нашар дамыған елдеріне көмек көрсетеді.

Еуропа туризмін қаржыландыратын ұйымдардың арасында делдалдық қызметтерді көрсететін Еуропалық инвестициялық банкін (ЕИБ) атау қажет. ЕИБ Ла-Манш астындағы туннельдің, Париждегі Диснейлендтің құрылысын, Германиядағы Франк-

фурт, Гамбург пен Мюнхен және Ұлыбританиядағы «Стансед» әуежайларының кеңейту жұмыстарын қаржыландырған.

Әлем банкі ұзақ мерзімді несие берсе, Халықаралық даму ассоциациясы қысқа мерзімді несие береді, ал Халықаралық қаржы қоғамы жобаларға үлестік түрде қатысады.

### *Қайталау сұрақтары*

- 1. Халықаралық туристік ұйымдар не үшін құрастырылды?*
- 2. Қандай себептен БҰҰ халықаралық туристік ұйымдар жұмысының үйлестірушісі болып табылады?*
- 3. ЮНВТО дейін болған туристік ұйымдарды атап шығыңыз.*
- 4. ЮНВТО шынайы және ресми құрастырылу мерзімдерін атап беріңіз.*
- 5. ЮНВТО құрылымы мен оның органдарының функцияларын суреттеп беріңіз.*
- 6. ЮНВТО өз мүшелеріне қандай қызмет түрлерін көрсетеді?*
- 7. Дүниежүзілік Туризм күні неге 27 қыркүйек күні тойланады?*
- 8. ЮНВТО қандай ең маңызды халықаралық құжаттарды қабылдаған?*
- 9. ЮНВТО-дан басқа ең басты халықаралық туристік ұйымдарды атап шығыңыз.*
- 10. ҰТҰ деген не, қандай міндеттерді орындайды?*

## Қолданылған әдебиеттер тізімі

- 1 Ердаuletов С.Р. География туризма: история, теория, методы, практика. – Алматы, 2000.
- 2 География туризма. Учебник / Под ред. А.Ю. Александровой. – М.: КНОРУС, 2008.
- 3 Никитинский Е.С. Этапы становления и современное состояние туристской индустрии Республики Казахстан. – Астана, 2008.
- 4 Орлов С.Н. Социология рекреации. – М.: Наука, 1995.
- 5 Мироненко Н.С., Твердохлебов И.Т. Рекреационная география. – М.: МГУ, 1981.
- 6 Теоретические основы рекреационной географии / Под ред. В.С. Преображенского. – М.: Наука, 1975.
- 7 Hunziker W., Krapf K. Allgemeine Fremdenverkehrslehre. – Zurich, 1942.
- 8 Hall С.М., Page S.J. The Geography of Tourism and Recreation. Environment Place and Space. – London – N.Y.: Routledge, 1999.
- 9 Александрова А.Ю. Международный туризм. – М.: Аспект Пресс, 2004.
- 10 Алиева Ж.Н. Туризмология негіздері. – Алматы: Қазак университеті, 2004.
- 11 Алаев Э.Б. Социально-экономическая география. Понятийно-терминологический словарь. – М.: Мысль, 1983.
- 12 Чистобаев А.И., Шарыгин М.Д. Экономическая и социальная география. Новый этап. – Л.: Наука, 1990.
- 13 Котляров Е.А. География отдыха и туризма. – М.: Мысль, 1978.
- 14 Пирожник И.И. Основы географии туризма и экскурсионного обслуживания. – Минск: Университетское, 1985.
- 15 Ердаuletов С.Р. История туризма. Развитие и научное изучение. – Алматы, 2003.
- 16 Leszczycki S. Geografia turystyczna jako naukowe ujecie zagadnien turystycznych. Pamietnik Polskiego Towarzystwa Balneologicznego, 1932.
- 17 Terminologia turystyczna. Zalecenia WTO. – ONZ-WTO. – Warszawa, 1995.
- 18 Gaworecki W.W. Turystyka. – Warszawa: PWE, 1997.
- 19 Набедрик В.А. География лечебного туризма в Европе: модели развития и трансформационные процессы. Дисс. канд. геогр. наук. Рук. А.Ю. Александрова. – М., 2005.
- 20 Kowalczyk A. Geografia turystyki. – Warszawa: PWN, 1997.
- 21 Ананьев М.А. «Невидимый экспорт» и международные отношения. – М., 1971.
- 22 Davidson R. Turystyka. – Warszawa: PAPT, 1996.
- 23 Смирнова О.А. Территориальная структура делового туризма в мире. Дисс. канд. геогр. наук. Рук. А.Ю. Александрова. – М., 2006.
- 24 Kowalczyk A. Geografia turystyki. – Warszawa: PWN, 2000.
- 25 Burns P., Holden A. Tourism: a new perspective. – London, 1995.
- 26 Welan T. Nature Tourism: managing for the environment. – Washington, 1991.
- 27 Lobożewicz T. Propedeutyka turystyki. – Warszawa: AWF, 1997.



- 28 Dabniewska M., Tkaczuk M. Agroturystyka. Koszty, ceny, efekty. – Warszawa: Poltext, 1997.
- 29 Sikora J. Organizacja ruchu turystycznego na wsi. – Warszawa, 1999.
- 30 Jazwinska A. Turystyka wiejska – eden ze sposobow zmniejszania bezrobocia na wsi // II Krajowa Konferencja Naukowa: Spooleczno – ekonomiczne konsekwencje procesow transformacyjnych w regionach o wysokim bezrobociu. – Koszalin: PK, 1998.
- 31 Христов Т.Т. Религиозный туризм. – М.: Academia, 2003.
- 32 Podstawy turystyki / Pod red. A. Szwichtenberga. – Koszalin, 2000.
- 33 Warszynska J., Jackowski A. Podstawy geografii turystyki. – Warszawa: PWN, 1978.
- 34 Багрова Л.А., Багров Н.В., Преображенский В.С. Рекреационные ресурсы (подходы к анализу понятия) // Изв. АН СССР. Сер. геогр., 1977, №2.
- 35 Мухина Л.И. Принципы и методы технологической оценки природных комплексов. – М.: Наука, 1973.
- 36 Колотова Е.В. Рекреационное ресурсоведение. – М.: Советский спорт, 1998.
- 37 Liszewski S. Przestren turystyczna // Turyzm, 1995. T5. Z2. – Lodz.
- 38 Бочваров М., Ковалев Ю.П. Туристский регион: новое содержание в старой форме / Теория и практика международного туризма. – М.: КНОРУС, 2003. – С. 85–104.
- 39 Сапрунова В.Б. Туризм: эволюция, структура, маркетинг. – М., 1997.
- 40 Wobejko S. Ekonomiczne zagadnienia turystyki. – Warszawa: PWSN, 1997.
- 41 Middleton V.T.C. Marketing w turystyce. – Warszawa: PAPT, 1996.
- 42 Гезгала Я. Туризм в народном хозяйстве. Перевод с польского. – М.: Прогресс, 1974.
- 43 Экономика и организация международного туризма / Под ред. В.И. Азара. Перевод с болгарского. – М.: Экономика, 1984.
- 44 Александрова А.Ю. Структура туристского рынка. – М.: ПРЕСС – СОЛО, 2002.
- 45 Baretje R. Importancia y Limites del turismo como factor de mejora del comercio exterior de los paises en via de desarrollo. “Estudios Turisticos”, 1965, №7.
- 46 Breton-Gerard M. Un tourisme “trios saisons” ... à fleur de sports // Espaces, 1990, №106.
- 47 Уварова В.Д., Борисов К.Г. Международные туристские организации. – М., 1990.

## МАЗМҰНЫ

	<b>КІРІСПЕ.....</b>	<b>3</b>
<b>1-тарау</b>	<b>РЕКРЕАЦИЯЛЫҚ ГЕОГРАФИЯНЫҢ ТЕОРИЯЛЫҚ НЕГІЗДЕРІ .....</b>	<b>6</b>
§ 1	Рекреациялық географияның негізгі түсініктері.....	6
§ 2	Рекреацияның әлеуметтік-экономикалық мәні және негізгі функциялары.....	17
§ 3	Рекреациялық қажеттіліктер – рекреациялық іс-әрекеттің кеңістік-уақыттық ұйымдастырылуының негізі.....	26
§ 4	Рекреациялық іс-әрекет, оның құрылымдық және функционалдық ерекшеліктері. Рекреациялық аумақтардың негізгі түрлері .....	34
§ 5	Рекреациялық саланың территориялық ұйымдастырылуының шарттары мен факторлары.....	50
§ 6	Рекреациялық география – жаңа қоғамдық-географиялық ғылым .....	55
§ 7	Территориялық рекреациялық жүйелер және оларды зерттеу мәселелері.....	68
<b>2-тарау</b>	<b>ТУРИЗМ ГЕОГРАФИЯСЫНЫҢ ТЕОРИЯЛЫҚ НЕГІЗДЕРІ.....</b>	<b>78</b>
§ 1	Рекреациялық география және туризм географиясы – түсініктердің арақатынасы.....	78
§ 2	Туризмнің даму тарихы.....	84
§ 3	Туризм тарихын географиялық тұрғыдан зерттеу.....	108
§ 4	Туризм географиясында қолданылатын негізгі түсініктер мен атау сөздері.....	116
§ 5	Туризм географиясының мақсаттары мен міндеттері, зерттеу нысаны мен пәні.....	130
§ 6	Туризм географиясының негізгі мәселелері және зерттеу әдістері.....	135
§ 7	Туризм географиясының географиялық және басқа ғылымдар жүйесіндегі орны.....	141
§ 8	Қазіргі туризм классификациясы.....	147
<b>3-тарау</b>	<b>РЕКРЕАЦИЯЛЫҚ БАҒА БЕРУ ЖӘНЕ АУМАҚТЫ РЕКРЕАЦИЯ ҮШІН ПАЙДАЛАНУ. ТУРИСТІК АУДАНДАСТЫРУДЫҢ НЕГІЗДЕРІ .....</b>	<b>170</b>
§ 1	Туризм дамуының табиғи алғышарттары.....	170
§ 2	Туризм дамуының әлеуметтік-экономикалық алғышарттары.....	173

§ 3	Туристiк-рекреациялық ресурстар.....	176
§ 4	Территорияға рекреациялық баға берудiң әдiстемесi мен критерийлерi.....	183
§ 5	Территорияның туристiк-рекреациялық сыйымдылығын зерттеу мәселелерi .....	201
§ 6	Туризмнiң дамуы және табиғатты қорғау .....	209
§ 7	Демалыс пен туризм мақсатында территорияны аудандастыру. Туристiк аудан, оның ерекшелiктерi.....	214
<b>4-тарау</b>	<b>ТУРИЗМ – ХАЛЫҚ ШАРУАШЫЛЫҒЫНЫҢ САЛАСЫ.....</b>	<b>226</b>
§ 1	Туризм – қоғамдық-шаруашылық жүйе.....	226
§ 2	Туристiк сұраныс пен туристiк ұсыныс.....	237
§ 3	Туристiк шаруашылық.....	245
§ 4	Туризм индустриясы және туристiк нарық.....	260
§ 5	Туристерге көрсетiлетiн қызмет сапасының мәнi мен маңызы.....	273
§ 6	Туризм менеджментi.....	281
§ 7	Туризм маркетингi.....	289
§ 8	Туристiк қызметтер нарығын мемлекеттiк тұрғыдан реттеу.....	299
<b>5-тарау</b>	<b>ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ТУРИЗМ.....</b>	<b>306</b>
§ 1	Халықаралық туризм – сыртқы экономикалық қатынастар түрi.....	306
§ 2	Шетел туризмiнiң экономикалық дамуына жасайтын әсерi.....	313
§ 3	Халықаралық туризм дамуының негiзгi факторлары мен шарттары.....	317
§ 4	Қазiргi халықаралық туризм статистикасы.....	323
§ 5	Халықаралық туризм дамуының қазiргi тенденциялары.....	331
§ 6	Әлемдiк халықаралық туризм географиясы.....	334
§ 7	Халықаралық туристiк ұйымдар және олардың туризм дамуындағы рөлi.....	339
	Қолданылған әдебиеттер.....	353