

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНЫҢ БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ
М.Х. ДУЛАТИ АТЫНДАҒЫ ТАРАЗ МЕМЛЕКЕТТІК УНИВЕРСИТЕТІ

Ш.А.АЙМЕНОВА, Ә.Т.ӘЙМЕН, А.А. МОЛДАШЕВ

ТУРИЗМДІ ҰЙЫМДАСТЫРУ

Оқу құралы

ТАРАЗ - 2011

Айменова Ш.А., Ә.Т.Әймен., Молдашева А. Туризмді ұйымдастыру. Оқу құралы, Тараз, 2011, - 89 бет.

ISBN 9965-37-0119-1

Қазақстан республикасы Президентінің халыққа жолдауында экономиканың басым секторларын кластерлік дамыту мәселесінде туризм саласы бірінші тұр. Туристік кластерді дамытуда қызмет көрсетушілер, немесе, басқаша айтқанда Қазақстанға шетелдік туристерді тартуда қызмет ететін туристік агенттіктердің орны үлкен. Мейманханалардың, демалыс үйлерінің және көлік кешендерінің қызметтері де туристік бизнестің маңызды буыны болып табылады.

Бұл оқу құралы «Туризмді ұйымдастыру» пәнінің қазіргі бағдарламасына сәйкес жазылған. 050902 - «Туризм» мамандығы бойынша оқитын білімгерлер үшін арналған.

Пікір жазғандар:

Касенов К.Р. - доктор экономических наук, профессор, зав. кафедрой Казахского национального аграрного университета;

Куралбаева А.Ш. – М.Әуезов атындағы Оңтүстік Қазақстан мемлекеттік университетінің профессоры, э.ғ.д.

Ауельбаев С.Ш. – М.Х. Дулати атындағы Тараз мемлекеттік университетінің профессоры, э.ғ.д.

М.Х. Дулати атындағы ТарМУ – нің ғылыми кеңесінің шешімі бойынша баспаға ұсынылды (№ 2 хаттамасы, 2009 ж., 26 қазан).

ISBN 9965-37-019-1

**© Айменова Ш.А., Ә.Т.Әймен,
Молдашева А.**

МАЗМҰНЫ

Кіріспе.	5
1 Туристік қызметті ұйымдастырудың теориялық негіздері	7
2 Туристік қызметті ұйымдастыру мен басқарудың шет елдік тәжірибесі	13
3 Туризм дамуының нормативтік-құқықтық және әдістемелік негіздері	20
4 Қазақстан Республикасындағы туризмнің қазіргі жағдайы мен дамуының өзекті мәселелері	29
5 Оңтүстік Қазақстан облысында туризм саласын дамыту мен тиімділігін арттырудың қазіргі жағдайы	40
6 Түркістанда туристік қызмет көрсетудің сапалылығын өтерудегі негізгі мәселелер	50
7 Туристік қызметтерді ұйымдастырудың экономикалық тетіктерін жетілдірудің жолдары	59
8 Туризм саласын дамытудың басым бағыттары	68
9 Туризм саласының дамуын болжамдаудағы тиімді экономикалық-математикалық әдістер	79
Тест сұрақтары	86
Әдебиеттер	88

КІРІСПЕ

Бүгінгі күні Қазақстанда экономиканың табысты саласы ретінде, туризмге көбірек көңіл бөлінуде. Мемлекет тарапынан осы саланы дамыту үшін қажетті деген барлық іс-шаралар жүргізілуде.

Қазақстан Республикасының индустриялық-инновациялық дамуының 2003-2015 жылдарға арналған мемлекеттік Стратегиясы және Қазақстан Республикасы Президентінің Қазақстан халқына «Қазақстан экономикалық, әлеуметтік және саяси жедел жаңару жолында» атты 2005 жылғы 18 ақпанындағы Жолдауы туризм саласының белсенді дамуына жаңа серпін берді.

Туризмнің заңнамалық және нормативтік базасы жаңартылуда. 2001 жылы Қазақстан Республикасының «Қазақстан Республикасында туристік қызмет туралы» Заңының шығуы бұған дәлел болады.

Туристік жолдама – туристік өнімнің болу фактісін растайтын құжат, сондықтан туризмді ұтымды ұйымдастыру үрдісіндегі маңызды элементтердің бірі.

Туристік фирма үшін туристік саяхат өнім болып табылады, оның өзіндік құны туристік жолдамаға кіретін қызметтерді толығымен көрсететін шығындардан тұрады.

Шетелдік туристік фирмалармен есеп айырысу үшін банктік аударымдар жиі қолданылады. Аударымдарды шет елге орналастыру үшін туроператордың шет ел банктерімен корреспонденттік байланыстары бар банкте валюталық шоты болуы тиіс.

Туризм индустриясы көптеген шағын және орта кәсіпорындармен сипатталады. Олардың қазіргі кезде қажетті маркетингтік құралдары, «ноу-хау», немесе тәжірибелі жұмыстарды атқаруға жұмысшыларды жалдайтын қаражаты жоқ. Олар тек қана жарнама жүргізуді, өткізуді және нарықты зерттеу мен өнімді жетілдіру әрекеттерін жасайды. Бұл қызмет көрсетудің көптеген салаларында қолданылады. Бәсекенің күшеюі және клиенттердің талаптарының көбеюі туристік ұйымдардың көпшілігі үшін маркетингті қолдануына алып келеді, яғни бәсекелік күресте жетістікті қамтамасыз ету және сыртқы орта өзгерістеріне бейімделуі үшін стратегиялық маркетингтік жоспар құрады.

Сату бағасын анықтаудың ең қарапайым әдісі - өндірушіден тұтынушыға туристік өнімнің қозғалысы жолында шығындарды, салықтарды және пайда нормаларын сипаттайтын туристік жолдамалардың өзіндік құнына белгілі бір қосымша құндарды қосу жолымен оларды орнату.

Бағаны қалыптастыру тек бағаны орнату ғана емес, сондай-ақ төлеу әдісін, жеңілдіктерді, бағалардың өзгеру саясаты, қосымша қызметтерге бағаларды анықтауды қамтиды. Туризмде сұраныстағы мерзімдік ауытқулар өте маңызды болғандықтан, бағаларды мерзімге сәйкес уақытымен есепке ала отырып ауыстырады [4].

Туристік агенттің табысы туроператормен қалыптастырылған туристік өнімді сатудан түскен комиссиялық сыйақы сомасы болып табылады.

Бүкіләлемдік туристік ұйымның мәліметтері бойынша 2008 жылы әлемде туристік саяхатқа шыққандардың тіркелген саны 851,6 млн. адамға жетіп, одан түскен кірістердің көлемі 601 млрд. доллар құраған. Эксперттердің болжамы бойынша, халықаралық туризмнің қарқынды дамуы одан әрі жалғаса бермек. Осы өсу қарқыны жалғаса берсе, 2010 жылдың соңына қарай әлемдегі туристердің саны 937 млн. адамға жетеді.

Қазақстан республикасы Президентінің халыққа жолдауында экономиканың басым секторларын кластерлік дамыту мәселесінде туризм саласы бірінші тұр. Туристік кластерді дамытуда қызмет көрсетушілер, немесе, басқаша айтқанда Қазақстанға шетелдік туристерді тартуда қызмет ететін туристік агенттіктердің орны үлкен. Мейманханалардың, демалыс үйлерінің және көлік кешендерінің қызметтері де туристік бизнестің маңызды буыны болып табылады.

1. Туристік қызметті ұйымдастырудың теориялық негіздері

Туризм қызметін ұйымдастыру үлкен еңбекті қажет ететін іс-шара болып табылады. Ол тәжірибеде ұйымдастырушылардан шығармашылық мүмкіндігін және ұйымдастыру барысындағы кез-келген кездескен мәселелер бойынша тәжірибелік тапсырманың стандарттық емес шешімін талап етеді. Туризм көптеген дамыған және дамушы елдер үшін валюталық түсімдерінің қайнар көзі болып табылады. Қазіргі кезде Қазақстан үшін де бұл экономика секторы маңызды мәселе болып отыр. Қазақстан Республикасында көптеген туризм түрлерін және туристік қызметтің формаларын дамыту үшін ресурстары мен мүмкіншіліктері жетерлік.

Туристік бизнес - әлем шаруашылығының ең тез дамитын салаларының бірі.

Халықаралық туризм мұнай өнеркәсібі мен автомобиль өнеркәсіптерінен кейін, үш ірі экспорттық салалардың құрамына кіреді. Дүние жүзінде туризмнің мәні үнемі артуда. Бұл жеке ел экономикасына туризм ықпалының өсуімен байланысты.

Қазақстан республикасында туристік индустрияның дамуы халықтың әл-ахуалының деңгейінің артуының нәтижесі болып табылады.

Қазақстан Республикасы Президентінің Қазақстан халқына «Қазақстан экономикалық, әлеуметтік және саяси жедел жаңару жолында» атты 2005 жылғы 18 ақпанында Жолдауы туризм саласының Қазақстанда белсенді дамуына жаңа серпін берді [1].

Туристік қызметтердің қолжетімділігі, олардың сапалылығы және алуан түрлілігі саяхаттаушылардың демалыс нысанын таңдауда маңызды фактор болып саналады. Кәсіпкерлер үшін туристік бизнестің тартымдылығы келесі себептерге байланысты:

- бастапқы инвестициялар;
- туристік қызметтерге деген сұраныс;
- туризмнің пайдалылығының жоғары деңгейі;
- шығыстардың қайтарымдылығының қысқа мерзімі.

Қазіргі кезеңде Қазақстан Республикасында жақсы демалыспен және демалыс қауіпсіздігімен қамтамасыз ете алатын қызметтерді көрсететін туристік компаниялар желісі дамыған.

Қазақстан экономикасы салаларының бірі ретінде туристік қызметтің құқықтық, экономикалық, әлеуметтік және ұйымдастыру негіздері «Қазақстан Республикасында туристік қызмет туралы» Заңында анықталған [2]. Осы заңға сәйкес туристік қызмет туристік агенттер қызметі және туристік операторлар қызметі болып бөлінеді.

Туристік операторлар қызметі – туристік өнімдерді қалыптастыруға, дамытуға және ол өнімдерді туристік агенттер мен туристерге сатуға рұқсаты бар заңды тұлғалардың қызметі.

Туристік агенттер қызметі - туристік операторлар қалыптастырған туристік өнімдерді дамыту мен сатуға рұқсаты бар жеке немесе заңды тұлғалардың қызметі.

Олардың арасындағы айырмашылық - туристік операторлар туристік өнімдерді дамыту мен сатудан басқа туристік өнімдерді қалыптастыра алады.

Туристік өнімді қалыптастыру – шет елдік әріптестерді табу, қонақ үйлерді, экскурсияларды таңдау, авиакомпаниялармен келіссөздер, көрмелерде жұмыстар, қонақ үйлер мен авиарейстерде сақтап қою орындарының нақты санын есептеу, каталогтарды шығару, агенттіктерді іздестіру және таңдауды білдіреді.

Басқаша айтқанда, туристік оператор визаларды рәсімдеу, экскурсиялар және т.б. әртүрлі қызметтерді орындайды.

Туристік өнім туристік саяхат мерзімінде көрсетілген туристің қажеттіліктерін қанағаттандыру үшін қажетті қызметтер және сонымен байланысты саяхат мақсатына сай көрсетілген басқа да (орналастыру, тасымалдау, тамақтандыру, гидтің, аудармашылардың қызметтері) қызметтер жиынтығын білдіреді [3].

Туристік жолдама – туристік өнімнің болу фактісін растайтын құжат, сондықтан туризмді ұтымды ұйымдастыру үрдісіндегі маңызды элементтердің бірі.

Туристік фирма үшін туристік саяхат өнім болып табылады, оның өзіндік құны туристік жолдамаға кіретін қызметтерді толығымен көрсететін шығындардан тұрады.

Шетелдік туристік фирмалармен есеп айырысу үшін банктік аударымдар жиі қолданылады. Аударымдарды шет елге орналастыру үшін туроператордың шет ел банктерімен корреспонденттік байланыстары бар банкте валюталық шоты болуы тиіс.

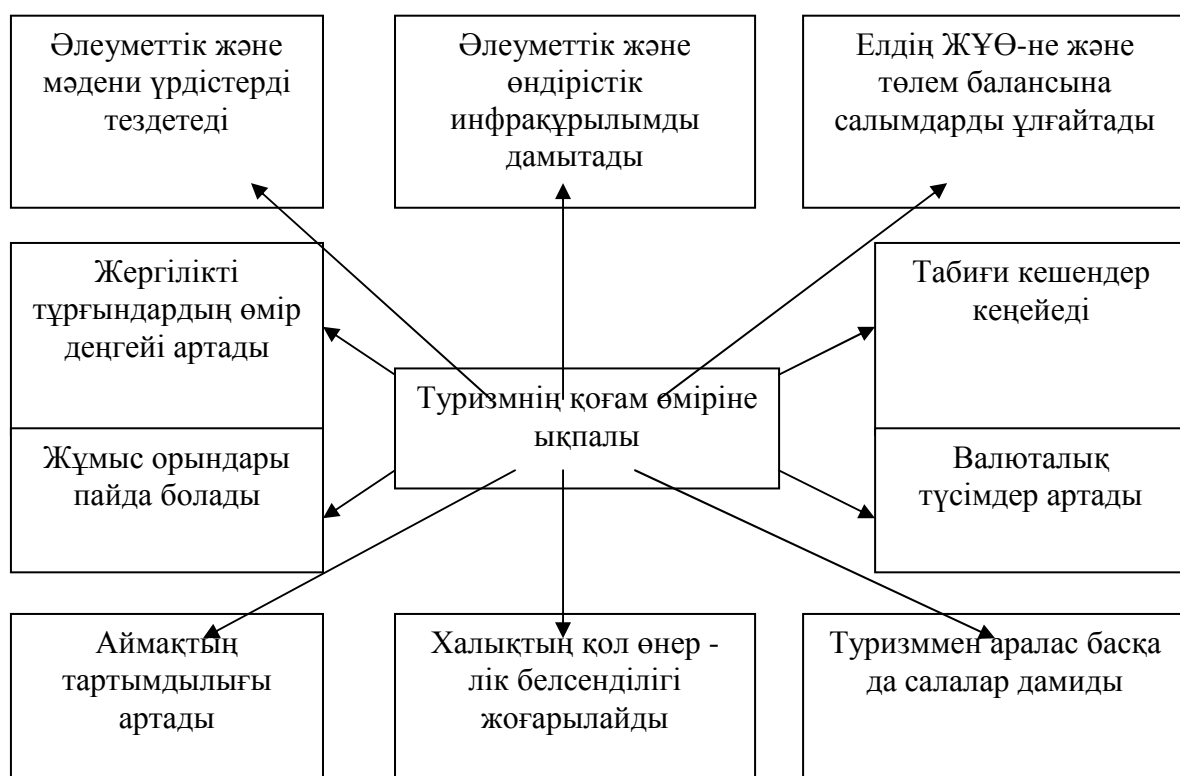
Туроператорларда сатудан түскен табыс туристік қызметтерді көрсетуге келісім шартта анықталған бағалар бойынша туристік жолдамаларды сату құны негізінде анықталынады.

Сату бағасын анықтаудың ең қарапайым әдісі - өндірушіден тұтынушыға туристік өнімнің қозғалысы жолында шығындарды, салықтарды және пайда нормаларын сипаттайтын туристік жолдамалардың өзіндік құнына белгілі бір қосымша құндарды қосу жолымен оларды орнату.

Бағаны қалыптастыру тек бағаны орнату ғана емес, сондай-ақ төлеу әдісін, жеңілдіктерді, бағалардың өзгеру саясаты, қосымша қызметтерге бағаларды анықтауды қамтиды. Туризмде сұраныстағы мерзімдік ауытқулар өте маңызды болғандықтан, бағаларды мерзімге сәйкес уақытымен есепке ала отырып ауыстырады [4].

Туристік агенттің табысы туроператормен қалыптастырылған туристік өнімді сатудан түскен комиссиялық сыйақы сомасы болып табылады.

ҚР Салық кодексінің 212 бабының 1 тармағына сәйкес ҚР шегінен тыс жүзеге асырылатын айналым ҚҚС бойынша салық салынатын айналым болып табылмайтынын ескеру қажет. Туризм сферасында қызметті ұйымдастыру бойынша қызметтерді сату орны Салық Кодексінің 215 бабының 2.4. тармағында анықталады. Сонымен, келу туризмі бойынша туроператорлар мен турагенттердің қызметтеріне ҚҚС салынбайды, осындай қызметтерді көрсету ҚР шекарасынан тыс сатылған қызметтер деп қарастырылады. Ал кету туризмі бойынша туроператорлар мен турагенттердің қызметтері ҚР территориясында сатылған қызметтер ретінде қарастырылып, ҚҚС салынуға тиісті [5].



Сурет 1 - Туризмнің экономикадағы ролі

Туристiк қызметтердiң тиiмдiлiгi компания алатын табысымен сипатталады. Бұнда пайда туристiк өнiмдер нарығында орын алатын бәсеке жағдайларында турфирма өмiр сүре алатын туристiк өнiмнiң пайдалылық деңгейiн қамтамасыз етуi керек.

Пайданы қызметтiң қаржылық нәтижесi ретiнде бағалау табыстар және шығыстар жайлы есеп берудiң үлгiлi сызба-нұсқасы бойынша жүзеге асырылуы тиiстi: жолдамаларды сатудан түскен түсiм - сатылған қызметтердiң өзiндiк құны - мерзiм шығындары.

Туристiк қызметтiң ерекшелiктерiн қарастырудан бұрын, жалпы туризм түсiнiгiн және туризм нарығындағы кәсiпкерлiк субъектiлердiң туристiк қызметтер көрсетуге деген қазiргi қатынасын қарастырып өтейiк.

Өкiнiшке орай, туризмде көрсетiлген қызметтiң сапасына көп көңiл бөлiнбейдi, Қазақстан және дамыған еуропа нарығында да көңiл бөлмейдi. Туризм саласында кәсiпкерлер өз тәжiрибелерiне және жұмыс өтiлiне сүйене отырып, iс әрекет жасайды. Теория мен тәжiрибе, маркетингтiк зерттеу және сапалық жоспарлау арасындағы қарама-қайшылық болашақта шешiледi деген көзқарас бар.

Бұған себеп көптеген туристiк кәсiпорындар маркетингтiк зерттеулер және сапалы iс-шараларсыз пайданы жоғарылата алмады және клиенттерi мен қызмет өндiрiсiнiң көлемiн кеңейте алмады.

Еуропадағы туризм саласындағы жоғары деңгейдегi сұраныстың пайда болуы осы саладағы маркетингтiк зерттеуге, сапалы iс-шаралар жоспарлауға көп көңiл бөлу керектiгiн негiздедi.

Алғаш рет туризмде маркетинг терминологиясын, қағидасын және Тұжырымдамасын қолдануды 1971 жылы Криппендорф ұсынған [6]. Осыған дейiнгi көптеген әдебиеттерде туризм қызметiнiң теориялық тұстары мен анықтамалары сипатталды. Оны келесi факторлармен түсiндiруге болады.

Туризм 1950 жылдан бастап тез қарқында дамыды. Бұл кезеңде, сатушылар нарығын жасау үшiн, туристiк қызметтерге деген сұраныс көбiнесе қолжетiмдiлiк мүмкiншiлiктерiнен асып кету беталысын алған. Және бұл жағдай нарыққа бейiмделген қатынастарға үйрену үшiн және сату техникаларын жылжыту үшiн қолайсыз болды.

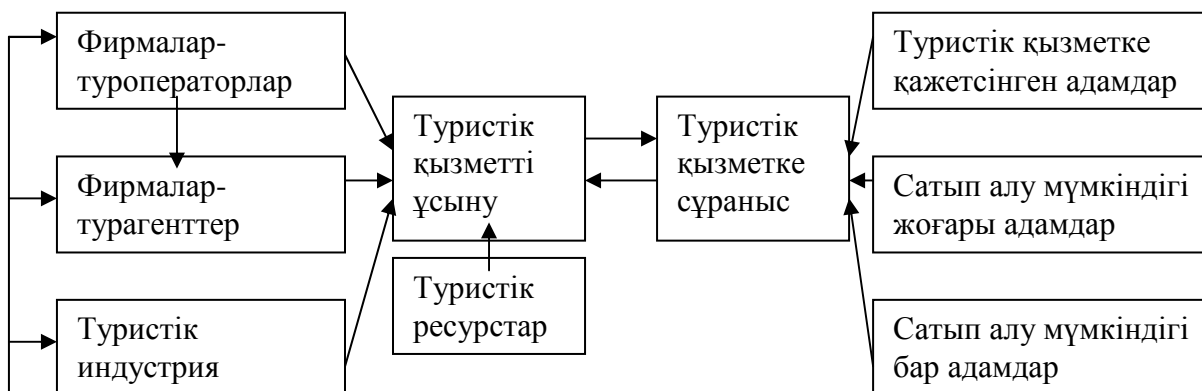
Туризм индустриясы көптеген шағын және орта кәсiпорындармен сипатталады. Олардың қазiргi кезде қажеттi маркетингтiк құралдары, «ноу-хау», немесе тәжiрибелi жұмыстарды атқаруға жұмысшыларды жалдайтын қаражаты жоқ. Олар тек қана жарнама жүргiзудi, өткiзудi және нарықты зерттеу мен өнiмдi жетiлдiру әрекеттерiн жасайды. Бұл қызмет көрсетудiң көптеген салаларында қолданылады. Бәсекенiң күшеюi және клиенттердiң талаптарының көбеюi туристiк ұйымдардың көпшiлiгi үшiн маркетингтi қолдануына алып келедi, яғни бәсекелiк күресте жетiстiктi қамтамасыз ету және сыртқы орта өзгерiстерiне бейiмделуi үшiн стратегиялық маркетингтiк жоспар құрады.

Сонымен, туризмдi дұрыс ұйымдастыру түсiнiгi – күрделi және ауқымды мәселе. Туризмдi дұрыс ұйымдастыру - нарықтағы кәсiпорынның мiнез-құлқының тұжырымдамасы, стратегиясы және тактикасы. Туризмдi дұрыс ұйымдастырудың мақсаты - сатып алушылардың қажеттiлiктерiн қанағаттандыру және осының негiзiнде оның өсуi мен мол пайда табу мақсатына жетуiн көздейдi.

Х. Криппендорф берген анықтамасында, «туристiк қызмет - туристiк кәсiпорындар қызметiнiң, сонымен қатар туризм саласындағы жеке және мемлекеттiк саясаттың жүйелiлiк өзгеруi және шоғырлануы». Мұндай өзгерiстердiң мақсаты пайда табу мүмкiндiгiн ескере отырып, белгiлi бiр тұтынушылар тобының қажеттiлiктерiн қанағаттандыруға негiзделедi. Белгiлi швейцариялық туризм зерттеушiсi осы қарастырылған туристiк қызмет анықтамасында бұл мәселенi кең ауқымда қарастырады. Атап айтқанда, оның институционалдык ерекшелiгi тұрғысынан (мемлекет және жергiлiктi билiк органдары, ұлттық және жергiлiктi туристiк ұйымдар және кәсiпорындар) қарастырады.

Туристiк қызметтiң ерекшелiгi, ең алдымен, туристiк өнiм, сонымен қатар туристiк қызметтердi тұтынушылар мен өндiрушiлердiң айрықша белгiлерiнiң ерекшелiгiмен анықталады.

Туризмді ұйымдастыру мен дамытуда туристік нарықтың дұрыс жұмыс істеуінің маңызы өте үлкен. Туристік нарық дұрыс қызмет етуі үшін нарыққа қажет элементтер болады (сурет 2).



Сурет 2 - Туристік нарықтың жұмыс істеуіне қажетті элементтер

Туристік өнім дегеніміз, Қазақстан Республикасының «Туристік қызмет туралы» 13.06.2001 ж. №211-2 Заңына сәйкес, — саяхат барысында туристердің қажеттілігін толығымен қанағаттандыратын туристік қызметтер жиынтығы.

Туристік өнім ең алдымен жақсы сатып алынуы керек. Туристік қызмет осы мақсатқа жетуге бағытталған бірінен кейін бірі жасалатын іс-шаралардан тұруы керек. Осыған орай туризмдегі көрсетілетін қызметтердің ойға сиятын және негізделген анықтамасы келесі деп айтута болады. Туристік өнім деп туристік саяхат кезінде туристің қажеттілігін қанағаттандыру үшін қажет қызметтер жиынтығын айтамыз.

Туристердің туристік өнімнің әрбір элементі бойынша шығындарының құрылымы: туристік қызметтер - 50%, қосымша қызметтер - 30%, тауарлар - 20% [7].

Туристік қызмет дегеніміз туристік өнімнің негізгі бірлігі. Ол туроператордың еңбегінің нәтижесі, белгілі бағытқа, белгілі бір мерзімге және клиентке біртұтас беріледі.

Тауарлар туристік өнімнің материалды бөлігінен тұрады. Олар: туристік карталар мен қала жоспары, буклеттер, туристік құрал-жабдықтар және т.б.

Қосымша туристік-экскурсиялық қызметтер жолдама немесе ваучердің құнына кірмейді. Оларға жататындар: телефон, пошта, заттарды сақтау, ақша айырбастау, қосымша тамақтану, ойын-сауық және т.б.

Туризм өзінің негізгі сипаттамалары бойынша шаруашылық қызметтердің басқа түрлерінен айырмашылығы жоқ. Сондықтан, туризмде қазіргі кездегі қызметтің барлық түрлері қолданыла алады.

Туристік өнімнің жалпы қызметтер сипаттамасымен қатар өзіндік ерекшеліктері де бар [8]. Мысалы: біріншіден, туристік өнімге деген сұраныстың табыс пен баға деңгейіне икемдігі өте жоғары және саяси, әлеуметтік жағдайларға қатты байланысты болады. Осы себептен, маркетингтік тәуекел де жоғары болады, өнімді алға жылжыту үрдісінде де үлкен кедергілер пайда болады.

Екіншіден, сұраныстың маусымдық ауытқуынан туристердің көбейіп кету көрінісі пайда болады. Осы көріністің әсерінен туристік аймақтар ұсынатын қызмет түріне қарай бірнеше түрге бөлінеді. Мысалы, «күн-теңіз» факторы бойынша - Қырым, Кипр, Түркия, Болгария курорттары; «демалыс-емделу» факторы бойынша - Карловы Вары, Есентуки, Сары Ағаш; «спорт» факторы бойынша - тау шаңғысы курорттары және т.б.

Үшіншіден, туристік өнімнің ұсынысы икемсіз өндіріспен ерекшелінеді. Туристік ұйымдардың басым көпшілігі сұраныс өзгерісіне қарай әрекеттене алмайды. Қонақ үй, демалыс базасы маусым соңына қарай басқа аймаққа көшіріле алмайды. Ұсыныстың

икемсіздігі ерекше білінеді, себебі туристік қызметтерге сұраныс маусымдық ауытқулар мен күтпеген сыртқы өзгерістерге өте қатты тәуелді.

Төртіншіден, туристік өнім кәсіпорынның бірнеше құрамдас бөлімдерінің күшімен жасалады. Олардың әр қайсысының жұмыс істеуінің өзіндік ерекше тәсілдері, арнайы қажеттіліктері және коммерциялық мақсаттары бар. Өнімнің көпшілігі толығымен сатылады, ал туристік қызмет ақырындап, кезегімен өндіріліп сатылады. Тасымалдау кәсіпорындары жылжытуды қамтамасыз етсе, қонақ үйлер орналасу мен тамақтануды, таныстырушы (гид) - жергілікті аймақтың көркем жерлерімен таныстыру қажеттілігін қанағаттандырады.

Туристік қызметтер көрсету үзінді түрде жүзеге асады. Себебі, бір кәсіпорын екінші туристік кәсіпорынның қызметін толықтырады, содан кейін ғана белгілі бір туристік өнім пайда болады. Егер бірін-бірі толықтыру үрдісі екі кәсіпорын (немесе бірнеше) тарапынан келісіліп, бір ортадан жүйелі түрде жасалатын болса, онда бұл істің маркетингтік тиімділігі де жоғары болады. Туристік кәсіпорынның аз ғана бөлігі жеке өздігінен туристік қызмет көрсету пакетінің барлық элементтерін қамтамасыз ете алады. Сондықтан бұндай кәсіпорындардың өзара тәуекелділік деңгейі жоғары. Мысалы, тауда орналасқан қонақ үйлер олардың қызметтерін өткізетін туристік агент пен туроператорларға ғана тәуелді емес, сонымен қатар, көлік кәсіпорындарына, жергілікті шаңғы туризмінің операторларына, банктік мекемелерге т.с.с. ұйымдарға тәуелді болады. Осылардың ішіндегі бір кәсіпорыннан кеткен кемшілік екінші кәсіпорынға әсер етуі мүмкін.

Бесіншіден, туристік қызметтердің жоғары сапасына, аз да болса жіберілген кемшіліктер үлкен әсерін тигізеді. Себебі, туристерге қызмет көрсету ұсақ түйектер мен бөлшектерден құралады.

Қызмет алдын ала өндіріле алмайды, бірақ оны керек кезде көрсету жағдайы алдын ала жасалынып, мерзім мен сұраныс ауытқуларына байланыссыз мүмкіндігінше дәл жоспарланып қамтамасыз етілуі тиіс.

Туристік саяхаттың тұтыну құны мәдени - оң танымдық немесе инвестициялық (іскерлік туризм жағдайында) әсерден тұрады. Туристік өнімнің соңғы әсері оны өндіру үрдісімен бірге жүреді, ал бұл өз кезегінде оның пайдалылығын анықтауда қиындықтар туғызады [9].

Туристік өнімнің құны қызмет және тауардан құралатын өндірістің материалдық және материалдық емес шығындарымен анықталады. Қоғамдық еңбектің туынды шығындары туристік саяхаттан тиімді әсер алуына тең емес. Мысалы, форс-мажорлық жағдайларға байланысты тұтынушы оң әсер алмаса, онда бұл жағдайда туристік өнімнің тұтыну құны жүзеге асырылмайды.

Туристік өнімнің ерекшеліктері:

- туристік өнім түрлері немесе компоненттері арасындағы өзара байланысты күрделі жүйе болып табылатын қызметтер мен тауарлар кешені;

- туристік қызметті сақтауға және қоймалауға болмайды. Сонымен қатар, тауарлық үлгі ретінде ұғынуға да болмайды. Туристік өнімді бағалау үшін өлшейтін өлшем жоқ. Объективті бағалау тек жеке қызмет компоненттеріне ғана тән.

- әдетте, тұтынушы туристік өнімді, оны тұтынғанша көре алмайды. Ал көп жағдайда тұтыну туристік қызметті өндіру орында жүзеге асырылады;

- туристік өнім уақыт және кеңістік сияқты айнымалыларға тәуелді болып келеді. Мерзімдік факторы - ең негізгісі. Сонымен қатар, ұсыныс статикалық жағынан ерекшеленеді. Мысалы, белгілі бір орынға (турбаза, әуежай және т.б.) үйреніп қалу әдеті;

- туристік қызметтің сапасына форс - мажорлық сипаттағы сыртқы факторлар да әсер етеді, яғни сатушы мен сатып алушының іс әрекеттері мен талғамдарына қарамастан: ауа-райы, табиғи жағдайлар, туризм саласындағы саясат, халықаралық жағдайлар және т.б.

- ұсыныс пен динамикалық сұраныс арасындағы карама - қайшылық. Ұсыныс ландшафтары және климаты өзгермейтін орынға байланысты.

Туристік өнім құрамы жағынан үш бөлімге бөлінеді:

- тур;
- қосымша туристік-экскурсиялық қызметтер;
- тауарлар.

Тур дегеніміз клиентке біртұтас таратылатын және туроператордың еңбегімен өндірілген, белгілі бір маршрутқа және мерзімге арналған бірінші туристік өнімнің бірлігі.

Турдың құрамы келесідей болады:

- туристік пакет;
- маршрутта көрсетілетін қызметтер кешені.

Туристік пакетті туроператорлар ұсынады және маршрутта міндетті түрде көрсетілетін қызметтерден тұрады:

- туристерді көлікпен демалыс орнына апару және алып келу;
- трансфер;
- орналастыру және тамақтандыру;
- міндетті түрдегі экскурсиялық және мәдени бағдарламалар.

Туристік өнімнің туристік пакеттен айырмашылығы – нақтылы міндетті жағдайы. Төрт базалық элементтен тұратын туристік пакетті сатып алып, турист туроператордан едәуір жеңілдікпен басқа да фирманың туристік өнімін алады, туроператордан оны басқа да қызметтер арқылы кеңейтуін сұрай алады немесе оны демалыс орнында өзі де жасай алады.

Туроператор туризмде маңызды роль атқарады. Өйткені, ол әртүрлі қызметтерді (көлік, туристерді орналастыру, тамақтандыру, көңіл көтеру және т.б.) бір турпакетке жинап, турөнімді шығарып, оны турагент арқылы таратады.

Турагент – туроператордың туристік өнімін іске асыратын, туристік нарықта жұмыс істейтін таратушы. Туроператордан турагенттің айырмашылығы – турагент турдың сапасына жауапты емес.

Туристік өнімнің туристік пакеттен айырмашылығы – туристік пакет туристік өнімнің бір бөлігі.

Туристік өнім элементтері бойынша туристің шығынын төмендегідей бөлуге болады:

- тур - 50%;
- қосымша туристік-экскурсиялық қызметтер - 30%;
- тауарлар - 20%.

Қосымша туристік-экскурсиялық қызметтер дегеніміз – бұл жолдамада көрсетілмеген, бірақ, туристерге қажет болса, солардың тілегі бойынша көрсетілетін қызметтер. Бұл қызметтер жолдаманың негізгі бағасына кірмейді. Оған жататындар: резервтік орындар, валюта айырбастау, туристік қызмет көрсету, прокат, телефон, қоғамдық көлік, пошта, тауарлар сақтау орны және т.б. Қосымша қызметтерді туристер бөлекше өз ақшасына алуы керек.

Тауарлар дегеніміз туристік өнімнің арнайы бөлігі, оған жататындар: туристік карталар және қаланың жоспары, сыйлықтар, буклеттер, сондай-ақ туристің тұрғылықты елдегі тапшылық тауарлары және т.б.

Туристік индустрияда өндірілетін туристік өнім екі әдіспен бағалануы мүмкін:

- барлық өндірістің шығынының жинақты есебінде;
- туристердің барлық шығынының жинақы немесе туризмнен түскен кіріс есебінде.

Қандай бір әдіспен бағаланса да, сөз туристік индустрияда өндірілетін туристік өнімдердің жалпы табысы жөнінде болып отыр.

Өзінің арналуына қарай туристік қызметтер мен тауарларды үш топқа біріктіруге болады:

- көлік қызметі;
- туристердің туристік аудандарда болуымен байланысты қызметтер мен тауарлар (рекреациялық ресурстар, түнеу, тамақтану және т.б.);
- бір реттік қызмет пен тауарлар (көңіл көтеру, спорт қызметтері, сыйлықтар және т.б.).

Әрбір туристік қызметтер мен тауарлар тобы тағы да түрлерге жіктеледі. Мысалы, көлік қызметтері көліктің түріне және комфорттылығына қарай жіктеледі.

Туристік қызметті өндіруші мен тұтынушылардың осындай айырықша ерекшеліктері болады. Туристік қызметке сұраныс конъюнктураға, табысқа, білім деңгейіне, бағасына, жарнамасына және т.б. байланысты икемділігімен ерекшеленеді. Туристік қызметтің сапасын бағалау субъективті болып табылады: тұтынушының бағалауына әсерді сыртқы факторлар немесе алынған қызмет пакетіне тікелей қатысы жоқ тұлғалар жасайды. Мысалы, жергілікті тұрғындар, демалушылар және туристік қызмет тек қана «соңғы тұтынушыларға» - туристерге ғана емес, сонымен қатар аралық тиісті мекемелерге: туристік агентсволарға, туризмді реттеу бойынша мемлекеттік органдарға, қоғамдық туристік ұйымдарға және т.б. қатысты.

Туристік қызметтерді өндірушілердің ерекшеліктеріне мыналарды жатқызуға болады: туристік қызметтерді өндірушілер болып табылатын әр түрлі мақсаттары бар, профилі және мамандануы (мысалы, туроператорлар, турагенство, мейманхана, қонақ үйлер, турбюро және т.б.) әр түрлі туристік кәсіпорындардың саны. Осы жерде туристік қызмет көрсетудің бірнеше деңгейін қарастырады: мемлекеттік органдар, қоғамдық ұйымдар, кәсіпорындар. Туристік кәсіпорындардың әр түрі үшін арнайы қызметтік сипаты болуы қажет, өйткені туризм - күрделі жүйе, экономика, саясат, әлеумет, экология және мәдениет, оң маркетингтік әсерге жету үшін мұнда осы салада жұмыс істейтін әр түрлі ұйымдар мен кәсіпорындардың тығыз шоғырлануы қажет.

Жоғарыдағы айтылғандарға негізделі отырып туристік қызметтің келесі ерекшеліктерін қарастыруға болады [10].

1. Туризмдегі қызмет үшін сұранысты ынталандыру басты міндет болып келеді. Туристік қызметке сұраныс әрқашанда өсу үстінде, туризм индустриясы басқа салаларға қарағанда экономикалық конъюнктураның өзгерісіне байланысты болады. Туристік қызмет үшін «сұранысты қажетті жерге бағыттау» міндеті маңызды болып табылады.

2. Клиенттерге қатысты нақты ақпараттық саясаттың орны ерекше, әсіресе қызметті сату кезеңінде.

3. Туристік қызметті сатып алу үрдісінде субъективті факторлардың ерекше орнын ескере отырып, туристік фирмалар клиенттердің құқығын қорғауға және туристік қызметті тұтынушылардың талғамына көп көңіл бөлуі қажет.

4. Мерзімдік фактордың әсерінен фирманы уақыт факторына тәуелділігін азайту үшін мерзім аралық кезеңдерде маркетингтік шараларға аса назар аудару немесе туристік қызметті диверсификациялау қажеттілігіне негіздейді.

5. Туристік қызметті ұйымдастыру үрдісінде басқа салаларға қарағанда тұтынушының тек материалдық аспектілеріне ғана емес, сонымен қатар оның психологиялық, діни-эмоциялық жағдайын ескеру қажет.

6. Туристік қызметтер бойынша іс-шаралардың оңтайлы соңғы нәтижесіне жету үшін туристік қызмет өндіру, туристік орталық, мемлекеттік туристік органдар, қоғамдық бірлестіктердің барлық қатысушыларына маркетинг координациясы болады.

Қызмет көрсету саласындағы іс-шаралар өз еркімен бола алмайды. Қызмет көрсету түсінігінің теориялық идеясы экономика саласына тәуелсіз өзіндік мәні бар [11].

Кез келген елдің экономикасына қатысты туристік нарық екі ерекшелігімен сипатталады.

Туристік қызметтерді дұрыс ұйымдастыруды жүзеге асыру құралдары мен әдістері сала және кәсіпорындарға байланысты бір бірінен ерекше болады. Жеке кәсіпорындар және салалар үшін «Ережелік кітаптар» жасау мүмкін емес, сонымен қатар қажет те емес, өйткені кәсіпорындардың шығармашылық тетігі, яғни кәсіпорындардың ішкі және сыртқы ерекшеліктерін ескеретін маркетинг бөлімі болуы қажет.

Осындай айрықша ерекшелік туроператор үшін ол - оның өнімі. Саяхатқа шығатын әр тұтынушы саяхаттан кейін сатып алынған қызметтің сапасы туралы өз ойын айта алады.

Туристік қызметтер туристік нарықтағы жағдайға байланысты. Туристік нарық пен туризм дамуының экономикалық маңызы үлкен. Себебі, жалпы экономикалық мәселелерді

шешуде бұлардың көмегі үлкен. Сонымен қатар, туризмнің қарқынды дамуы үшін экономиканың басқа салалары да дұрыс дамуы қажет [12].

Қазіргі жағдайда Қазақстан үшін әлемдік туристік қауымдастықта өз орнын табудың мүмкіндігі туып отыр. Бұл мақсатқа жету үшін мемлекет маркетинг шараларын өз деңгейінде жүргізуі керек. Қазақстан өзінің туристік өнімімен халықаралық нарыққа шыққанына көп уақыт болған жоқ. Сол себептен, қазақстандық туристік өнім өзінің өмір сүру шеңберіндегі енгізу кезеңінде тұр. Бұл кезеңде маркетинг шараларын өте белсенді түрде қолдану керек, дәлірек айтсақ туристік өніміміз жайлы әлуетті туристерді ақпараттандыру деңгейін көтеру керек [13]. Яғни, Қазақстан туризм үшін өте қолайлы жер, деген ойды тұтынушылар санасында жайғастырып, туристік өнімнің имиджін құруымыз қажет. Қазіргі таңда аталған шаралар ҚР Үкіметі тарапынан белсенді түрде жүзеге асырылып жатыр.

Туризмнің алғашқы және барынша толық анықтамаларының бірін Берндегі университет профессорлары Фрунзикер мен Крапф берген, кейіннен бұл анықтаманы туризмнің халықаралық ғылыми-сараптамалық ассоциациясы қабылдаған. Олардың пікірінше, туризм - адамзаттың жол жүруін, саяхатқа шығуын айқындайтын, ешқандай табыс табумен байланыссыз құбылыс.

Туризмнің экономикалық сипаттамаларының ішінде негізгі 5 тұжырымдама анықталды [14]:

- туризм – адамдардың әртүрлі туристік бағыттармен жол жүру сапары;
- туризмнің әртүрлі үлгілері негізгі екі ұғымды қамтиды: белгіленген жерге саяхаттау және ол жерде тынығу;
- саяхатқа шығу – туристің тұрғылықты жерінен басқа жерге шығуы;
- туристердің белгілі бір жерге баруы уақытша болып табылады, демек туристер белгілі бір уақыттан соң (күн, апта, ай) тұрғылықты жеріне қайта оралуы тиіс;
- туризм тұрғылықты тұруды және пайда табуды қамтымайды.

Туристің басқа елде шектеулі уақыт болуы туризмді көшіп-қонудан ажыратады.

БҰҰ мамандары «турист – 24 сағат немесе одан көп кезеңге тұрғылықты жерінен басқа жерде саяхаттайтын адам» деген анықтаманы бекітті [15]. Бұл анықтама бойынша туристер:

- көңіл көтеру, жанұялық себептер, денсаулық жағдайы және басқа да себептермен саяхаттайтын адамдар;
- іскерлік мақсатпен саяхаттайтын адамдар;
- ел жағалауларына круизді кемемен елде 24 сағаттан аз уақыт болса да саяхаттаушы адамдар.

Бұл келтірілген анықтама келесі тұлғаларды қамтымайды:

- жұмысқа тұру келісім-шарттарымен жұмыс істеуге мүмкіншілігі бар адамдар;
- елге қоныстану мақсатында келген адамдар;
- елге оқуын жалғастыру немесе дәрежесін көтеру мақсатында келетіндер;
- көршілес ел шекарасында тұрып, басқа елде жұмыс істейтіндер;

1969 жылы Римде өткен БҰҰ-ның халықаралық туризм мен саяхат жөніндегі конференциясы арнайы саяхатты ұйымдастырудың халықаралық ұйымын құруды (IVOTO) ұсынды және «Барушы» деген ұғым сол елге келетін әрбір адамды сипаттау керектігі жайлы келісімге қол жеткізді. Анықтама туристердің екі санатын қамтиды:

1. Туристер. Олар әр елге ваканттық жұмыс табу мақсатымен уақытша барып сол елде 24 сағаттан көп уақыт болатындар, конференцияларға қатысатындар, жолдастарымен және туыскандарымен кездесуге баратындар, сондай-ақ елдің аумағында болған уақыт аралығындағы ұшақ экипаждары мен ірі кемелердің құрамындағы мүшелері.

2. Экскурсанттар. Басқа елге барып, сол елде 24 сағаттан аз уақыт болатын адамдар.

Бүкіләлемдік туризм ұйымының ұйымдастыруымен құрылған халықаралық туризм конференциясы 1980 жылы 27 қыркүйек пен 10 қазан аралығында Манилада (Филиппинде) ішкі туризмге түсінік беру мақсатында өтті. Туристік ресурстар жөніндегі Ұлттық комиссияның пікірі бойынша «ішкі туризм – адам тұрақты жерінен 50 миль (80,48 км) кем

емес қашықта орналасқан жерді көру мақсатымен өзінің тұрғылықты жерін уақытша тастап кетуі».

Туристік бизнес – бұл туристік өнімді өндіру үшін нысанды кәсіпорындары бар өндіріс орындары. Туристік бизнес қандай тауар мен қандай қызмет түрін орындауды, қандай көлемде, қандай бағамен сату қажеттігін анықтайтын ұғым [16].

Туризм индустриясын туристік саяхатты іске асырумен байланысты қызмет көрсететін кәсіпорындар құрайды. Туристік қызметтің ерекшелігі олардың ұсынатын өнімінің көптүрлілігі мен біртектілігінде.

Туристік индустрия туризмнің дамуына және оның жаңа негізге көшуіне бірқатар өзгерістер әкелді:

- туризм қызметін ұсынушы фирмалардың саны өсті;
- ірі туристік фирмалар көлік, сауда, сақтандыру компаниялары және банктердің қаржылары негізінде құрылған корпорацияларға айналды.

Туристік агенттіктер – туроператорлық фирмалар мен қызмет көрсетуші кәсіпорындар арасында және клиенттер арасында делдалдық істі атқарушы жеке фирмалар. Олар туроператорлық фирмалар ұсынған тауарларды өткізеді және тасымалдау ұйымдары, қонақ үйлермен тікелей қарым-қатынаста бола отырып, жекелеген туристер мен туристік топтарға әртүрлі қызметтерді жеткізумен айналысады.

Сонымен, туризмді ұйымдастыру мен дамыту экономиканың басқа салаларымен салыстырғанда ерекше сипат беретін экономикалық көрсеткіштер жүйесінен, өзіне тән қарықтық қатынастардан және әдістемелік негіздерден тұрады.

2 Туристік қызметті ұйымдастыру мен басқарудың шет елдік тәжірибесі

Туристік қызметтерді ұйымдастыру мен басқаруда дүние жүзі елдерінің, оның ішінде еуропалық елдердің тәжірибелері жетерлік. Халықаралық туристік ағымдар бойынша барлық ақпараттық мәліметтерді жинақтап және ретке келтіріп отыратын институт ретінде әлем елдерінің бірігуімен туристік ұйым жасақталған.

Бүкіләлемдік туристік ұйым Халықаралық ресми туристік ұйымдардың конгресі ретінде 1925 жылы құрылды. Кейінірек ол Бүкіләлемдік туристік ұйым деп аталатын болды. 2003 жылы ұйым БҰҰ-ның мамандандырылған мекемесі мәртебесін алды. Ұйымның штаб-пәтері Мадридте орналасқан. Қазақстан Республикасы БТҰ-ның 1993 жылдан мүшесі болып табылады.

Бүкіләлемдік туристік ұйым ұйғарымы бойынша, бірінші кезекте туристерді жеткізуші елдер және екінші кезекте туристерді қабылдаушы елдер болып бөлінеді. Туристерді жеткізуші елдерге: АҚШ, Бельгия, Дания, Германия, Нидерланды, Жаңа Зеландия, Швеция, Канада және Англия кіреді. Ал, Австралия, Италия, Швейцария, Франция, Кипр, Греция, Мексика, Португалия, Испания және Түркия сияқты елдер туристерді қабылдаушы болып саналады [17].

Туристердің келу саны мен халықаралық туризмнен түсетін кірістерге қарап Бүкіләлемдік туристік ұйым жыл сайын жетекші деген он елдің тізімін жасап отырады.

Франция мен Испания халықаралық туристердің келуі жағынан жетекші орындарды алып отыр. Яғни, барлық келуші халықаралық туристердің 18 %-ын құрайды. АҚШ үшінші орын алады екен (барлық келуші халықаралық туристердің 6,7 %-ы).

Төмендегі кестеде туристердің саны бойынша жетекші он елдің тізімі берілген.

Туризмді басқарудағы шет елдік тәжірибеге талдау жасай отырып, басқарудың екі үлгісін бөліп қарастыруға болады. Яғни, туризмді басқарудың еуропалық және азиялық үлгілері.

Кесте 1 – Туристердің саны бойынша әлемдегі жетекші он елдің тізімі мен ондағы Қазақстан туризмінің орны (2007 ж.)

Алатын орны	Елдің аты	Туристер саны, млн. адам	Жалпы әлемдік деңгейдегі үлесі
1	Франция	77,0	11,0
2	Испания	51,7	7,4
3	АҚШ	41,9	6,0
4	Италия	39,8	5,7
5	Қытай	36,8	5,2
6	Ұлыбритания	24,2	3,4
7	Канада	20,1	2,9
8	Мексика	19,7	2,8
9	Австрия	18,6	2,6
10	Германия	18,0	2,6
11	Қазақстан (2008 ж.бойынша)*	13,7	1,0
	Әлемде	703	100

Туризмді басқарудың еуропалық үлгісі әлемге әйгілі курорттарымен танымал Италия, Испания және Франция елдерінде қолданылады. Бұл елдердегі туризмді дамыту мәселелері көп салалы министрлік деңгейінде шешіледі. Туристік саламен айналысатын министрліктің бөлімі мемлекеттік реттеу бойынша мынадай іс-шаралар жүргізеді: нормативтік-құқықтық негізін дайындайды, осы саладағы халықаралық ынтымақтастықты дамыту мәселелерімен

айналысады, статистикалық мәліметтерді өңдейді, аймақтардың осы бағыттағы қызметтерін реттейді, осы салаға қатысты көрмелер ұйымдастырады және шет елдердегі туристік өкілдіктерді басқарады [18].

Халықаралық туризмнен түсетін кірістер бойынша АҚШ жетекші орын (түсетін кірістері- 67 млрд. доллар) алады. Испания, Франция және Италия елдерінің кірістері 34 және 27 млрд. доллар аралығында. Гонконг (Қытай), Қытай және Австрия елдерінің туризмнен түсетін кірістері де жылдам артуда.

Төменде халықаралық туризмнен түсетін кірістер бойынша жетекші елдер келтірілген.

Кесте 2 – Туризмнен түсетін кірістер бойынша әлемдегі жетекші он елдің тізімі (2007 ж.)

Алатын орны	Елдің аты	Туристік кірістер, млрд. долл.	Жалпы әлемдік деңгейдегі үлесі
1	АҚШ	66,5	14,0
2	Испания	33,6	7,1
3	Франция	32,3	6,8
4	Италия	26,9	5,7
5	Қытай	20,4	4,3
6	Германия	19,2	4,0
7	Ұлыбритания	17,8	3,8
8	Австрия	11,2	2,4
9	Гонконг (Қытай)	10,1	2,1
10	Греция	9,7	2,1
11	Қазақстан (2008 ж.бойынша)*	1,7	0,6
	Әлемде	474	100

Дамыған еуропалық елдердегі мемлекеттік туристік әкімшілік жергілікті басқару орындарымен және жеке бизнеспен бірлесе отырып тірлік жасайды. Ал, бұл өз кезегінде туризмді дамытудағы мемлекеттік бағдарламалардың міндеттерін шешуде жеке қаржылық ресурстарды тартуға мүмкіндік береді. Бұл саясаттың нәтижесі ретінде туристік қызметтерді реттеудегі аралас (мемлекеттік-жеке) меншікті институттарды алуға болады.

Туризмді басқарудың мұндай жүйесінің арқасында, аталған елдер жоғары индустриялы туризмі бар әлемдік туристік орталықтарға айналып отыр. Бұл елдердегі туризмнен келетін кірістер бюджеттің маңызды баптарына кіреді.

Туристік индустрияны басқарудың азиялық үлгісі Түркия, Египет, Тунис, Марокко және Қытай елдерінде таралған. Бұл үлгідегі елдерде туристік саланы басқару беделді әрі күшті министрлікке жүктелген. Бұл елдерде туризм экономиканың басым бағыттарының бірі болып саналады. Мемлекеттің көмегінің нәтижесінде аталған елдерде туризм мен курорттар жоғары ырғақпен дамуда.

Туризм дамуының бастапқы кезеңінде мемлекеттік басқару органдарының маңызы үлкен. Оның себебі, алғашқы кезеңде туристік саланың инфрақұрылымын жасау үшін қуатты қаржылық салымдар қажет болады. Мұндай қаржылық көмекті тек мемлекет бере алады. Мемлекетке кірістер әкеле бастайтын жоғары дамыған және бәсекелестік мүмкіншілігі үлкен туризм саласы қалыптасқаннан кейін, мемлекеттік органдар негізінен туризм дамуын реттеуші қызметіне ауысады [19].

Кесте 3 - Туризм саласын басқару үлгілері

Туризмді басқарудың үлгілері	Басқару үлгілері таралған елдер	Реттелу ерекшеліктері	Қаржылану жағдайы
Еуропалық	Италия, Испания, Франция және т.б.	Мемлекеттік рет-теу институттары, жеке реттеу институттары	Мемлекеттік қаржылар, жеке қаржылар
Азиялық	Түркия, Египет, Тунис, Марокко, Қытай және т.б.	Басым түрде мемлекеттік реттеу институттары	Мемлекеттік қаржылар, жеке қаржылар
Қазақстандық	Қазақстан Республикасы	Басым түрде мемлекеттік реттеу институттары	Мемлекеттік қаржылар, жеке қаржылар

Туризм экономиканың басқа салаларына қарағанда экономикалық дағдарыстың өзіне әсер ететінін ерте сезінеді.

Бүгінгі күні шет елдік туристерсіз ірі қалаларды көз алдымызға келтіру қиын. Батыс Еуропаның кейбір қалаларында белгілі бір уақыт аралықтарында туристер жергілікті тұрғындарды ығыстырады. Парижде шілде-тамыз айларында париждіктерді, Римде - римдіктерді кездестіру қиын. Себебі туристер - басқа елді көру, тамашалау үшін, бір уақытта, бір мезгілде үйінен шығатындар. Жылдан – жылға шет елдік саяхатқа шығуға қызығушылық өсіп келеді.

Туризм Еуропадан басқа Африка, Азия, Солтүстік және Оңтүстік Америка елдерінде кеңінен дамыған. Көбінде туристермен алмасу көршілес елдердің арасында жүреді, демек жылдан-жылға басқа халықтардың өмірін, салт-дәстүрін көргісі келетін, алыс елдердің мәдениетімен танысқысы келетін және алыс сапарға шығуға қызығатын адамдардың саны өсіп келеді. Қазіргі кездегі дамыған көлік құралдарының арқасында бірнеше сағаттың ішінде әлемнің қалаған жеріне жетуге болады.

Жыл сайын әлемде 4 миллиардқа жуық адам кемінде 5-6 күнін өзінің тұрғылықты жерінен басқа жерде өткізеді. Бұл адамдардың жартысынан көбі демалу мақсатымен шығатын болса, ал төрттен бірі іскерлік сапар мақсатымен, 5-6 % халықаралық конгресстерге, симпозиумдарға қатысушылар, 10-15 % жолдастары мен туыскандарына бару мақсатымен жолға шығатындар [20].

Дүние жүзінде халықаралық туризм бірқалыпты дамымаған, бұл жекелеген елдердің және аймақтардың әлеуметтік-экономикалық дамуының түрлі деңгейімен түсіндіріледі.

Туризмнен түсетін табыс Венгрия, Австрия, Швейцария, Италия, Франция, Испания, Португалия сияқты елдерде жалпы ұлттық табыстың 15-35 % құрайды. Батыс Еуропа елдеріндегі жұмысқа қабілеттілердің 10 % туризм саласында еңбек етеді.

1993 жылы 60 млн шетел туристері Францияның қазынасын 57 млрд. франкке толтырды. Испанияға 1995 жылы өз елінің тұрғындарынан бірнеше есе көп турист барды (70 млн. астам). Италия 1995 жылы туризмнен 25 млрд. АҚШ доллары көлемінде пайда түсірді. Германия азаматтары 1994 жылы шетелге шығудан рекордтық нәтиже көрсетті – 65 млн. адам [21].

Францияда шаруашылық және мейрамхана мамандарын, туристік автокөлік жүргізушілерін жыл бойы 10 апталық тәжірибеден өткізіп, қайта даярлайды. Экономикасы дамыған елдерде ірі туристік корпорациялар нарықтың едәуір бөлігін жаулап алған. Мысалы, Францияда 13 ірі туристік корпорациялардың үлесіне турлардың 50 %-дан астамы тиесілі болса, ал Германияда 3 ірі туристік корпорациялар («TUJ», «Nekkermen», «JTS») өздерінің қолында нарықтың 70% ұстауда.

Ірі корпорациялардан басқа кең тарағаны қонақ үй кешендері. Олар басқа да қызмет түрлерін көрсетуге бейімделген. Мысалы, қонақ үй мейрамханаларында тамақтандыру,

конференциялар мен кеңестер өткізуге қажетті орындар бөлу, көлік билеттерін пайдалану, көлікті жалға алу немесе такси шақыру, экскурсиялық қызмет көрсету, көңіл көтеру орындарының болуы, жедел ақпараттармен қамтамасыз ету және т.б.[22].

Ірі қонақ үй кешендері бір-бірімен байланысты басқарудың автоматтандырылған жүйесі арқылы қосылған. Ол әрбір жеке келісім-шарттарды дәл және тез арада есептеуге мүмкіндік береді және уақыт шығынын азайтады.

Қазіргі кезде әлемде осы жүйеге қосылған жүздеген қонақ үйлер бір мезгілде 1,6 млн астам адамдарды қабылдай алады. Олардың ішіндегі ең алпауыттары – «Holideu Inn», «Sharaton», «Hilton».

Халықаралық туризмнің дамуының және оны ұйымдастыру әдісінің өзгеруінің қазіргі кездегі маңызды кезеңінің негізгісі болып туристік бизнеске көліктік, саудалық, өнеркәсіптік, банктік және сақтандыру компанияларының енуі [23].

Көлікпен тасымалдау компаниялары тур бағыттары бойынша жолаушыларды межелі орындарға жеткізумен айналысады. Әсіресе, бұл жөнінен әуе компаниялары алда, олар турларды өткізу барысында жолаушыларды тасымалдауға маманданады. Кемемен тасымалдау компаниялары круиздерді ұйымдастыратын болса, ал автобус компаниялары турларды өздері ұйымдастырады.

Коммерциялық фирмалар туристік өнімді ұсынумен белсенді түрде өткен жүзжылдықтың 70-ші жылдарынан бастап айналыса бастады. Халықаралық туризм саласына акциялардың бақылаушы пакетін сатып алуы арқылы банктер мен сақтандыру компанияларының енуі күшейді. Банктер шығаратын дисконтты карталар төлем құралдары ретінде өз иелеріне әртүрлі жеңілдіктер береді. Әлемдегі дисконтты карталардың басты жүйелері ретінде «ETN», «IAPA», «Gountdown» және т.б. қарастыруға болады.

Туристік бизнестің жоғары бәсекелестік жағдайында қонақ үй иелері дисконтты бағдарламаға қатысады, себебі, жеңілдік беру жайлы тегін мәліметтер иелеріне берілген каталогтарда болғандықтан, әлеуетті мүмкіндігі бар клиенттерді тартады.

«ETN» картасын қолданудың төмендегідей артықшылықтары бар [24]:

- әлемнің 75 елінде мыңдаған қонақ үйлерге орналасуда 20-30% дейінгі жеңілдіктер;
- мейрамханаларда 20-дан 50%-ға дейінгі жеңілдіктер;
- көлікті жалға алған кезде төлем тарифы 30%-ға дейін төмендетіледі;
- әуе, теміржол, автомобиль билеттерін сатып алған кезде 3-тен 10%-ға дейінгі жеңілдік;

«ETN-Telekard» карточкалары арқылы тегін сөйлесу мүмкіндігі және т.б.

Туризм индустриясының дамуы үшін оның негізгі қонақ үй кешендерінің ғана емес, сонымен қатар қонақ үй объектілерінің де дамуы маңызды. Олар орналастырудың қосымша құралдары ретінде қарастырылады. Олар: кемпингтер, жеке пәтерлер, демалыс үйлері, туристік ауылдар, жастар үйлері, жанұялық клубтар және т.б. Олардың ішіндегі кең таралғаны және бағасы арзаны кемпингтер болып табылады.

Қызмет көрсетудің әлемдік нарығында жақын арада орналастырудың жаңа түрі тайм-шер ашылды. Бұл стандартты қозғалмайтын мүлікті сату және қонақ үйлерде орналастыру емес, мұның аралығында уақытпен шектелген индустрия екі бөліктен тұрады:

- белгілі бір апталарға бөлінген клубтар мен апартаменттерді сату;
- бұл апталарды айырбастау орталығы арқылы алмастыру.

Бүгінгі таңда тайм-шер демалу индустриясының тез дамып келе жатқан салаларының бірі болып табылады. Ол туризм және қозғалмайтын мүлік арасындағы қазіргі кездегі ең жаңа технология болып есептеледі. Тайм-шер индустриясын ұйымдастырудың бастапқы кезеңінде онымен тек кіші кәсіпкерлік айналысқан болса, қазір онымен «Хилтон», «Марриот», «Дисней», «Шэратон» сияқты ірі корпорациялар айналысады. Тайм-шер курорттары әлемнің 80-ге жуық елдерінде бар. Көпшілік аймақтарда ол каникул мерзімдерін ұзартады, инвестиция тартымдылығын арттырады, жұмысбастылықты қамтамасыз етеді [25].

Атақты ағылшын туризмологы В.Мидлтонның анықтамасы бойынша, кешенді туристік өнім дегеніміз «сезінетін және сезінбейтін компонентті пакеттер, оның құрамы туристік орталықтағы адамдардың

іс-әрекеттерімен анықталады. Алған әсерлерінің бағасы ретінде туристер пакетті қабылдайды» [26].

Туристер ағымын әлемдік аймақтар деңгейінде қарастырудың туризм индустриясы үшін құрамдық бөлімдерін талдауда маңызы үлкен. Ал туристік ағымдар кедейсоқ емес, белгілі бір заңдылықтар негізінде пайда болып, өршіп отырады. Оларға бірінші және екінші деңгейдегі факторлар ықпал етеді.

Бірінші деңгейдегі факторлар туристер қалыптасатын аймақтың экономикалық жағдайына: тұрғындардың тұмысына, олардың топтасу мүмкіншіліктеріне байланысты.

Екінші деңгейдегі факторларға дестинация аймағының тартымдылығы, көрсетілетін қызметтердің сапалылығы, саяхат құны және дестинациялық орынның марктеингтік, жарнамалық стратегисы кіреді.

Туризмнің дамуына ықпал етуші факторларды қарастырғанда, халықаралық туризмнің өсе беретіндігіне көз жеткізуге толық болады. Сонымен қатар, туристер қалыптастыратын жаңа аймақтар, жаңа дестинациялар және туризмнің жаңа формалары қалыптасуда.

Әлемдік деңгейдегі туристер ағымын сараптай отырып, мынадай қорытынды жасап отырмыз (Кесте 4): 2020 ж. қарай туристер ағымын қабылдаушы негізгі аймақ болып Еуропа (720 млн.-дай) қалуы мүмкін. Алайда, әлемдік нарықтағы жалпы үлесі төмендейді (45 %-дай шамасында). Екінші орынға Шығыс Азия және Тынық мұхиты аймақтары шығуы керек (397 млн. адам). Ал Америка аймағы 2010 жылдың соңына қарай үшінші (196 млн. адам) түседі деп болжап отырмыз.

Кесте 4 – Туристік ағымдардың (ТА) әлем аймақтары бойынша бөлінуі

Аймақ	ТА саны			ТА ортажыл- дық өсу ырғағы, %	ТА нарықтағы үлесі, %	
	2000 ж.	2010 ж.	2020 ж.*	2000-2020 жж.*	2010 ж.	2020 ж.
Жалпы әлем	565	1006,4	1561,1	4,1	100	100
Еуропа	338,4	527,3	717,0	3,0	59,8	45,0
Шығыс Азия және Тынық мұхиты аймақтары	81,4	195,2	397,2	6,5	14,4	25,4
Америка аймағы	108,9	190,4	282,3	3,9	19,3	18,1
Африка	20,2	47,0	77,3	5,5	3,6	5,0
Таяу Шығыс Азия	12,4	35,9	68,5	7,1	2,2	4,4
Оңтүстік Азия	4,2	10,6	18,8	6,2	0,7	1,2

2020 жылы Шығыс Азия және Тынық мұхиты аймақтары жалпы әлемдік туристер ағымының 25 %-дайын иемденеді. Америка аймағы 2020 жылы әлемдік туристер ағымының 18 %-ына ие бола алады (1995 жылы 19 % шамасында болған).

Одан кейінгі орындарды Африка, Шығыс және Оңтүстік Азия аймақтары алуы мүмкін.

Шығыс Азия және Тынық мұхиты аймақтарында, Оңтүстік Азияда, Таяу Шығыс Азия мен Африка аймақтарында туристер ағымының жылдық өсімі 5 %- дан кем болмайды. Бұл туристер ағымының әлемдік деңгейінен жоғары болатындығын көрсетеді.

Халықаралық туризм дамуының жалпы динамикасын қарастырғанда, ХХІ ғасырдың басындағы әлемдік экономиканың дамуына қаншалықты оң әсер еткенін байқауға болады. Кейбір елдермен қатар, бүтіндей аймақтар өздерінің экономикалық мәселелерін туризмнен түскен валюталық түсімдер арқылы шешіп отырғанын байқауға болады.

Туризм саласын ұйымдастыру мен дамытудың шетелдік тәжірибесіне шолу негізінде дүние жүзінде осы саланы ұйымдастырудың еуропалық және азиялық үлгілерінің қалыптасқанына көз жеткізуге болады. Қазақстанда туризм саласы басқа да ТМД елдеріне ұқсас енді қалыптасып келе жатқандықтан, мемлекет туристік қызметтерді басқарудың басым мемлекеттік үлгісіне (яғни азиялық үлгіге сәйкес) көшіп отыр.

3. Туризм дамуының нормативтік-құқықтық және әдістемелік негіздері

Туризм саласын реттеу мақсатында мемлекет деңгейінде атқарылып жатқан іс-шаралар аз емес. 2001 жылдың 13 маусымында № 211-11 Қазақстан Республикасының «Қазақстан республикасындағы туристік қызмет туралы» Заңы шықты.

Бұл Заңда туризм индустриясы туралы мынадай анықтама берілген: бұл материалдық-техникалық базалардың құрылуын, туристік рекреациялық ресурстардың пайдалануын, туристік тауарлар мен қызметтердің айырбасталуын, қолданылуын, материалды және материалды емес сфера өнімдерінің өндірісін қамтамасыз ететін мекемелер мен ұйымдар жиынтығы [27].

Сонымен қатар, туризмді ұйымдастыру мен басқару үрдістерін реттеу бойынша Қазақстан Республикасында мынадай заңдар мен ережелер қабылданды:

- Қазақстан Республикасының 2008 жылғы 4 желтоқсандағы Бюджет Кодексі;
- «Қазақстан Республикасындағы туристік қызмет туралы» Қазақстан Республикасының 2001 жылғы 13 маусымдағы Заңы;
- «Дене шынықтыру және спорт туралы» Қазақстан Республикасының 1999 жылғы 2 желтоқсандағы Заңы;
- «Қазақстан Республикасының индустриялық-инновациялық дамуының 2003 – 2015 жылдарға арналған стратегиясы туралы» Қазақстан Республикасы Президентінің 2003 жылғы 17 мамырдағы Жарлығы;
- «Қазақстанның 2030 жылға дейінгі даму стратегиясын одан әрі іске асыру жөніндегі шаралар туралы» Қазақстан Республикасы Президентінің 2001 жылғы 4 желтоқсандағы Жарлығы;
- «Қазақстан Республикасының 2015 жылға дейінгі аумақтық даму стратегиясы туралы» Қазақстан Республикасы Президентінің 2006 жылғы 28 тамыздағы Жарлығы;
- «Қазақстан Республикасының мемлекеттік басқару жүйесін жаңғырту жөніндегі шаралар туралы» Қазақстан Республикасы Президентінің 2007 жылғы 13 қаңтардағы Жарлығы;
- «Қазақстан Республикасында дене шынықтыру және спортты дамытудың 2007 – 2011 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасы туралы» Қазақстан Республикасы Президентінің 2006 жылғы 28 желтоқсандағы Жарлығы;
- «Қазақстан Республикасында туризмді дамытудың 2007 – 2011 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасы туралы» Қазақстан Республикасы Президентінің 2006 жылғы 29 желтоқсандағы Жарлығы;
- «Қазақстан Республикасында 2006 – 2016 жылдарға арналған Гендерлік теңдік стратегиясын бекіту туралы» Қазақстан Республикасы Президентінің 2005 жылғы 29 қарашадағы Жарлығы;
- «Қазақстан Республикасының 2007 – 2024 жылдарға арналған орнықты дамуға көшу тұжырымдамасы» Қазақстан Республикасы Президентінің 2006 жылғы 14 қарашадағы Жарлығы;
- «Қазақстан Республикасында азаматтық қоғамды дамытудың 2006 – 2011 жылдарға арналған тұжырымдамасы» Қазақстан Республикасы Президентінің 2006 жылғы 25 шілдегі Жарлығы;
- «Қазақстан Республикасында туризмді дамытудың 2007 – 2011 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасын іске асыру жөніндегі 2007 – 2009 жылдарға арналған іс-шаралар жоспарын бекіту туралы» Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2007 жылғы 28 ақпандағы № 156 Қаулысы;
- «Қазақстан Республикасында дене шынықтыру және спортты дамытудың 2007 – 2011 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасын іске асыру жөніндегі 2007 – 2009 жылдарға арналған іс-шаралар жоспарын бекіту туралы» Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2007 жылғы 19 наурыздағы № 209 Қаулысы;

- «Мемлекет басшысының 2005 – 2007 жылдардағы Қазақстан халқына жыл сайынғы жолдауларын іске асыру жөніндегі негізгі бағыттардың (іс-шаралардың) жалпыұлттық жоспарын және Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2007 – 2009 жылдарға арналған бағдарламасын орындау жөніндегі іс-шаралар жоспарын бекіту туралы» Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2007 жылғы 20 сәуірдегі № 319 Қаулысы;

- «Нәтижелерге бағдарланған мемлекеттік жоспарлау жүйесін енгізу жөніндегі тұжырымдама туралы» Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2007 жылғы 26 желтоқсандағы № 1297 Қаулысы;

- «Қазақстан Республикасы экономикасының бәсекеге қабілеттілігі мен экспорттық мүмкіндіктерін сапалы жаңа деңгейге жеткізудің 2008 – 2015 жылдарға арналған тұжырымдамасы туралы» Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2007 жылғы 28 желтоқсандағы № 1332 Қаулысы;

- «Қазақстан Республикасының әлеуметтік-экономикалық дамуының 2008 – 2010 жылдарға арналған орта мерзімді жоспары туралы» Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2007 жылғы 29 тамыздағы № 753 Қаулысы;

Туризм индустриясының мекемелері мен орталықтарын, кәсіпорындарын үш топқа бөледі:

1. Демалыс орындары мен маршруттардағы туристік экскурсиялық қызмет көрсету мекемелері (турбазалар, қонақ үйлер, санаторийлер, кемпингтер, саяхат және экскурсия бюролары, арнайы көлік, туристік-экскурсиялық тасымалдау, демалу орындары мен туристік орталықтар, туристерді сауықтыру орындарымен, сувенир мен басқа да туристік тауарлармен қамтамасыз ететіндер).

2. Демалыс орындарындағы туристерге, жергілікті халыққа тұрмыстық, мәдени-танымдық, сауда қызметтерін көрсететін мекемелер (жолаушылар көлігі, қонақ үйлер, ауруханалар, дүкендер, кинотеатрлар, клубтар).

3. Материалды-техникалық базаларды құру мен пайдалануды қамтамасыз ететін өнеркәсіп орталықтары және оларға еңбек құралдарын, шикізат, инвентарь жеткізетіндер, сондай-ақ туризм сферасына біліктілігі жоғары мамандар дайындайтын мекемелер.

Бұл Заңға қазіргі уақытқа дейін біраз өзгертулер мен толықтырулар енгізілді (Кесте 5).

Кесте 5 - Қазақстан Республикасының «Қазақстан республикасындағы туристік қызмет туралы» Заңына енгізілген өзгертулер мен толықтырулар

№	Заңның аталуы	Өзгертулер мен толықтырулар мерзімі	Номері
1	Қазақстан республикасындағы туристік қызмет туралы	22 ақпан 2002 ж.	296-II
		4 желтоқсан 2003 ж.	503-II
		20 желтоқсан 2004 ж.	13-III
		31 қаңтар 2006 ж.	125-III
		12 қаңтар 2007 ж.	222-II
		21 шілде 2007 ж.	307-II
		5 шілде 2008 ж.	59-IV

Қазақстан Республикасында туризм саласын дамыту үшін 2001 жылдың 6 наурызында № 333 Қазақстан Республикасы Үкіметінің Қаулысымен «Қазақстан Республикасында туризмді дамыту Тұжырымдамасы» бекітілді.

Тұжырымдамада туристік қызметтің мәні анықталып, Қазақстан Республикасында туризмді дамытудың негізгі бағыттары және туризмді дамытудың мақсаттары мен қағидалары көрсетілген. Онда Қазақстандағы туризмнің қазіргі жағдайы мен дамуының мәселелері жан-жақты қарастырылған.

Туристік қызмет көрсетудің түпкі мәнін түсіну үшін туристік қызмет көрсету процесінің түрін білу керек. Туристік қызмет көрсету дегеніміз туристерге саяхат кезінде,

заттар сатып алған кезде әртүрлі қажеттіліктерін қамтамасыз етіп, көмектесу. Бұл процестің кешенді түрі келесі көрсеткіштер арқылы анықталады [28]:

- туристерге әртүрлі технологиялық өндіріс пен қызмет көрсетудің түрлі жағдайындағы қызметтер мен тауарлардың ұсынылуы;

- туристік қызмет көрсету материалдық-техникалық базаларда (қонақ үйлерде, мейрамханаларда, көлікте, спорттық құрылымдарда, денсаулық сақтау мекемелерінде) орындалады;

- туристерге ұсынылған тауарлар мен қызметтер әртүрлі іс-әрекет барысында пайда болған. Олардың кейбіреулері арнайы туристік ұйымдарда, екіншілері халық шаруашылығының салаларында, көлік, ауыл шаруашылығы, өнеркәсіп, денсаулық сақтау саласында пайда болған [29].

Қызмет әртүрлі кәсіптік дайындықтағы және білім деңгейіндегі адамдар арқылы көрсетіледі.

2007 жылдың 11 маусымындағы Қазақстан Республикасы Үкіметінің Қаулысымен №481 «Туризмде жетекшілік қызметтің, турагенттік және туроператорлық қызметке рұқсат берудің Ережесі» бекітілді.

Бұл Ереже Қазақстан Республикасының «Қазақстан республикасындағы туристік қызмет туралы» Заңына сәйкес жасалынды.

Турагенттер және туроператорлар қызметіне рұқсат беру жеке немесе заңды тұлғаның мемлекеттік тіркелу орнына қарай облыстық (қалалық) атқару орындарымен іске асырылатыны және берілген рұқсатты тоқтату немесе қайтарып алу тәртібі осы Ережеде толық қарастырылған.

Қазақстан Республикасы Үкіметінің осы Қаулысымен «Туризмдегі жетекшілік қызметке, турагенттік және туроператорлық қызметтеріне біліктілік Талаптары да» бекітілді.

Туризм индустриясы үш айрықша қасиеттерімен ерекшелінеді: біріншіден, туристік мекемелердің орналасуындағы ресурстарға болжам; екіншіден, туристік қызмет көрсетудегі мезгілдік; үшіншіден, туризм инфрақұрылымының даму деңгейіне жоғары талап.

Экономиканың саласы ретінде, туризмнің өзіне тән бірқатар айрықша ерекшеліктері бар, солар арқылы халық шаруашылығының басқа да салаларынан бөлініп тұрады [30]. Туризм индустриясының басты айрықша ерекшелігі өндіріс пен өнімді тарату уақытының бірлестігі. Көлік уақытының жоқтығы, яғни туристік қызметтер (турөнімдер) бір жерде өндіріледі және бірден қолданылады. Екінші ерекшелігі – оның өнімдері артығынан шығарылып, қоймада сақталмайды. Туристік қызмет көрсетудің келесі бір ерекше айырмашылығы – қызмет өндірісіне дейін өндіріс объектісіне тұтынушыларды тасымалдап, жеткізу. Бұл өз тұрғысында туризмнің басқа да ерекше айырмашылықтарымен байланысты – турист алған өнімдерді «өзімен алып кетеді», яғни жақсарған денсаулық, көңіл-күйі, толықтырылған білім, пікір, ақпарат.

Туризмде ұсынылатын қызметтер территория бойынша бөлінеді [31]. Туристерге деген қызметтердің кейбіреулері тұрғылықты өмір сүретін жерлерінде көрсетіледі (ақпараттық қызмет). Басқаларын турист саяхат кезінде (ақпараттық, көліктік қызметтер) алады. Үшіншісін туристер туристік орталықтарда (орналасу, тамақтану, емдеу, көңіл көтеру, іскерлік кездесулер) алады.

Қызмет көрсетуді туристерге бағыттап, үлгі бойынша төмендегідей бөлуге болады:

- қызмет пен тауарларға тарту;
- олардың туристік өнімге қызығушылықтарын арттыру;
- ұсынылған тауар мен қызметтерді пайдалануға қызығушылықтарды тудыру;
- туристік қызмет пен тауарларды пайдалануда тура шешім қабылдауға көмектесу.

Туристік индустрия дегеніміз туристік өнім шығарушылар, солар арқылы халықтың туристік сұранысы өтеледі, олар адамдардың рекреациялық қажеттілігінің арқасында құрылады [32].

Қандай бір фирма болмасын оның нарықтағы табысы шығаратын өнімдерінің тартымдылығына байланысты. Бағасы да, нарықтағы өтімділігі және жылдам таралуы да соған байланысты.

Өнімнің экономикалық категория ретінде терең мазмұны бар, бірақ, осы уақытқа дейін жалпы қабылданған анықтамасы жоқ. АҚШ-тың Солтүстік-Батыс университетінің маркетинг профессоры, Американың маркетинг ассоциациясының белсенді мүшесі Ф.Котлер мынадай анықтама береді: «Өнім - өзіне тарту, алу, пайдалану және қолдану мақсатымен нарыққа ұсынылатын және адамның ынтасы мен керегін өтей алатын қандай да болмасын зат». Өнім физикалық объектілер, көрсетілетін қызметтер, ой-пікір және тағы басқалар бола алады [33].

Туризмдегі өнім көрсетілетін кешенді қызмет, яғни бір пакетте туристерге сатылатын қызметтер жиынтығы. Туристік сапарға шыққанда адамдар өзіне көрсетілетін қызметтерден басқа да ерекшеліктерді іздестіреді. Біреулері ұзақ демалысқа шығып, курортқа барып демалып, денсаулығын түзеп қайтса, басқалары іссапарға барып, іскерлік келіссөздер жүргізіп, келісім-шарттар жасайды. Демек, туристер туристік өнімдерге мұқтаж емес, олар жаңа сезімге, қызық оқиғаларға мұқтаж немесе өзінің бизнесін ұлғайтуға мүдделі.

Туристік сұраныс және ұсыныс туристік құрылыстың экономикалық элементі болып туристік нарықты, яғни туристік қызмет пен тауарларды тарату сферасын құрайды [34].

Туристік нарықтың өзіндік ерекшеліктері бар. Егер дүниежүзілік нарықта тауарлардың бағасына экспорт шығыны кірсе, туристік қызметтердің бағасына туристердің көлікке деген шығыны кіреді. Негізгі туристік нарықтың басқа нарықтардан айырмашылығы осында.

БҰҰ жүйесіндегі маманданған ұйым – 1975 жылы құрылған Бүкіләлемдік туризм ұйымы қазіргі уақытта әлемнің 120 мемлекетін біріктіреді. БҰҰ Бас Ассамблеясы Экономикалық және Әлеуметтік Кеңестің келісімімен Дүниежүзілік туристік ұйымды үкіметаралық туризмнің дамуына жауап беретін ұйым деп таныды.

Дүниежүзілік туризм ұйымы Жарғысының келісімі бойынша негізгі қызмет-мақсаттарға мына төмендегілер жатады:

- туризмді экономикалық дамумен қамтамасыз ететін өзара түсіністік;
- туризм аймағындағы елдердің қызығушылығын сақтау құралы.

Дүниежүзілік туризм ұйымы келесідей Декларациялар қабылдаған:

1. Әлемдегі туризм жөніндегі Манильдік Декларация (1980 ж.);
2. Акапулько құжаты (1982 ж.);
3. Туризм жөніндегі Хартия және туристің жүріп-тұруы жөніндегі Кодексі (София, 1995 ж.);
4. Туризм жөніндегі Гаага декларациясы (1989 ж.).

Халықаралық туризмнің дамуы сұрақтарымен айналысатын БҰҰ ұйымдарының санына туризм және саяхат жөніндегі БҰҰ конференциясы, экономикалық және әлеуметтік кеңес (ЭКОСОС), ЮНЕСКО, Халықаралық еңбек ұйымы, көлік авиациясының халықаралық ассоциациясы кіреді.

Халықаралық туризм жөніндегі үкіметтік емес маманданған ұйымдардың санына келесілер кіреді:

- 1951 жылы құрылған туризм жөніндегі ғылыми-эксперттік халықаралық ассоциациясы;
- туризмге мамандандырылған тереңдетілген білім беру жөніндегі дүниежүзілік ассоциациясы. Бұл ассоциация 1969 жылы Дүниежүзілік туризм ұйымының ұсынысы бойынша құрылған;
- халықаралық туризмге қатысуға мүмкіндік беруге жағдай жасау үшін 1963 жылы құрылған әлеуметтік туризмнің халықаралық бюросы;
- 1996 жылы туристік агенттіктердің мамандандырылған қызығушылығын қорғау үшін және қажетті көмек көрсету үшін құрылған, 70 ұлттық қауымдастықты қосатын, 20 мыңдай туристік агенттік кіретін Дүниежүзілік туристік агенттіктердің қауымдастығы.

Халықаралық туризмнің дамуына қатысатын ұлттық және аймақтық ұйымдардың санына жататындар [35]:

- туристік агенттіктердің американдық қоғамы;
- туристік агенттіктердің британдық қауымдастығы;
- туризм жөніндегі 18 араб мемлекеттерін қосатын арабтар Одағы;
- Африканың француз тілінде сөйлейтін 11 мемлекетін қамтитын туризм ұйымы.

Дүниежүзілік туризм ұйымының хатшылығы Мадридте (Испания) орналасқан. Жыл сайын бұл хатшылық туризм жөніндегі БҰҰ ресми түрдегі статистикалық мәліметтерін жарыққа шығарып отырады. Бұл «Туризм» бабындағы барлық елдердің төлем балансының түсімдері және шығындарының есебін реттеп отыру үшін Халықаралық валюталық қор үйлесімді кепілдеме жасап шығарды. Бұл кепілдеменің келісімімен төлем балансы келесі баптардан тұрады:

- туристік өнім және қызметті сатудан түсетін кіріс;
 - туристік сұраныстағы өнімдерді және туристік кәсіпорынға жабдықтарды экспортқа шығарудан түсетін кіріс;
 - шет елдерден келгендердің көлік шығындары;
 - туристік индустрияға бағытталған шет елдік капитал инвестициясы;
 - мамандар дайындау, осы елдегі мамандар қызметін шет елдерге жеткізу және т.б. ұсыныстарды сатудан түсетін кіріс;
 - басқа елдерге ұсынылатын несиелерден түсетін пайыздар.
- Төлем балансының пассивінде келесі баптар бар:
- туристік қызмет көрсетуге және туристік өнімдерді сатып алу үшін кететін шығындар;
 - халықаралық туристік тұтынуға қажетті, соның ішінде тікелей және жанама импорттарға қажетті шет елдерден келетін тауарларды сатып алуға кететін шығындар;
 - мамандарды дайындауға, шет елдік мамандардың жұмысына ақы төлеуге және т.б. кететін шығындар;
 - жергілікті еместерді тасымалдауға кететін көлік шығындары;
 - туризм индустриясына бөлінген шет елдердегі инвестициялар;
 - ұзақ мерзімді шет елдік несиелік шығындар: пайыздар, капитал өтелімі.

Жекелеген елдерде туризмнің дамуына көп мөлшерде қаражат бөлінеді [36].

Халықаралық туризм көлемін сыртқы сауда операциялары сияқты сандық және бағалық көрсеткіштермен анықтайды. Сандық көрсеткіштер туристер санымен негізделеді. Алайда, бұл көрсеткіш шетел туризмінің сандық көлемін анықтау үшін қажет. Ал керекті материалды-техникалық базаны есептеу үшін жеткіліксіз.

Себебі, әрбір шетел туристі басқа елде белгілі бір уақыт аралығында болады. Басқа елде болудың орташа көрсеткіші шет елдік туризмнің көлемімен байланысты. Осыған сәйкес халықаралық туризмде туристердің жалпы санымен қатар маңызды сандық көрсеткіш ретінде сол елде туристің өткізген күн санын қарастыруға болады (тур күндері).

Тур күндерінің санын келесі формула бойынша анықтауға болады [37]:

$$C_T = C_J \times Y_0 ;$$

Мұндағы : C_T – тур күндерінің саны; C_J – туристердің жалпы саны; Y_0 – бір туристің сол елде болуының орташа ұзақтылығы.

Шет ел туризміндегі бағалық көрсеткіштер туристік қызмет көрсетуге жұмсалатын, сонымен қатар елде шет елдік туристерден өндірілген шығындардың барлық түрлеріне баға бойынша негізделеді. Мұнда осы шығындардан халықаралық көлік бағасы шығарылып тасталады. Кейбір елдерде бағалық көрсеткіштер ретінде бір тур-күнге отра табыс және көбейткіш ретінде бір тур саяхатқа орташа табысты құрайды.

Жоғарыда айтылғандарды ескере отырып, елге келетін валюталық түсімдердің көлемін келесі формуламен анықтауға болады:

$$B = C_J \times Y_0 \times T_0 ,$$

Мұндағы: V – валюталық түсімдердің жалпы сомасы; $C_{ж}$ – туристердің жалпы саны; $Ұ_0$ – туристердің сол елде болуының орташа ұзақтығы; T_0 – бір туристен түсетін күндік орташа табыс.

Экономикалық талдаудың, нарықтық қарым-қатынас жағдайындағы маңызды орны өлшемсіз өсуде және екі аспектіні қамтиды:

- ішкі аспект, ол кәсіпорынның серіктестері, жұмысшылары, банктер мен басқа да кредиторлар алдындағы міндеттемесінің өсуі;

- сыртқы аспект, қаржылық жағдай және нарықтағы қызметтік байланыстарды құру мен оны күшейту жағдайын талдау қажеттілігі.

Кәсіпорынның шаруашылық қызметі құрастыру, жылжу және меншікті сақтауды қамтамасыз ету процестерін қамтиды.

Кәсіпорынның шаруашылық қызметінің нәтижесі оның қаржылық жағдайы болып табылады және қаржылық тұрақтылықпен, төлем қабілеттілікпен, ликвидтілікпен сипатталады.

Туристік фирманың қаржылық жағдайын талдау төлем қабілеттілік (T) коэффициенті мен ликвидтілікті (L) есептеуді қамтиды.

$$T = K_0 / A ,$$

Мұндағы: K_0 - өзіндік капитал; A – активтер.

$$L = A_{л} / K_{к} ,$$

Мұндағы: $A_{л}$ – жоғары ликвидті активтер; $K_{к}$ – қысқа мерзімді қарыз.

Кәсіпорынның төлем қабілеттілігі бар деп есептеледі, егер жалпы активтері ұзақ мерзімді және қысқа мерзімді міндеттемелерден және ликвидтіліктен көп болса және ағымдағы активтері қысқа мерзімді міндеттемелерден көп болатын болса.

Кәсіпорынның қаржылық қызметінде сонымен қатар кәсіпорын жұмысының тиімділігі және өнім тиімділігі есептеледі. Бұл байланыста әрбір туристік фирма жалпы тиімділік есебін ($T_{и}$), айналымдағы қаржылар санын ($K_{с}$) шығарады.

Жалпы тиімділік баланстың активіне пайыздық аударымның түсуіне дейінгі пайданың қатынасы ретінде анықталады:

$$T_{и} = (П/A) \times 100\% ,$$

Мұндағы: $П$ – пайыздық аударымға дейінгі пайда; A – активтер.

$$T_{и} = (П_{п}/ П_{с}) \times 100\% ,$$

Мұндағы: $П_{п}$ – пайыздық аударымға дейінгі пайда; $П_{с}$ – сатылудан шығарылып алынған пайда:

$$K_{а} = (П_{с}/A) \times 100\% ,$$

Мұндағы: $П_{с}$ – сатылудан шығарылып алынған пайда; A – активтер.

Өнімнің бөлек түрлерінің тиімділік бірлігі ($T_{ө}$) берілген өнімнің өзіндік құнының пайдасының қатынасы ретінде есептеледі, ол келесі формула бойынша анықталады:

$$T_{ө} = ((B \times K_{\psi}) / K_{\psi}) \times 100\% ,$$

Мұндағы: B - өнімнің бағасы; K_{ψ} - өнімнің өзіндік құны.

Берілген формула жеке турлардың тиімділігін есептеу үшін қолданылуы мүмкін.

Туризмді ұйымдастырудағы әдістемелік негіздерге сүйене отырып, туризмнің мынадай түрлерін топтастыруға болады[38]:

1. Іскерлік туризм халықаралық, ішкі және шетел туризмінде өте маңызды роль атқарады. Дүниежүзілік туризм ұйымының мәліметтері бойынша әлемде іскерлік туризмнің үлесі 20% шамасын құрайды. Әуе компанияларының табысының 50%, көлікті жалға беру компанияларының табысының 70% туристердің осы санатына қызмет көрсету арқылы іске асады. «Іскерлік туризм» түсінігі халықаралық туризм тәжірибесінде қалыптасқан дәстүр бойынша жол жүрулердің кең ауқымын қамтиды:

- корпорациялар мен компаниялар қызметкерлерінің келіссөз жүргізу, өнімді өткізу қызметі, өндірістік жиналыстарға, презентацияларға қатысу мақсатындағы ускерлік жол жүрулері (бұл топ сан жағынан ең жоғары болып табылады);

- командалардың спорттық жарыстарға, гастрольдерге баруы, ресми делегациялардың жол жүрулері (ресми қызмет көрсету);

- конгресстерге, конференцияларға, көрме, жәрмеңке, биржаларға бару;

- марапаттау мақсатындағы жол жүрулер (компаниялар өздерінің үздік қызметкерлері үшін тегін туристік сапарларды ұйымдастыруы мүмкін).

2. Сауықтыру туризмі. Туризмнің бұл түрі рекреационды ресурстармен тығыз байланысты. Мұндай турлардың бағдарламасы уақытының жартысы емдік-сауықтыру процедураларымен айналысуға есептеледі. Сауықтыру туризмінің негізгі арнайы сегменттерінің бірі жанұяның демалысы болып табылады. Бұл бағдарламаларды дайындауда ең алдымен бала физиологиясы мен психологиясының ерекшеліктерін ескеру қажет.

3. Хобби-туризм. Демалыс немесе саяхат кезінде өз жұмысымен айналысатын адамдар арасында өзіне ұнайтын іспен айналысатын адамдар (филателистер, спорттық жанкүйерлер және т.б.).

4. Хикаялы туризм. Туристер үшін тартымды қызықтыратын жерлерге саяхаттар ұйымдастыру («Африкадағы түйелермен аңға шығу», «Сібірдегі аюларға аңға шығу», «Солтүстік Қытай өзендерінде катамаранмен жүзу» және т.б.).

Хикаялы туризм үш топқа бөлінеді:

- жорықты экспедиция;
- сафари-турлар (аң аулау, балық аулау);
- мұхиттарға жорық (яхтинг).

Хикаялы турлардың тақырыптары мен жағрафиясы алуан түрлі. Бұл туризмнің ерекшеліктеріне мына төмендегілерді жатқызуға болады:

- арнайы лицензиямен қамтамасыз етілуі (аңға шығу, балық аулау, трофейлерді елден шығару);

- қауіп-қатердің болмауына кепілдік ету;

- сақтандыру;

- бақылау-құтқару қызметінің болуы;

- квалификациясы жоғары нұсқаушылардың жол көрсетуі.

Хикаялы туризм таңдаулы туризмдердің бірі болып саналады және жоғары бағаланады.

5. Спорттық туризм. Спорттық турлардың негізгі тұтынушылары спорттық қоғамдар. Спорттық туризм нарығының негізгі топтары:

- спорт жанкүйерлері;

- спортшылар;

- жорықтаушы туристер.

6. Оқытушылық турлар. Мұндай турлар сан түрлі және клиенттердің жасына, мамандығына қарай жіктеледі. Негізінен бұл тілге қатысты турлар (қазақ, орыс, ағылшын және т.б.), сондай-ақ менеджментті оқып-үйрену және біліктілігін жоғарылатумен байланысты турлар.

7. Діни туризм. Бұл туризмнің ежелгі түрі. Туризмде діни мақсаттармен жол жүрудің келесі түрлері бар:

- зиярат ету, аруақтарға сиыну, ғибадат ету мақсатында діни орындарға бару;

- көне діни ескерткіштермен, дін мәдениетімен танысу мақсатындағы танымдық сапарлар;

- дін мәселелерімен айналысушы ғылыми қызметкерлер мен тарихшылардың жол жүрулері.

8. Көңіл көтеру турлары. Мұндай турлардың бағдарламалары көңіл көтеруге негізделген (мерекелік жиындарға, концерттерге, көрмелерге бару).

9. Танымдық турлар. Мұндай турлар тарихи, әдеби, театрлық, этнографиялық, фольклорлық өнермен танысу мақсатында ұйымдастырылады (атақты картина галереялары, музейлер, опералық театрлар).

Туристік шаруашылықты мемлекеттік реттеу мына мақсаттарда жүргізіледі:

- туристік қызметтен түсетін жалпы ұлттық табысты көбейту;
- қазіргі заман талабына сай туристік қызметті ұйымдастыру;
- туризмдегі рекреационды ресурстардың сақталуын қамтамасыз ету.

Қазақстан Республикасының «Туристік қызмет туралы» Заңының 4-ші бөлімінің 3-ші бабында көрсетілгендей туризм саласын мемлекеттік басқарудың негізгі мақсаттарына мыналар жатады:

- туризмді дамытуда біртұтас мемлекеттік саясатты іске асыру;
- туризмнің материалдық базасы мен ғылыми-техникалық әлеуетін құру;
- заңнамаларға сәйкес сыртқы экономикалық қызметті жүзеге асыру; туризм саласы үшін мамандар дайындауды және олардың іскерлік біліктіліктерін жоғарылату жүйесін ұйымдастыру.

Өз кезегінде туризмді дамытудағы мемлекеттің саясаты төмендегілерді қамтиды [39]:

- туризм саласында қаржылық, валюталық, лицензиялық қатынастарды реттеу;
- туризмді дамытудың мемлекеттік бағдарламасын қаржыландыру;
- туризм саласындағы қатынастарды реттейтін нормативтік құжаттарды дайындау және жетілдіру;
- туристерге қызмет көрсетудің мемлекеттік стандарттарын даярлау;
- туристік ағымды реттеу;
- ел аумағындағы туристердің қауіпсіздігін қамтамасыз ету;
- халықаралық және ішкі туристік байланыстарды дамыту.

Туристік қызметті мемлекеттік реттеу әртүрлі жағдайларға байланысты өзгеріп отыруы мүмкін.

«Қазақстан Республикасының кейбір заңнамалық актілеріне туристік қызмет мәселелері бойынша өзгерістер мен толықтырулар енгізу туралы» үкіметтік Заң жобасы Парламент мәжілісінің Әлеуметтік-мәдени даму комитетінде қарастырылып, 70-ке жуық түзетулер енгізілген. Бұл заң жобасы туристік қызметті мемлекеттік реттеу жүйесін одан әрі жетілдіруге бағытталған [40].

Туристік қызметті жүзеге асырушы тұлғалардың қызметін ретке келтіру және олардың жауапкершілігін айқындау мақсатында заң жобасы мен Әкімшілік құқық бұзушылық туралы кодекске өзгерістер енгізілді.

Қазақстанның алдағы уақытта Дүниежүзілік сауда ұйымына кіруі ескеріле отырып, сондай-ақ мемлекет басшысының бәсекеге қабілетті туристік индустрия мен инфрақұрылым құру жөнінде Үкімет алдына қойған міндеттерін іске асыру мақсатында қазіргі кезде Қазақстан өңірлерінің туристік кластерлерін дамытудың жоспарлары әзірленуде. Заң жобасын қабылдау туристік қызметті жүзеге асыратын тұлғалар қызметінің тиімділігін арттырады және Қазақстанның әлемдік туристік нарық жүйесіне кіруіне, халықаралық қызметтер саудасы шеңберінде халықаралық кәсіпкерлік пен іскерлік серіктестіктің маңызды саласы және мемлекет экономикасының кірісті секторы ретінде бәсекеге қабілетті туристік индустрияны құруға ықпал ететін болады.

Туристік сала мониторингін жүргізу мақсатында заң жобасында уәкілетті органның Қазақстан Республикасындағы туристік қызметті жүзеге асыратын тұлғалардың, туристік бағыттар мен соқпақтардың мемлекеттік тізілімін жүргізуі көзделеді [41].

Туристік қызметті жүзеге асыратын тұлғалар үшін негізгі қызмет ретінде туристік қызметтің міндеттілігі туралы талап алып тасталды. Ол туристік қызметтер саудасы нарығына қатысушылар шеңберін кеңейтуге мүмкіндік береді. Заң жобасы әрбір туризм нарығына қатысушының конституциялық құқығын қалпына келтіреді. Қолданыстағы Заң мұндай құқықты тек заңды тұлғалар болып табылатын туристік ұйымдарға ғана береді.

«Туроператордың және турагенттің азаматтық-құқықтық жауапкершілігін міндетті сақтандыру туралы» Заңда «туроператор» және «турагент» ұғымдары, сондай-ақ лицензиялау жөнінде енгізілетін түзетуге байланысты міндетті сақтандыру саласындағы мемлекеттік бақылау функциялары, олардың жауапкершіліктері нақтыланды. «Жеке кәсіпкерлік туралы» Заңға туристік қызмет саласындағы уәкілетті органның бақылау функциялары енгізілді.

«Лицензиялау туралы» Заңға халықаралық және ішкі туризм саласындағы туристік қызметпен айналысу үшін лицензиялар беру тәртібіне өзгерістер енгізілді. Сондай-ақ қызметтің шағын түрлері ашып көрсетілді.

Жоғарыда айтылып өткен туристік қызметтерді реттеуші заңдар мен нормативтік-құқықтық актілер, мемлекеттік бағдарламалар мен басқа да Президенттің, Қазақстан Республикасы Үкіметінің ресми құжаттары Қазақстандағы туризм саласын өркендетудің нормативтік-құқықтық негізі болып табылғанымен, туризмді жоғары деңгейге көтеру үшін жасалынған бағдарламалардың өміршеңдігін сынай отырып, олардың қаржылай қамтамасыз етілуін және атқарылып жатқан іс-шаралардың орындалуын мемлекет тарапынан реттеп отыру қажет.

4. Қазақстан Республикасындағы туризмнің қазіргі жағдайы мен дамуының өзекті мәселелері

Қазақстан Республикасының Президенті Н.Ә.Назарбаев елімізді дамытудың маңызды бағыттары қатарында туризм индустриясын барынша өркендетуге басымдық сипат беруде. Әлемнің озық мемлекеттерінің қатарынан көрінуде саланың серпінді секірістер жасауы шешуші мәнге ие болмақ. Елбасының туристік кластерлерді қалыптастыру жөніндегі тапсырмасы күн тәртібіндегі өзекті мәселе екендігі де сондықтан.

Бүгінде туризм экономикалық және әлеуметтік салада мемлекеттің дамуына айрықша ықпал ететін қызмет түрі болып табылады. Оның үстіне, ол дамыған елдерде халықты жұмыспен қамтамасыз етудің басты қозғаушы күші ролін атқарады [42].

2030 жылға дейін Қазақстанның даму стратегиясына сәйкес, біздің елімізде туризм 2015 жылға дейін мемлекеттің экономикалық даму басымдылығының бірі болып белгіленген.

Қазір аталмыш бағдарламаның аясында елдің экономикасын әртараптандыруға бағытталған индустриялық-инновациялық стратегия іске асырылуда. Бұдан басқа алдымызда алдағы төрт жыл ішінде Қазақстанның инвестициялық тартымдылығын көтеріп, республиканың барлық өңірінде туризм индустриясы мен инфрақұрылым нысандарын салу бойынша кең көлемді шараларды іске асыруды қамтамасыз ету міндеті тұр.

Туризмді дамыту жөніндегі қызмет 2006 жылғы 29 желтоқсанда Қазақстан Республикасы Президентінің Жарлығымен бекітілген, 2007-2011 жылдарға арналған туристік саланы дамытудың мемлекеттік бағдарламасымен алдымызға қойылған міндеттерді іске асыруға бағытталған.

Бағдарламаның басты мақсаты – мемлекетаралық, мемлекеттік және жеке деңгейде келісілген іс-шараларды жоспарлауға, туристік саланы тұрақты дамытуға арналған, ішкі туризмнің көлемін ұлғайту есебінен мемлекеттің кіріс пайдасын және халықты жұмыспен қамтудың тұрақты өсімін қамтамасыз ету үшін бәсекеге қабілетті туристік индустрияны құру.

Соңғы уақытта туризмнің және салалық индустрияның инфрақұрылымын дамыту үшін әкімшілік кедергілерді жоюда, заңнамалық және қажетті нормативтік-құқықтық базаларды жетілдіру бойынша үлкен жұмыстар атқарылды. Дүниежүзілік туристік ұйыммен тығыз ынтымақтастық орнатылды. 2007 жылдың қараша айында Картахен-де-Индиас қаласында (Колумбия) Біріккен Ұлттар Ұйымының Дүниежүзілік туристік ұйымы Бас ассамблеясының 17-сессиясына Қазақстан делегациясының қатысуы еліміз үшін маңызды тарихи оқиға болды.

Ассамблеяның қорытындысында ДТҰ Атқарушы Кеңесінің құрамына Қазақстан да сайланып, 30 туристік державаның қатарына кірді. 2009 жылы Бас Ассамблеяны Қазақстанда өткізу туралы ұсыныс ДТҰ Хатшылығымен мақұлданды және 17 Бас ассамблеяның қатысушыларымен қабылданды. Бұл әлемдік туристік қауымдастықтың мемлекеттік және жеке ұйымдары арасында серіктестік географиясын тұрақтандыруға және кеңейтуге мүмкіндік берері күмәнсіз. Ол, сондай-ақ, алдағы кезде кәсіпкерлікті дамытуда, әсіресе кәсіби білім беру және қонақ үй қызметі саласында жаңа серпін беретініне сенім мол [43].

Еліміз қазірдің өзінде тиімді капитал орналастыру және инвестиция салу тұрғысынан көптеген шетелдік инвесторларды қызықтырып отыр. Мәселен, соңғы кезде шетелдік компаниялар туризм секторына және туристік инфрақұрылымының дамуына, Іле Алатауының етегінде (Шымбұлақ, Түрген) тау шаңғысы курортын салуға тиісті қаражат бөліп келеді.

Қазақстан өз кезегінде Алматы облысының Қапшағай су қоймасы жағалауында, Ақмола облысының Щучье-Бурабай курорттық аймағында, Маңғыстау облысындағы «Кендірлі» және «Ақтау-Сити» демалыс аймағында көзделген инвестицияны дамыту мен тартымды туристік орталықтарды салу, сонымен қатар Ұлы Жібек жолындағы Түркістан қаласында және Байқоңыр ғарыш айлағында мәдени-танымдық туризмді дамытуға баса мән

беріп отыр. Қазақстан – Азия мен Еуропаның ең ірі мемлекеттерін біріктіретін аумақта орналасқан. Мұндай тиімді географиялық жағдай халықаралық туристік байланыстардың дамуына оң әсер етеді [44].

2007 жылғы қыркүйекте Алматы қаласында Туризм және спорт министрлігінің ұйымдастырумен «Жаңа Жібек жолы: ұлы дәстүрден туризмнің және ынтымақтастықтың заманауи үлгісіне» тақырыбында Жібек жолы қалалары басшыларының 3-ші форумы өтті.

Форумды өткізудің мақсаты, қалалар арасында интеграцияны әрі қарай дамыту, Жібек жолы бойында туризмді ұйымдастыру және қаржыландыру бойынша инновациялық технологияларды жылжыту, адамдар арасында өзара түсіністікті жақсарту, сондай-ақ Ұлы Жібек жолы жобасына қатысушы елдерде туризмді тұрақты дамыту есебінен аймақтарды үйлесімді дамыту болып табылады.

Қазақстанда тау-шаңғылық, мәдени-танымдық, экологиялық, оқиғалық, іскерлік, сауықтыру, аңшылық және басқа да туризмді дамытуға ықпал ететін жақсы мүмкіндіктер бар. Қазіргі кезде еліміздегі көптеген табиғи қорықтар, мемлекеттік және ұлттық саябақтар мен табиғи ескерткіштері де туризмді дамытуға өз септігін тигізе алады. Еліміз тәуелсіздігінің алғашқы жылдарында отандық туристік индустрияның жеке өкілдері өңірлік, республикалық және халықаралық бағдарламалары мен жобаларын іске асыруда, туристік қызметті ұйымдастыруда, туризмнің материалдық-техникалық базасын дамыту және нығайтуда, көрсетілетін туристік қызметтің сапасын қамтамасыз етуде белгілі бір жетістіктерге қол жеткізді [45].

Туризм елімізде мемлекеттің халықаралық қызмет және экономиканың кіріс секторының шеңберінде халықаралық кәсіпкерліктің және іскерлік ынтымақтастықтың маңызды саласының бірі болып табылады.

Тарихи-танымдық, табиғи тартымдылық, жағрафиялық орналасу тұрғысынан қарағанда, нарықтық қатынастардың белді буыны – туристік бизнес индустриясын дамытуда еліміздің маңдайы жарқырап тұрғаны белгілі.

Қазақстан Республикасының аумағы табиғи климат жағдайына сәйкес далалық, құрғақ дала, шөлейт және шөл, тау бөктері және Алтай таулары деп аталатын іріленген аймаққа бөлінеді. Далалық және құрғақ дала аймақтары барлық жердің 32,6 %-ын алып жатыр. Негізінен мал шаруашылығына маманданған шөлейт дала аймағының үлесіне тиесілі - 41,1%, шөл кеңістігінің орны барлығының 13,7%-на тең [46].

Осындай және басқа да ерекшеліктеріне байланысты, мамандардың бағалауынша, негізгі кәсібі дамыған егін шаруашылығына және кенді өнеркәсіпке бейімделген өңірлердің туристік әлеуеті дүниежүзі елдерімен салыстырғанда кем. Көрсетіліп отырған туристік қызметтердің сапалық дәрежесі де айтарлықтай жоғары емес және біркелкі деуге келмейді.

Сондықтан, Қазақстандағы туризм сыртқы экономикалық байланыстағы кластерлік дамудың басым бағыттарының бірі болып отыр. Туризмнің тиімді дамуы үшін отандық және шет елдік туристік операторлардың бірлесе отырып атқарған білікті қызметтерінің маңызы өте үлкен.

Қазақстан алғаш рет шетел туристерін өткен ғасырдың екінші жартысынан бастап қабылдай бастады. Кеңес Одағы тарағаннан кейін егеменді Қазақстан Республикасы ұлттық табысы төмен дамушы елдердің қатарында болып қалды. Сондықтан да, нарықтық экономика кезеңінде Қазақстанды туризмді дамыған елдер қатарына қосу үшін шетел туристерін қабылдау бағытында тиімді жұмыс істеу керек болды. Демек, туризм – экономиканың саласы ретінде еліміздегі жалпы ұлттық өнімнің негізгі табыс көздерінің біріне айнала алады [47].

Алайда елімізде әзірге дейін туризмнің толық жүйесі жоқ. Сондықтан да, туристерді барлық керекті жабдықтармен, жарнамамен, сауда қызметімен, көлікпен, қонақ үйлерге орналастырумен, тамақтандырумен қамтамасыз утумен байланысты сұрақтар өз шешімін таппай отыр.

Еліміздегі туризмнің дамуының жеткіліксіздігінің тағы бір себебі – ол туризмді дамытуға қажетті ғылыми негіздеудің жоқтығы. Біліктілігі жоғары кадрларсыз туризм саласын дамыту мүмкін емес.

Туризмнің дамуына кедергі келтіріп отырған тағы бір мәселе – салық саясаты. Туризм саласындағы фирмалар елге ұлттық табыс ретінде валюталық ресурстарды тартатын болғандықтан, оларға белгілі бір жеңілдіктер қарастырылуы тиіс.

Қазіргі кезеңде туризм индустриясы қызметтер саудасының қарқынды дамыған халықаралық формасына айналууда. Соңғы 20 жылда әлемде туристік жолаушылардың санының орташа жылдық өсімі - 5,1%, ал одан түсетін валюталық түсімнің көлемі - 14% құраған [48].

Бүкіләлемдік туристік ұйымның мәліметтері бойынша 2006 жылы әлемде саны 961,4 млн. құрайтын туристер тіркелген. Осы уақыттарда халықаралық туризмнен түскен кірістердің көлемі 605,2 млрд. АҚШ долларын құрады. Ал 1960 жылдардағы мәліметтермен салыстырғанда, 2006 жылы туризмнен түскен валюталық кірістердің көлемі 2 есеге артқан.

Эксперттердің болжамы бойынша, халықаралық туризмнің мұндай өсу қарқыны жалғаса отырып, 2010 жылдарға қарай туристер саны 1007 млн. шамасындағы адамға жетпек [49].

Батыста туризмнің әлеуметтік-экономикалық мәнін бұрыннан түсініп келеді. Сондықтан, XX ғасырдың 80-ші жылдарының өзінде көптеген туристік ұйымдардың жекелеген эксперттері мен комиссиялары туризм дамуының тиімді стратегиясын жасау үшін, 2000 жылдарға және одан да әрі 2025 жылдардағы туризмнің келешегіне болжамдық баға беруге тырысты.

80 жылдардың өзінде халықаралық қатынастардағы туризмнің алар орнына үлкен мән берілді.

Туризм саласындағы көптеген елдердің қызметіне талдау жасай отырып, ЕО комиссиясы 2010 жылдарға дейінгі туризмнің даму тенденциясына болжамдық бағаны былай береді:

1. Еуропада туризмнен түсетін кірістер үшін қатты бәсекелестік туындап, еуропадағы туристік қызметтердің сапасының көтерілуіне мүмкіншілік пайда болады.

2. Саяхаттың барлық түріне, оның ішінде көліктік тасымалдауға кеткен шығыстардың отбасылық бюджеттегі үлесі басқа шығыстармен салыстырғанда тезірек артады. Саяхаттар жиілеп, олардың ұзақтығы қысқара түседі. Себебі, бір рет жолаушы шығудың шығындары азаяды. Ал жалпы алғанда, сапалы демалуды қажетсіну есебінен саяхатқа шығу шығыстарының көлемі артады.

3. Жолаушы шығу көлемі Еуропадан Америкаға, Азияға және Мұхит аралдарына континентаралық саяхат есебінен арта түседі.

4. Туризм саласындағы нарықтық конъюнктураның маусымдық өзгеруінің туризм индустриясы үшін қиындық туғызуы жоғалады. Себебі, туризм саласындағы жүргізіліп отыратын маркетингтік қызмет, әрбір жыл мезгілін саяхат үшін дұрыс пайдалануға мүмкіндік туғызады. Ол үшін мемлекеттік және жеке туристік құрылымдар арасындағы ынтымақтастық белсенді түрде артуы қажет.

5. Әуе көлігін пайдалану, тікелей қатынастық рейстер арқылы кеңейе түседі.

6. Демалудың тиімді бағдарламаларын таңдаудың нәтижесінде саяхаттаушы топтардың көлемі кішірейе түседі.

7. Алдын ала тапсырыс беру жүйесін компьютерлеу нәтижесінде алдын ала тапсырыс беру мерзімі қысқаратын болады.

8. Саяхатқа шығушылар арасында жастар мен егде жастағылардың үлесі артады.

9. Мәдени орындар мен белсенді демалуға байланысты туризмнің сұранысы арта беретін болады.

10. Қоршаған ортаның тазалығы туристерді қызықтырудағы басты факторға айналады.

11. Туристік нарықты маркетингтік жіктеу нақтылана түседі.

БТҰ-ның анықтамасы бойынша, 2010 жылдан 2020 жылдарға дейін әлемдік туристік нарықтың маңызды сегменттеріне круиздер, конгрестік туризм, тақырыптық парктер, мәдени туризм, қалалық туризм, спорттық туризм және саяжайлық демалыстар кіреді. Осы уақыттардағы туристердің әлемдегі саны, шамамен, 1561,1 млн. адам құрауы қажет.

Адамзат дамуының ұзақ мерзімдік болжамдарына негізделетін болса, әлемдік туризмнің дамуының ғаламдық тұжырымдамасының әлеуметтік мәні үлкен. Себебі, мұнда адамзат дамуының экологиялық және демографиялық тұстары сарапталады [50].

Аталған мәселелердің Қазақстан үшін маңызы өте жоғары. Себебі, Қазақстанда туризмді дамытуға табиғатының тартымдылығы жетіп артылады. Мысалы, әлемдегі солтүстікте орналасқан ең биік Хан тәңірі шыңы Алматы мегаполисіне жақын орналасқан. Оның биіктігі теңіз деңгейінен жеті мың метр жоғары орналасқан. Алматыдағы туристік фирмалардың қызметкерлері альпинистер тобын Хан тәңірінің етегіне тікұшақпен 3,5-4,5 сағат аралықтарында жеткізе алады.

Бұл, әрине, биіктігі жеті мың метр болатын шыңдары бар басқа елдермен салыстырғанда Қазақстанның үлкен артықшылығы. Мысалы, Гималай тауларына альпинистер экспедициясын жеткізу үшін керуендермен бірнеше апта жоғалту қажет болады. Сондықтан, ондай жерлерде туристік қызметтердің құны да жоғары. Экономика тілімен айтқанда, бұл – Қазақстанның салыстырмалы артықшылығы.

Елдер арасындағы халықаралық туристік ағымдарды факторлар арасындағы қатынастар теориясы анықтап береді. Бұл жерде факторлар арасындағы қатынастар теориясы дегеніміз халықаралық туристік қызметтерді қамтамасыз ететін барлық қаражаттар мен жабдықтар. Мамандар барлық факторларды үш топқа топтастырады: табиғи және тарихи-мәдени нысандар, капитал, еңбек ресурстары.

Халықаралық туристік бағдарламаларда тартымды табиғи нысандармен қатар, еңбек ресурстарының мөлшері де үлкен маңызға ие.

Өмірлік тәжірибе көрсетіп отырғанындай, Қазақстандық таулы аймақтардағы туристік фирмалар қызметкерлерінің білімі мен біліктілік деңгейі шет елдік әріптестерімен салыстырғанда жоғары.

Қазақстан экономикасында туризм ролі арту үстінде. Соңғы жылдары (2005-2008 жж.) қызмет көрсетілген туристер саны 3138,6 мың адамға артқан [51].

Бірақ, әлі де туризмнің тиімділігі Қазақстанда төмен. Келуші туристер санының өсу қарқыны (2005-2008 жылдар аралығында 945,6 мың адамға артқан) шығу туризмімен (осы жылдар аралығында 1540,4 мың адамға артқан) салыстырғанда төмен (кесте 5)

Қазақстан Республикасында туризмді дамытудың 2007 – 2011 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасын іске асырудың бірінші жылының қорытындысы бойынша туризмнің барлық түрінен көрсеткішінің тұрақты өсу үрдісінің сақталғаны байқалады. Айталық, 2008 жылдың есептік кезеңінде сырттан келушілер туризмі 12,8 %-ға өсті және келушілердің жалпы санынан 5441,3 мың адамды құрады (38,5 %). 2007 жылдың ұқсас кезеңімен салыстырғанда сыртқа шығушы туристер саны 23,2 %-ға өсті және жалпы келушілер ағынынан 4598,5 мың адамды немесе 33,0 %-ды құрады, сонымен қатар ішкі туризм бойынша туристер саны 12,5 %-ға өсті және 3981,1 мың (28,5 %) адамды құрады.

Көрсетілген қызметтің жалпы көлемі 53863,0 млн. теңгені құрады, сатылған жолдамалар құны 13890,7 млн. теңгені құрады, бұл 2007 жылдың сол кезеңімен салыстырғанда аталған көрсеткіштің 1,9 есеге өскенін дәлелдейді.

Есептік кезеңде 1013 туристік фирма және туристік қызметпен айналысатын 58 жеке кәсіпкер 567,0 мың келушілерге қызмет көрсеткен, бұл 2007 жылдың деңгейінде 105,1 %-ды құрады.

Туристік индустрия субъектілерінің туристік қызметінен түскен жалпы табыс 2008 жылы 63,0 млрд. теңгені құрады және бюджетке аударылған салық сомасы 9 млрд. астам теңгені құрады, бұл ұқсас кезеңмен салыстырғанда 36 %-ға артық.

Республикада қызмет ететін 992 қонақ үй шаруашылығы кәсіпорны 2640,2 мың адамға 40414,1 млн. теңгеге қызмет көрсеткен. Есептік кезеңнің қорытындысы бойынша орналастыру объектілерінде 26225 нөмір бар және олардың бір мезгілдегі сыйымдылығы 58367 жатын орынды құрайды.

Кесте 6 – Қазақстандағы туристік индустрияның негізгі көрсеткіштері

Негізгі көрсеткіштер	2005	2006	2007	2008	2005-2008 жж. салыстыру, %
Қызмет көрсетілген келермендер саны, мың адам	10649,0	11889,6	13787,6	14101,7	129
Келу туризмі, мың адам	4365,0	4706,7	5310,6	5441,3	121
Шығу туризмі, мың адам	3004,0	3687,9	4544,4	4598,5	151
Ішкі туризм, мың адам	3280,0	3495,0	3932,6	3981,1	119
Туристік фирмалар саны, бірлік	846	921	1007	1013	119
Туристік қызметпен шұғылданатын жеке кәсіпкерлер саны, бірлік	30	41	51	58	170
Кесте 6 жалғасы					
Негізгі туристік ресурстар, барлығы: оның ішінде:	6656	7109	7405	7463	111
Мұражайлар, бірлік	187	185	195	195	104
Театрлар, бірлік	51	53	55	56	107
Концерттік ұйымдар, бірлік	66	61	67	69	101
Цирктер, бірлік	3	4	4	4	133
Клуб үлгісіндегі мекемелер, бірлік	2409	2600	2824	2839	117
Кітапханалар, бірлік	3664	3848	3935	4067	107
Киноқойылымды жүзеге асыратын ұйымдар, бірлік	120	194	149	154	124
Луна-саябақтар мен демалыс саябақтары, бірлік	50	53	63	66	126
Хайуанаттар саябақтары, бірлік	4	4	4	4	100
Ерекше қорғалатын табиғи аумақтар, бірлік	102	107	109	109	106

Елімізде қазақстандық және шет елдік азаматтардың әр түрлі туристік қызметтерге деген сұраныстарын қанағаттандыру үшін кең мүмкіндіктерді қамтамасыз ететін қазіргі заманғы аса тиімді және бәсекеге қабілетті туристік кешенді іске асыруға жағдай жасалып жатыр, ұлттық туристік өнімнің сапасын қамтамасыз ету үшін стандарттар әзірленді және қабылданды. Қазақстан Республикасында туризмнің материалды – техникалық базасын дамытуға инвестиция тарту үшін шарттар анықталды. Бұл ретте әлемдік деңгейдегі «Жаңа Іле» туристік орталығын құру жөніндегі «серпінді» жобаны іске асыру маңызды мәнге ие болып отыр [52].

Алайда, еліміздегі туризмнің жағымда даму тенденциясына қарамай, әлем экономикасындағы қолайсыз жағдай туристік ағымға кері әсерін тигізді, нақты айтсақ, - әкімшілік дерек көздер мен жүргізілген статистикалық зерттеулер дерегі бойынша туристік қызмет 2008 жылдың қаңтар-қыркүйек айларының қорытындысы бойынша республика аумағында ішкі туризм алдыңғы 2007 жылдың осы кезеңімен салыстырғанда 2,3 % (3 370,3 мың адам келеушілердің жалпы ағымының 30,9 % құрады), келу туризмі 10,3 % кеміді (3851,0 мың адам немесе келушілер ағымының 32,8 % құрады). Осы жағдай туризм индустриясы даму көрсеткіштерінің сандық және сапалық жоспарланған көрсеткіштерінің төмендеуіне алып келуі мүмкін.

Туризм және спорт саласының аясында ерлер және әйелдердің тең құқығы және тең мүмкіндіктері олардың өзіндік ерекшеліктері есепке алына отырып, табысты іске асып жатқандығын атап өткен жөн: туризм индустриясында туристік ұйымдардың басшылығында және қызмет көрсету аясында әйелдер көбірек еңбекпен қамтылған (барлық еңбекпен қамтылғандар санының 98 %-ға жуығы). Спортта әдетте ерлер көш бастап жүрген спорт түрлерін көптеген әйел азаматтар белсенді игеріп жатыр. Бұдан басқа, бүгінде бірқатар проблемалық мәселелер туындап отыр, олардың шешу көзделген мақсатқа - Қазақстанды Орталық Азия өңіріндегі туризм орталығы ретінде қалыптастыруға қол жеткізуге мүмкіндік береді [53].

Бірінші, туристік және көліктік инфрақұрылымдардың жеткіліксіз дамуы. Қонақ үйлерді, пансионаттарды, демалыс үйлері мен базаларын қоса алғанда, орналасу объектілерінің, сонымен қатар санаторийлік-курорттық мекемелердің материалдық базасы жоғары дәрежеде моральдық және физикалық тозғандығымен сипатталады. Бүгінгі таңда туризм ауқымы, сапа түрлері және туристер үшін ұсынылатын тұратын жерлер халықаралық талаптарға сай емес.

Екінші, қызмет көрсетудің төмен сапасы және Ұлы Жібек жолының қазақстандық бөлігінде таңбалы тарихи орындардың қиындық тудыруы қазақстандық та, шетелдік те туристердің үрейін туғызады. Біздің тарихи мұрамыздың туристік бағдарларларын халықаралық насихаттау мен жылжыту да сапалы түрде қайта қарауды талап етеді.

Туризмді дамыту көлік инфрақұрылымының жағдайымен тікелей байланысты болғандықтан, әуе және темір жол тасымалы географиясының шектеулілігі, ішкі және сыртқы туристердің топтық сапарлары үшін көліктің барлық түріне жол жүру билеттеріне жеңілдіктер жүйесінің болмауы маңызды проблемаға айналып отыр.

Үшінші, кадрларды даярлаудың, қайта даярлаудың және олардың біліктілігін арттырудың төмен деңгейі және туризмнің ғылыми базасының жоқтығы

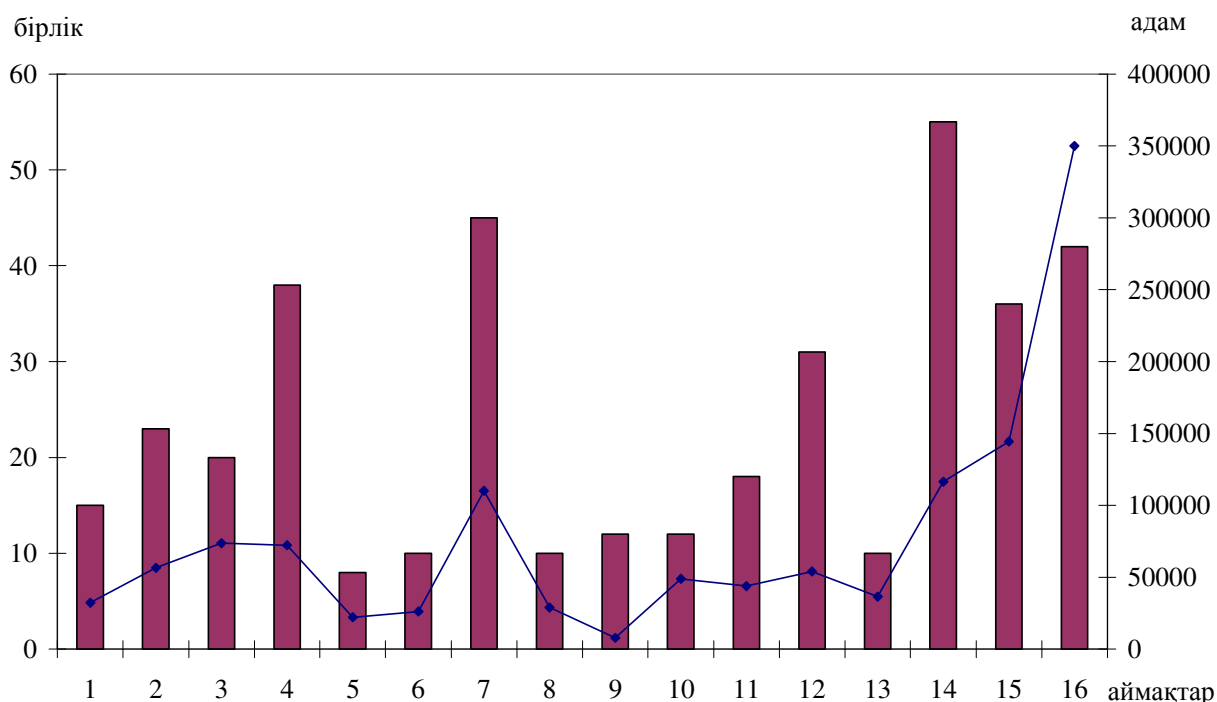
Туризмді дамытуға кедергі жасайтын негізгі проблемалардың бірі қызмет көрсететін салада мамандандырылған туристік кадрлардың болмауы болып табылады. Бұл туризм индустриясы объектілерінде білікті мамандардың болмауы проблемасына ғана емес, сонымен қатар туристік сала үшін кадрлар даярлау сапасына да қатысты.

Төртінші, туристік индустрияда ұсынылатын қызметтердің төмен сапасы. Бұл Қазақстанда туристік визаларды ресімдеу, шетелдік туристерді тіркеу процедураларына, кедендік және паспорттық бақылау мерзімдеріне қатысты.

Бесінші, туризм елі ретінде Қазақстанның жеткіліксіз деңгейдегі тартымдылығы. Елдің оң туристік имиджін жылжыту жөніндегі іс-шаралар жүйесіз сипатта, туризм жөніндегі көрмелерге қатысу мемлекеттің жарнамалық қызметінің тиімділігін толық өлшемде қамтамасыз етпейді. Осы уақытқа дейін туристерді тартуда Қазақстан үшін бірінші басымдықты нарықтар болып табылатын елдер – Германия, Ұлыбритания, Оңтүстік Кореяда туристік өкілдіктер (шетелдердегі мекемелер жанынан туризм бөлімдерін) ашу және олардың қызметін қамтамасыз ету мәселесі шешілмей отыр. Сонымен қатар, жыл сайын орасан көп туристерді қабылдайтын, туризм саласында дамыған елдердің (Франция, Испания, Германия) тәжірибесі аталған мәселені шешу қажеттігін куәландырады.

Қазақстан туризмінің әлемдік туристік нарықтағы қалыптасқан бәсекеге қабілеттігі сақталған жағдайда отандық туристік нарықты дамыту мүмкіндігі өмір деңгейін жақсарту

және халықтың еңбекпен қамтылуын қамтамасыз ету үшін, сапалы туристік қызметтерге деген артып келе жатқан сұранысты қанағаттандыру және елде туризмді тұрақты дамытуға жағдайлар жасау үшін жеткіліксіз болады [54].



Шартты белгілер: ■ - нысандар саны, бірлік; ▲ - қызмет көрсетілген келермендер саны, мың адам; 1- Ақмола; 2- Ақтөбе; 3- Алматы; 4- Атырау; 5- БҚО; 6- Жамбыл; 7- Қарағанды; 8- Қостанай; 9- Қызылорда; 10- Маңғыстау; 11- ОҚО; 12- Павлодар; 13- СҚО; 14 - ШҚО; 15- Астана қ.; 16- Алматы қ.

Сурет 3 - Қазақстандағы туристік фирмалардың қызметінің негізгі көрсеткіштері (2008 ж.)

Келуші туристер саны мен олардан түсетін кірістер көлемін аймақтар деңгейінде сараптай отырып, мынаған көз жеткізуге болады:

- қызмет көрсетілген келермендер саны жағынан бірінші орынды Алматы қаласы (ҚР-ғы жалпы туристер санының 47,9 %-ы) және екінші орынды Астана қаласы (23,4 %) иемденіп отыр;

- 2008 жылы салыстырмалы түрде келуші туристерден көбірек кіріс келтірген аймақтарға ерекше табиғи орындары бар облыстар (Алматы қаласы, Астана қаласы, Шығыс Қазақстан облысы және Қарағанды облыстары) кіреді;

- ішкі туризм бойынша негізгі кіріс келтіруші аймақтарға, жағдайы салыстырмалы түрде жақсы тұрғындары бар, Алматы қаласы мен Астана қаласы еніп отыр.

Қазіргі туризм экономикалық құбылыс ретінде ұлттық экономиканың жедел дамуында катализатор бола отырып, жаңа жұмыс орындарын ашуға, ұлттық табыстың артуына, жергілікті инфрақұрылымның дамуына және тұрғындардың өмір деңгейінің өсуіне септігін тигізіп отыр.

Асан Қайғы бабамыздың назарына ілінген қазақ жерінің таңғажайып табиғаты көлденең көк аттылының да көз жауын алмай қоймайтыны даусыз. Атыс-шабыстан, табиғаттың тосын құбылыстарынан жүректері шайлығып қалған тынығушылар кейінгі кездері Кавказдың атақты шипажайлары мен Таиланд пен Түркияның мәрмәр жағалауларына баруын сиретіп, ат басын Алакөл жағалауы мен Көкшенің көрікті баурайына бұра бастағаны жасырын емес. Қазір елімізге төрткүл дүние назар аударуда. Кешегі кеңестік кеңістікте бірге

өмір сүрген елдерден оқ бойы озып шығуымыздың түп-тамыры алтыбақан алауыздықтан биік тұрған тірлігімізден таралып жатыр. Бірақ күні бүгінге дейін шетелдік қонақтардың жерімізге келіп, емін-еркін серуендеуіне Үкімет, жергілікті билік емес, табиғаттың өзі-ақ қолайлы жағдайды қалыптастырып отыр. Ендігі міндет барды ұқсатып, көрікті мекендердің сұлулығын жарнамалау арқылы туризмнің қазақстандық брендин қалыптастыру [55].

Сонымен, шетелдіктерге Қазақстанды таныстыру үшін Үкімет қандай қадамдар жасауда? Қазақстан Республикасы Спорт және туризм министрлігінің мамандары әлемге әйгілі Си-Эн-Эн, Би-Би-Си және басқа да ақпарат таратушы алпауыт компаниялармен табиғаты көркем аймақтарды жарнамалау туралы келісім-шарт жасаған. Алдағы уақытта шетелдік электронды ақпарат құралдарында жариялануы тиіс жарнамалық роликтер мен көркем суретті буклеттерге жұмсалатын қаражат 2008 жылдың бюджетінде қарастырылған.

Халықаралық сарапшылардың пікірінше, елімізде туризмді дамытуға төмендегідей жағдайлар кедергі келтіруде:

- шетелдік туристердің виза алып, көші-қон органдарында тіркелуіндегі кедергілер;
- құжаттарды рәсімдейтін білікті мамандардың жетіспеушілігі;
- инфрақұрылым мен маркетинг деңгейінің сын көтермейтіндігі және т.б.

Туризм және спорт министрлігі агенттік болып тұрған кезінде Білім және ғылым министрлігімен бірлесіп туризм секторы үшін кәсіби мамандарды даярлауды жетілдіру мәселесін қолға алған болатын. Сол құжат негізінде туристік компания менеджерлерін арнай аттестациядан өткізу жұмыстары жүргізілуде. Туризм саласына инвестиция салғысы келетін шетелдік компанияларға Үкімет кепілдік беріп отыр. Шетелдік фирмалар Іле Алатауының баурайына тау шаңғысына арналған курорт салуға, Қапшағай қаласы мен Щучье-Бурабай аймағында ойын-сауық кешендері мен демалыс орындарын салуға, Түркістан қаласы мен Байқоңыр ғарыш айлағында мәдени-танымдық кешендер салуға қызығушылық танытып отыр. Сонымен қатар, Байқоңыр аймағын туристік кешенге айналдыру мәселесі де күн тәртібінде тұр. Ендігі мәселе осы идеяларды жүзеге асыратын туризм менеджерлерін даярлау. Қазақстанға арнайы іс-сапармен келген Малайзиядағы туризм Одағының мүшесінің журналистермен кездесуінде айтылғандай «мамандар дайындауды енді ғана қолға алған болсақ, бұл саланың пайдасын 4-5 жылдан кейін ғана көретініміз» анық.

Қазақстанның туризм саласындағы мамандардың 30 пайыздан астамының арнайы білімі жок. Бұл бағыттардағы жұмыстар 2007-2011 жылдарға арналған туризм саласын дамыту бағдарламасында қарастырылған. Соған қарамастан, 2008 жылдың өзінде сыртқы туризм 2 есеге өссе, ішкі туризм 2,8 пайызға артып, жалпы түсімі 6,5 млрд теңгеге жеткен. Демек, Үкіметтің жеті кластердің бірі болады деген туризм саласының болашағы зор» [56].

Алыс-жақын шет елдерге жиі шығатын қандастарымыз «Араб елдеріндегі алып пирамидаларды, Швейцариядағы түкті кілемдей көз жауын алатын әсем табиғатты, Қытайдың Ұлы қорғаны мен императорлар сарайын, Ресейдің қалпына кетірілген көне қалаларындағы тарихи ескерткіштерді, өзге де көне қорымдар мен мазар-сарайларды көрген сайын соларға іштей сүйсінгенімен, қазақ жұртының қасиетті де киелі жәдігерлерін әлі күнге әлемге әйгілей алмай отырғанымызға іштей күйінетіндіктерін» айтады.

Шындығында да Афинадағы Акропольдың, Римдегі Колизейдің, Үндістандағы Тәж-Махалдың, Мексикадағы Чичен-Ица храмының ешқайсысынан кем соқпайтын мәдени мұралардың Қазақстанда да мол екендігі жасырын емес.

Басқаны былай қойғанда, Арыс өзені маңындағы Көк Мардан қонысы (б.з. 1-8 ғ.ғ.), Сыр өңіріндегі Алтын-Асар қалашығы (б.з. 1-6 ғ.ғ.), Алып қалашығы (б.з.1-4 ғ.ғ.), Талғар маңындағы Талхир қалашығы (б.з.5-7 ғ.ғ.), Бақанас аулынан 200 шақырым қашықтықтағы Қарамерген қалашығы (б.д. 11-13 ғ.ғ.), Тараз қаласы маңындағы Ақыртас қалашығы (б.з.8 ғ.) әрбір шетелдікті еріксіз таңдандыра алатын көне мұралар екендігі сөзсіз. Өзіміздің Балқаш пен Алакөлдің Қырғызстандағы Ыстықкөлден немесе Қароа теңізден кем еместігі де жасырын емес. Айша бибінің, Жошы ханның, қазақтың сайын даласын батысы мен шығысында күзетіп тұрған Ақкесене мен Көккесененің, өзге де мазарларды егер бастапқа

қалпына келтіріп, саяхатшы-туристердің баруына қолайлы жағдай тудырылса, олардың да әлемдік мәдениет үлгілерінен кем соқпасы анық.

Бұған дәлел, Қазақстан Республикасы Қоршаған ортаны қорғау министрлігінің құқықтық саясат және халықаралық ынтымақтастық департаментінің жүргізген әлеуметтік сауалнамасына сәйкес елімізге келуге ниет білдірген шетелдіктер әсем табиғаты мен көне жәдігерлерді аралауға құмартқанымен, сол жерлердегі жолдардың, қонақ үйлердің, тамақтанатын орындардың, қызмет көрсету мәдениетінің әлемдік стандарттарға сәйкес келуін қалайтындықтарын білдірген. Қызмет көрсету деңгейі әлемдік стандарттарға сай болмағандықтан туризмнен түсетін қыруар қаржыдан да айрылатындығымыз сөзсіз. 2007 жылы Қазақстан аймағына келіп қайтқан туристерден түскен пайда 6,3 млрд теңгені құраған. 2007 жылы Қазақстанға Ресейден – 1696691 адам, Германиядан – 72529, ҚХР-дан – 76806, Түркиядан – 42064, Ұлыбританиядан – 16530, АҚШ-тан – 19513, Оңтүстік Кореядан – 9311 адам келіп қайтқан [57].

Соңғы жылдары Қазақстан туризмді дамыту барысында біршама шараларды қолға алған. Каспий теңізі бойынша круиз ұйымдастыру үшін халықаралық «Каспий – достық теңізі» фестивалі аясында «Қазақстан-Ресей-Түркменстан-Иран-Әзірбайжан» арасы қарастырылды.

Әлемнің 80-нен астам елдерінде өздерінің әріптестерін біріктіретін мыңнан астам туристік ұйымдар Қазақстандағы туризмді дамытуға ықпал етуде. Қазақтың ұлан-ғайыр даласы, өзен-көлдері мен тау-қыраттары әртүрлі аң мен құсқа бай. Осы табиғи байлықты пайдалана отырып, аңшылық пен құсбегіліктің ұлттық үлгілерін қайта қалыптастырып, шетелдіктерді тарта білсек, туризмнің бұл түрін жедел дамытуға мүмкіндік болар еді.

Сонымен қатар, туризмнен түскен кірістердің көлемін арттырып, ЖІӨ-дегі үлесін жоғарылату өзекті мәселелердің бірі болып отыр.

Әзірге, туризмнен түскен кірістер мен туризмнің ЖІӨ-дегі үлесі төмен (кесте 6).

Кесте 7 – Туризм дамуының индикаторлары

Негізгі көрсеткіштер	жылдар				2005-2008 жж. салыстыру, %
	2005	2006	2007	2008	
Туристік қызмет саласындағы жалпы түсім, млрд. тг.	138,7	190,1	205,1	255,0	184
Туристік қызмет саласындағы жалпы қосылған құн, млрд. тг	131,6	180,1	183,3	197,4	150
ЖІӨ-дегі туристік қызмет саласының үлесі, %	1,8	1,9	1,9	2,1	116

Кез келген елдегі мәдени-танымдық, экологиялық туризм секілді Қазақстанда да іскерлік және тәжірибелік туризмді дамытудың барша мүмкіндіктері жеткілікті. Алматы қаласының ірі қаржылық және мәдени орталыққа айналғандығы бүкіл әлемге белгілі. Әзірге сол қаржылық мүмкіндіктерді мәдени және ғылыми тұрғыдағы шаралармен, шетелдік туристерді тарту ісімен орайластыра алмай отырғандығымыз жасырын емес. Алматы қаласының ішінде де экскурсиялық базаның негізі толық қаланып біткен жоқ. Элиталық құрылыс салу жұмыстары да бірқатар тарихи ғимараттардың қиратылып, саябақтардың жойылуына әкелді. Мәдени мұраларды сақтау мақсатында, «Боралдайдың сақ қорғандары» атты ашық аспан асындағы археологиялық мұражай-паркін орнату және «Верный қамалы» архитектуралық-туристік кешеннің жобасын жасау жұмыстары қолға алынған.

Халықаралық туризмді дамытуға ықпал етуші негізгі факторлардың бірі жолаушыларды авиатасымалдау болып табылады. Қазіргі уақытта республикаға алыс шетелдің алты авиакомпаниясы («KLM», «Lufthansa», «British Airlines», «Asiana Air Arabia», «China South Airlines», «Turkish Airlines») тұрақты ұшып тұрады. Ұлттық авиатасымалдаушы “Эйр Астана” Түркия, Германия, Қытай, Оңтүстік Корея, Тайланд, Ұлыбритания, Үндістан, БАӘ, Нидерландыға тұрақты рейстер жасайды [58].

Қазіргі уақытта Қазақстанның халықаралық авиатасымалдарға қол жеткізе алатын әуежайлары: Астана, Алматы, Ақтөбе, Атырау, Қарағанды, Қостанай, Павлодар, Петропавл, Семей, Тараз, Орал, Өскемен, Шымкент қалаларында бар.

Статистикалық деректерге сәйкес 2007 жылы әуе көлігі қызмет көрсетулерін 248578 турист (57,1 %) пайдаланған.

Сапарлардың басым көпшілігінің әуе көлігін пайдалану арқылы жүргізілетінін ескерсек, авиапаркті жаңарту, жолаушыларды әуе көлігімен тасымалдау географиясын кеңейту, туристік ағынды көбейту мақсатында елеп-екшелген баға мен тариф саясатын айқындау, қызмет көрсету сапасын арттыру қажет.

Соңғы жылдары темір жол көлігі билет құнының қолжетімділігіне байланысты республика халқының негізгі жол жүру құралына айналды.

Статистика деректері бойынша, 2007 жылы темір жол көлігін 87615 турист (10,27 %) пайдаланған [59].

Қазақстан аумағы бойынша өзімізде жасақталған 132 бағдар жолаушылар поезы жүріп өтеді. Оның ішінде қала маңындағы қатынаста 69 бағдар бойынша; жергілікті қатынаста – 49, мемлекетаралық қатынаста – 11, халықаралық қатынаста – 3 поезд жүреді. Сонымен қатар Қазақстан Республикасы аумағы арқылы ТМД елдерінде жасақталған 17 жолаушылар поезы бағдары өтеді.

Жолаушыларға темір жол көлігінде сервистік қызмет көрсету деңгейін арттыру мақсатында бірқатар іс-шаралар көзделген: Қазақстан Республикасы аумағында да, сондай-ақ Ресей Федерациясының аумағында да жолаушылар поезында жолаушылар үшін ланч-бокстар құрудың технологиялық процесінің жобасы қарастырылуда, “ЖВ купе”, “РИЦ купе” санатындағы вагондардың жолаушылары үшін безендіріліп, мамандандырылған ақпараттық буклет шығару бағдарламасының жобасы әзірленді.

Сонымен қатар “Жолаушылар тасымалы” акционерлік қоғамының поездарындағы қызмет көрсету деңгейі халықаралық стандартқа сәйкес келмейді. Вагон паркінің әбден тозуы және біршама бөлігінің ұзақ уақыт пайдаланылуы, оларды ауыстыру немесе қайта жаңғырту қажеттілігі жолаушылар тасымалының өзін-өзі ақтамайтындығымен, оларды субсидиялаудың мемлекеттік бюджет қаражаты есебінен жүзеге асырылатындығымен түсіндіріледі.

Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2000 жылғы 5 желтоқсандағы № 1809 қаулысына сәйкес республикалық маңызы бар жалпы пайдаланудағы автомобиль жолдары тізбесіне ірі туристік объектілерге апаратын және туризмді одан әрі дамытуда барынша қызығушылық тудыратын мынадай жолдар енгізілуіне байланысты соңғы жылдары туристік мақсатта автокөлік белсенді түрде пайдаланылып жүр:

1. Ташкент – Шымкент – Тараз – Алматы - Қорғас;
2. Шымкент–Қызылорда – Ақтөбе – Орал – Самара;
3. Алматы – Қарағанды – Астана– Петропавл;
4. Астрахань – Атырау – Ақтау – Түркіменстан шекарасы;
5. Омбы–Павлодар–Семей–Майқапшағай;
6. Астана – Қостанай – Челябин – Екатеринбург.

Статистика деректері бойынша 2007 жылы қаларалық автобустардың қызмет көрсетулерін 87615 (20,1 %) турист, басқа да құрлықтағы жол құралдарын 53765 (12,36 %) турист пайдаланған.

2008 жылғы 1 қаңтардағы жағдай бойынша республикалық маңыздағы жалпы пайдаланымдағы автомобиль жолдары бойындағы бөлінген жолақта мынадай объектілер

жұмыс істейді: 1225 - АМС, 128-ТҚС, 87 - қонақ үй, 1524 - тамақтану және сауда орындары, 91 - автотұрақ.

Каспий теңізіндегі Ақтау порты Қазақстанды Ресей, Түркіменстан, Әзірбайжан және Иран порттарымен байланыстырады. Қазақстан Республикасында Ресей Федерациясымен және Қытай Халық Республикасымен ішкі су жолдары бойынша қатынастар бар.

Шығыс Қазақстандық су жолдары республикалық мемлекеттік қазыналық кәсіпорны жолаушылар тасымалдауға лицензиясы бар және туристік қызметке кіріктірілген кемелер үшін Өскемен мен Бұқтырма шлюздері арқылы шлюздеу құнының 25 пайызы мөлшерінде жеңілдетілген тариф белгіледі. Бұл ретте Өскемен және Бұқтырма шлюздері арқылы аз мөлшерлі флотты шлюздеу ұзындығы 10 м дейінгі кемені - шлюздеу құнының – 10%-ымен және 10 метрден ұзын кемені - шлюздеу құнының 20%-ымен жеңілдетілген тариф бойынша белгіленген кестемен жүргізіледі. Статистикалық деректерге сәйкес 2007 жылы аталған кәсіпорын 276 туристке қызмет көрсеткен.

Елдің басқа да су артериялары туристік мақсатта пайдаланылмайды. Сонымен қатар жүргізілген зерттеулер нәтижесінде Еуропадан келген туристердің Каспий теңізі бассейні аумағында үлкен қызығушылығы жағажай туризмінде де және круиз ұйымдастыруда да байқалды.

Қазақстандағы туристік өндірістің дамуын сарптай отырып мына жағдайларға, яғни көпшілік немесе топтық туризмнің басым болғанына көз жеткізуге болады.

Көпшілік немесе топтық туризмнің мынадай негізгі екі кемшілігі бар:

- 1) Маусымдық сипатта болуы, және ол жаз мерзіміне тура келеді.
- 2) Туроператорларға тікелей тәуелді болуы. Олар пайда көбрек түсетін жерлерге көпшілік туризмді бағыттап отырады.

Туризмді ұйымдастыруға ықпал етудегі көпшілік туризммен қатар, басқа да факторларды мемлекет тарапынан реттеудің қазіргі кезеңде уақыты жетіп отыр.

Сонымен, ел экономикасының дамуындағы туризмді ұйымдастыру мен туристік қызметтердің ерекшеліктерін сипаттайтын көрсеткіштерді және оны реттеудің әдістемелік негіздерін зерделей отырып, туризмді ұтымды ұйымдастыру мен реттеу бағыттарын айқындау және тетіктерін белгілеу үлкен зерттеулік жұмыстарды қажет ететін күрделі үрдіс екеніне көз жеткізуге болады.

5. Оңтүстік Қазақстан облысында туризм саласын дамыту мен тиімділігін арттырудың қазіргі жағдайы

Туристік ағымның өсуі өңірдің туристік тартымдылығы мен тиісті инфрақұрылымның дамуын, сол сияқты азаматтардың басқа елдерге бару мүмкіншіліктерін сипаттайды.

Ресми мәліметтерге қарағанда, мемлекет қазынасына сырттан түсетін инвестицияның 10 пайызға жуығы туризмнен түседі екен. Соңғы жылы ұлттық табиғи парктер мен қорықтарға келген 245 мыңға жуық туристен 9 миллионға жуық кіріс түскен. Соңғы жылдары бұл табыс көзінің ұлғайғаны даусыз. Туризмді дамыту арқылы тапқан қаржыны сол аймақтың гүлденуі мен көркеюіне жұмсауға болады.

Оңтүстік Қазақстан облысында туризмнің кез келген түрін дамытуға қолайлы алғышарттар бар. Оңтүстік өңірінің тамаша табиғаты және сан-алуан табиғи-тарихи ескерткіштердің молдығы осыған дәлел.

Облыс тұрғындарының саны жағынан республикада алдыңғы орында тұрған облыстардың бірі екендігі, байырғы тарихи-мәдени орындарының молдығымен де ерекшеленетіндігі белгілі. Атақты Отырар қамалы, түркі жұртына мәлім болған бұрынғы Иасы, қазіргі Түркістан қаласы, осы топырақта туып өскен, орта ғасырдағы атақты шығыс жұлдыздарының қатарында аталып жүрген ғалымдардан, ғұламалардан қалған көне соқпақтың ізін әлі де саралай түсу – бүгінгі ұрпақтың парызы. Республикада қолайлы табиғи жағдайларымен ерекшеленетін, қысы қатал, жазы салқын Түлкібас пен түгін тартса майы шығатын Жетісайдың, жайма шуақ Түркістанның арасында ежелде өмір сүрген өркениетті ел болғандығын дәлелдейтін археологиялық қазба орындары мол. Жақпар тастарда, қыш кітаптарда қалған таңбалар оңтүстік өлке тарихының сырлы белгісі іспетті.

Экологиялық туризмді зерттеп, зерделеп жүрген әлемге әйгілі орталықтардың сарапшылары оңтүстік өңірдегі туризмді дамытуға қолайлы жағдайлар бар деп оң баға беруде.

Оңтүстік Қазақстан облысы әкімшілік-аумақтық бірлік ретінде 1932 жылы 10 наурызда құрылған, республиканың оңтүстігінде, Сырдария алқабында орналасқан. Жер көлемі 117,3 мың шаршы км, бұл Қазақстан аумағының 4,3 пайызы бөлігін құрайды. Халқының саны – 2,3 млн. Теріскейінде Қарағанды, батысында Қызылорда, шығысында Жамбыл облыстарымен, ал түстігінде Өзбекстан Республикасымен шектеседі. Облыста 11 аудан, 8 қала, 13 кент және 932 ауылдық елді мекендер бар. Облыс аумағы 171 ауылдық округтерге және 13 кенттік округтерге бөлінген. Орталығы – Шымкент қаласы.

Облыстың айтарлықтай өндірістік-экономикалық мүмкіндіктері бар. Олардың негізін орасан зор табиғи қорлар мен жеткілікті еңбек ресурстары құрайды.

Туризмді дамытудың құқықтық негіздерін қалыптастыру іске серпін берді. Облыстық мәслихаттың сессиясында қабылданған «Оңтүстік Қазақстан облысында туристік саланы дамытудың 2007-2009 жылдарға арналған бағдарламасының» іс-шаралары жоспарға сәйкес жүзеге асырылуда. «Қазақстан Республикасындағы туризмді дамытудың 2007-2011 жылдарға арналған Мемлекеттік бағдарламасы» шеңберінде нақтылы тапсырмалар белгіленді. Оңтүстік өңірінде туристік кластерді қалыптастыру жобасы жасалып, онда саланың қазіргі жалпы жағдайына, ресурстар құрамына, инфрақұрылымға мониторингтік баға берілді. Туристік кластерді дамытудың бизнес-жоспарлары жасалынып, облыстағы туристік нысандардың қызмет өрісін айқындайтын арнайы карта-сызбалар дайындалды.

Келу және шығу туризмнің дамуы туристік қызмет саласындағы ең маңызды мәселе болып табылады. Бүгінгі таңда, келу туризмін ынталандыру мақсатында, келу туризмін ынталандыру шаралары қолданылады: туристік қызметті экспорттаумен айналысатын фирмалар мен ұйымдар қосымша құн салығын төлеуден босатылған, арнайы экономикасы тұрақты мемлекеттердің туристеріне визалық рәсімдерді жеңілдету бойынша жұмыс жүргізілуде.

Кесте 8 - Оңтүстік Қазақстан облысындағы туризм дамуының негізгі көрсеткіштері

Негізгі көрсеткіштер	2004	2005	2006	2007	2008	2004-2008 жж. салыстыру, %
Туризм саласындағы қызметкерлердің саны, адам:						
турфирмаларда	35	46	59	54	69	2 есе
қонақ үйлерде	288	338	336	359	259	108
Қызмет көрсетілген туристер саны, адам	3597	4216	4603	4616	5422	160
Орналастыру нысандарының саны, бірлік	13	18	18	23	18	128
Туристік қызметтен түскен табыс, мың теңге	10854,1	22660,5	54509,0	22761,0	16987,0	138

Бағдарламада Алматы, Тараз, Түркістан этномәдени таралуы аймақтарының тарихи орталықтарын қамтитын негізгі трасса бойынша 88 кешен қарастырылған.

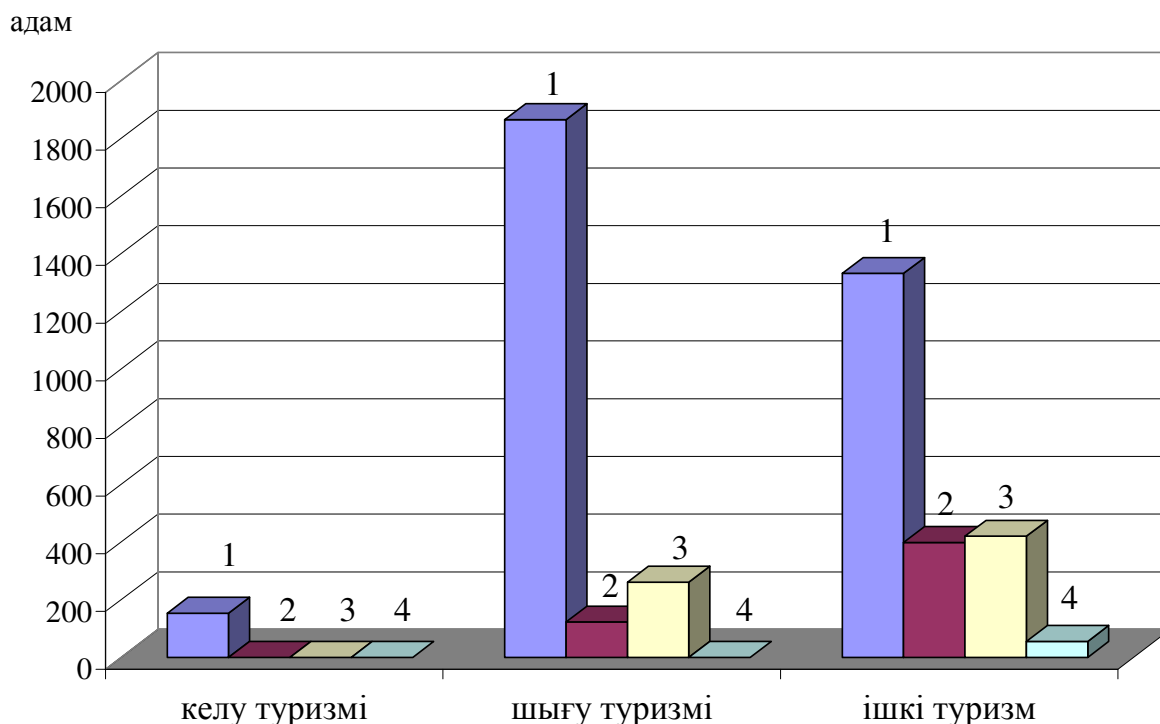
Туристік фирмалар туристерге тарихи, мәдени, аймақтағы қорықтар орнына сапарлар және қызықты туристік саяхаттар ұсынады. Туристердің Ақсу-Жабағлы қорығын, кесенелерді, театр, мұражай, хайуанаттар паркіне, саябақтарға, «Машат», «Біркөлік» тау шатқалдарына, санаторияларға, емдеу пансионаттарына және емдеу – санаторияларына, сауықтыру орындарына баруына мүмкіншілік береді.

Оңтүстік Қазақстан облысы бойынша туризм саласының дамуын сипаттайтын негізгі көрсеткіштердің аз болса да өсу динамикасын байқауға болады.

2008 жылы облыс бойынша 26 туристік ұйым және 3 туристік қызметпен айналысатын жеке кәсіпкерлер қызмет көрсетті. Олармен жыл бойында 6,3 мың туристерге, соның ішінде туристік фирмалармен – 5,4 мың адамға, жеке кәсіпкерлермен – 0,9 мың адамға қызмет көрсетілген. 2007 жылмен салыстырғанда туристік ұйымдар саны 31,8 %-ға өсіп, ал қызмет көрсетілген туристер саны 14,2%-ға артты [60].

Ерте кездердің өзінде Оңтүстік өңірі, оның Отырары мен Түркістаны, Сайрамы мен Шымкенті, тағы басқа қалалары, Қаратауы мен Алатауы, Мырзашөлі мен Қызылқұмы, Созағы мен Қазығұрты, Сырдариясы мен Арысы сияқты таулары, өзен-сулары, жазиралы далалары, берекелі құмдары баршаға мәләм болған. Тіпті әріге кететін болсақ, Қаратаудың күнгей және теріскей беттері адамзаттың бұдан миллион жыл бұрын мекен еткен жерлері екендігі ғылыми тұрғыдан дәлелденген. Оңтүстік өлкесі – небір қасиетті, әулие ата-бабаларымыздың кесене-күмбездері, тарихи-мәдени ескерткіштері неғұрлым көбірек сақталған аймақ.

Сонымен, кәсіпорынның басқару жүйесіндегі экономикалық стратегияның даму ерекшеліктерін сипаттайтын көрсеткіштерін және оны реттеудің әдістемелік негіздерін зерделей отырып, экономикалық стратегияны ұтымды жүргізу бағыттарын айқындау және тетіктерін белгілеу үлкен зерттеулік жұмыстарды қажет ететін күрделі үрдіс екеніне көз жеткізуге болады.



Шартты белгілер: 1 - Әуе жолы көлігі; 2 - Темір жол көлігі; 3 - Қалааралық автобус; 4 - өзге де құрылық көлігі.

Сурет 4 - Оңтүстік Қазақстан облысы бойынша туристік саяхаттағы пайдаланылған көлік түрлері (2008 ж.)

Туристік қызмет көрсетуде, туризмнің қай түрі болмасын әуе жолы көлігінің тасымалдық қызмет көрсетудегі үлесі өте жоғары (сурет 7).

Облыста екі бағытта жалпы ұзындығы 445 км темір жолдары, ұзындығы 5,3 мың км автомобиль жолдары, оның ішінде қатты жабыны бар 5,1 мың км жол бар. Азаматтық авиация ұзындығы 27 мың км ауа белдеулерінде жұмыс істейді. Облыс орталығы халықаралық Орынбор – Ташкент және Түркістан – Сібір магистральдарының тоғысында орналасқан. Сонымен қатар, облыс аумағы арқылы Ташкент – Шымкент – Тараз – Алматы және Ташкент – Шымкент – Түркістан – Самара автомагистральдары өтіп жатыр [61].

2008 жылы туристік фирмалар мен жеке кәсіпкерлер арқылы ұсынылған жалпы қызмет көлемі 16604,8 мың теңгені құрады, соның ішінде визалық және экскурсиялық қызмет, тиісінше 2109,5 мың теңгені және 1030,8 мың теңгені, орынды сақтап қою көлемі – 13068,7 мың теңгені құрады. Ұсынылған қызмет көлемі 2007 жыл деңгейіне 112,2%-ды, соның ішінде шығу туризмі 111,5%-ды құрады. Облысқа келген қонақтарға заңды тұлғалар есебіне кіретін 24 қонақүйінің қызметі көрсетілді, олардағы номерлердің барлық саны 814 болып, біржолғы сыйымдылығы – 1473 төсек орынды құрады. Олардан басқа шағын қонақүй қорлары бар 34 жеке кәсіпкер осы салада қызмет етіп, бұл қонақүйлерде 25,5 мың адамға қызмет көрсетілді.

2005 жылдан бастап қонақүйлер саны және олардағы номерлер көлемі артып отырғанымен, олардың толтырымдылығы 20 %-ға дейін төмендеп кеткен (кесте 7).

Кесте 9 - Оңтүстік Қазақстан облысындағы орналастыру нысандары жұмыстарының негізгі көрсеткіштері

Негізгі көрсеткіштер	2004	2005	2006	2007	2008	2004-2008 жж. салыстыр у,%
Қонақ үйлер саны, бірлік	13	18	18	23	24	184
Барлық номерлер саны, бірлік	533	675	709	819	814	154
Ұсынылған төсек-тәулік	71537	64075	97192	106187	93366	130
Толтырымдылығы, %	22,2	14,9	21,7	19,6	17,4	80
Төсек-тәуліктің орташа құны, теңге	3682,2	3189,8	2782,2	2779,9	3235,5	85
Ескерту: Зерттеу мәліметтері негізінде автор құрастырған.						

Жалпы қонақүйлер басқарылу қағидасына қарай: тәуелді қонақүйлер, тәуелсіз қонақүйлер және қонақүйлер тізбегі болып бөлінеді. Экономикалық тиімділігі жағынан қонақүйлер тізбегінің маңызы үлкен. Облыстағы туристік қызметтер ішіндегі қонақүйлік қызметтердің толтырымдылығы және басқа сапалық көрсеткіштерінің төмендеп кетуіне себеп, қонақүйлер тізбегінің қалыптаспауы.

2008 жылдың 1 қаңтарына Оңтүстік Қазақстан облысында халыққа мәдени қызметті 6 театр, 6 тұрақты кинотеатрлар және 35 тұрақты және 4 жылжымалы киноқондырғылар, 3 концерттік ұйымдар, 20 мұражай, 406 кітапханалар, 273 клуб типтес мекемелер, 14 демалыс парктері мен 1 хайуанаттар бағы және 10 мемлекетпен ереше қорғалатын табиғи аймақтар көрсетті.

Облыс жері негізінен жазық, көпшілік бөлігін орташа биіктігі теңіз деңгейінен 200 – 300 м болатын Тұран ойпатының шығыс бөлігі алып жатыр. Теріскейінде Бетпақдала шөлі, Шу аңғарының оңтүстігін Мойынқұм, облыстың батысында Қызылқұм және Шардара даласы, қиыр оңтүстігін Мырзашөл алып жатыр. Орталық бөлігінде, Жамбыл облысының аумағымен шектес, оңтүстік-шығыстан солтүстікке қарай 217 километрге созылып Қаратау жотасы (ең биік нүктесі 2176 м) жатыр, ал оңтүстік-шығысында Талас Алатауының батыс шетіндегі - Өгем жотасында облыстың ең биік нүктесі – Сайрам шыңы (4238 м) бар. Өгем мен Келес өзендерін бөліп жатқан Қаржантау жотасы Тәңіртаудың (Тянь-Шань) ең батыс сілемі болып табылады. Қаржантаудың орташа биіктігі 2000 м, ал ең биік нүктесі – Мыңбұлақ тауы (биіктігі 2834 м). Қаржантаудан солтүстік батысқа қарай тарихы терең, аңызға толы қарт Қазығұрт (ең биік нүктесі 1600 м) тұр.

Қазығұрт тауы оңтүстігінде Келес өзенінің аңғарына тіреледі. Қазақтар осыдан мыңдаған жылдар бұрын Қазығұртты кие тұтып, дүниенің тұтқасы тұтып: «Басында Қазығұрттың кеме қалған, Болмаса кереметі неге қалған?!» - деп басталатын ғажайып дастан тудырған [62].

Ел-жұрт Қазығұрттың қадіріне жетіп, киесіне табынып, абыройын асқақтатып, мерейін асыруда. Ташкент – Шымкент жолындағы ең биік асуға ескерткіш қойылды.

Облыс аумағының жер бедеріндегі жазықтар мен таулы аймақтар жиі алмасып отырады. Мұнда алуан түрлі құмды, сортаң шөлдерден биік тау мұздықтарына дейінгі климаттық табиғат зоналары кездеседі. Жер бедерінің қалыптасуына зор ықпал етуші күштер: ағын сулар мен желдер.

Түлкібас ауданындағы Талас Алатауының солтүстік батыс бөлігі мен Өгем жотасының солтүстігін алып жатқан әйгілі Ақсу-Жабағылы қорығы шет елдіктердің көз құртына айналды. Батыс Тянь-Шань табиғи кешенін түгелдей сол қалпында сақтау мақсатында 1926 жылы құрылған Қазақстандағы тұңғыш қорық. Төле би және Түлкібас аудандарының жерінде теңіз деңгейінен 1200-4200 метр биіктіктегі Ақсу, Жабағылы, Майдантал өзендерінің алабында орналасқан. Құрамында Қаратаудағы «Қарабастау» (126 га) және

«Әулие» (100 га) жер телімдері бар. Қазір Ақсу-Жабағылы қорығы ЮНЕСКО жасаған дүниежүзілік қорықтар тізіміне енген. Қорық бірнеше биіктік белдеулерде жатыр. Тау өңірінде бидайық, түрлі шөптер, боз жусан, ал беткейінде селдір арша орманы, субальпі және альпі шалғыны өседі. Шыңдарын мұздықтар мен көпжылдық қар жапқан. Ақсу-Жабағылы қорығының жерін Ақсу өзенінің аңғары (тереңдігі 500 метрдей) жарып өтеді. Өсімдіктер дүниесі әр алуан. Онда мүктің 61, қынаның 58, жоғары сатыдағы өсімдіктердің 1400 (дәрі-дәрмектік өсімдіктерден: қылша, сасыр, иманжапырақ, түйежапырақ, сарыағаш, шәйқурай, талас қорғасыны; өсімдіктерден: арша, рауғаш, таран; жеміс-жидектерден: жабайы алма, шетен, шие, қарақат, бүлдірген; жемшөптік өсімдіктерден: жоңыршқа, кекіребас, бедебас, түлкіқұйрық, көде; эндемик өсімдіктерден: талас қайыңы, майысқыш қияқ, қаратамыр, томаға шөп, қандыгүл; реликті өсімдіктерден: Минквиц кендіршесі, жалған масақша, Қаратау сетені) түрі бар.

Кесте 10 - Оңтүстік Қазақстан облысы бойынша негізгі туристік ресурстар, бірлік

Негізгі көрсеткіштер	2004	2005	2006	2007	2008	2004-2008 жж. салыстыру,%
Мұражайлар	18	19	20	21	22	122
Театрлар	6	6	6	7	8	133
Концерттік ұйымдар	2	2	3	2	2	100
Цирктер	-	-	1	1	1	2 есе
Клуб үлгісіндегі мекемелер	267	266	270	278	284	107
Кітапханалар	393	399	406	416	427	109
Лунасиябақтар	10	14	14	18	19	190
Хайуанаттар бақтары	1	1	1	1	1	100
Ерекше қорғалатын табиғи аумақтар	2	10	10	10	10	5 есе

Қорықтың жануарлар әлемі де өте бай: сүтқоректілердің 42 (арқар, таутеке, елік, марал, барыс, Тянь-Шань қоңыр аюы, борсық, сусар және т.б.), құстардың 238 (гималай ұлары, кекілік, сақалтай, бүркіт, қарақұтан, бозторғай, сарыторғай, ителгі, шымшық және т.б.), бауырымен жорғалаушылардың 9 (алай жалаңкөзі, сары бауыр кесіртке, қалқантұмсықты кара шұбар жылан, сұржылан және т.б.), қосмекенділердің 2 (жасыл құрбақа және көлбақа), сондай-ақ өзендерінде балақтың 2 түрі тіршілік етеді. Омыртқасыз жәндіктердің де алуан түрлері бар. Қорықта ғылыми-зерттеу жұмыстары үзбей жүргізіледі. Ғалымдардың қорықтың табиғи байлықтары жөнінде 400-ден астам еңбектері жарияланған.

2008 жылы облыс бойынша қонақүйлерде қызмет көрсетілген туристер саны 2007 жылмен салыстырғанда 18,5%-ға қысқарды.

Туристерге қызмет көрсетудегі едәуір үлесті (91,9%) жекеменшік қонақүйлері құрады.

2008 жылы ұсынылған қызметтер көлемі 458033,5 мың теңгені құрап, 2007 жылмен салыстырғанда 8,6%-ға өсті. Көрсетілген қызмет көлемінің едәуір бөлігі заңды тұлғаларға (орналастыру объектілеріне – 78,1%-ы және турфирмаларға – 3,3%-ы) тиесілі.

2009 жылдың 1-ші қаңтарына Оңтүстік Қазақстан облысында халыққа мәдени қызметті 8 театр, 6 тұрақты кинотеатрлар, 22 тұрақты және 4 жылжымалы киноқондырғылар, 2 концерттік ұйымдар, 22 мұражай, 427 кітапхана, 284 клуб үлгісіндегі мекемелер, 19 демалыс саябақтары мен 1 хайуанаттар бағы және мемлекеттік қорғаудағы 10 ерекше күзетілетін табиғи аймақ көрсетті.

Кестедегі мәліметтерде туризмнен түсетін кірістің динамикалық өзгерісін байқауға болады. Туризмнен түсетін кірістердің негізгі көздеріне:

- ойын-сауыққа, көлікке, тамақтануға, қонақүйге және т.б. жұмсаған туристің нақты ақшалары;
- туристерден ұсталынатын салықтар;
- кедендік баждар;
- жалға беруден түскен кірістер;
- сувенирлер сатудан түскен кірістер;
- және т.б.

Кесте 11 - Оңтүстік Қазақстан облысындағы туристік фирмалар қызметінің көрсеткіштері

Негізгі көрсеткіштер	2004	2005	2006	2007	2008	2004-2008 жж. салыстыру, %
Турфирмалардың саны, бірлік	12	16	18	18	26	2 есе
Туристік қызметтен түскен табыс, мың теңге	10854,1	22660,5	54509,0	22761,0	16987,0	156
Мемлекеттік бюджетке аударылымдар, мың теңге	772,6	1097,0	6692,0	1278,0	580,0	75
Орындалған қызмет пен жұмыстың көлемі, мың теңге	3814,1	14808,2	24438,4	12968,3	15254,6	4 есе

Жоғарыда көрсетілген туристік кірістердің ағымын сараптай отырып, олардың аймақ экономикасына қаншалықты әсер ететінін есептеп анықтауға болады. Алайда, түскен кірістердің толықтай аймақ экономикасын дамытуға жаратылмайтындығын да ескерген жөн. Әрбір аймақ үшін туризмнен түскен кірістер коэффициенті шығындар пайызына тікелей тәуелді. Мұндай тәуелділікті төмендегідей бейнелеуге болады [63]:

Туризмнен түскен кірістер коэффициенті (ТКК) = 1 / шығындар %-ы.
Бұл коэффициент туристік өнімдерді импорттаушы елдерде төмен.

Туристік кәсіпорындардың шаруашылық қызметінің тиімділігін көтеру үшін және қаржылық жағдайын жақсарту үшін айналым қаражаттарын тиімді пайдаланудың мәні үлкен. Кәсіпорындардағы айналым қаражаттарының айналым тиімділігі кәсіпорынға тәуелсіз сыртқы факторлармен қатар, ішкі факторларға да байланысты.

Қаражаттардың айналым тиімділігіне әсер етуші сыртқы факторларға мыналар кіреді:

- елдегі жалпы экономикалық жағдай (салық заңы, несие алу жағдайлары мен пайыз мөлшері, инфляция деңгейі мен ырғағы және т.б.);
- доллар бағамының ырғағы;
- кәсіпорынның салалық ерекшелігі;
- сатып алушылардың сатып алу мүмкіншіліктері;
- банк қызметінің сапасы;
- кәсіпорын қызметіне сұраныс пен ұсыныстың арақатынасы;
- мерзімділік факторы және т.б.

Ал ішкі факторларға мыналар:

- кәсіпорында көрсетілетін қызметтің ұйымдастырылу деңгейі;
- кәсіпорынның баға саясаты;
- актив құрылымы;

- дебиторлық қарыздарды басқару сапасы және т.б.

Кәсіпорындардағы айналым қаражаттарының айналымдылық деңгейін мынадай көрсеткіштер көмегімен сипаттайды: айналымдылық коэффициенті, бір айналымның ұзақтығы, айналымдағы қаражаттар көлемі.

Айналым қаражаттарының айналымдылық коэффициенті $K_{\text{айн}}$ белгілі бір уақыттағы қаражаттардың айналым санын көрсетеді, және мынадай формуламен есептеледі:

$$K_{\text{айн}} = \frac{T_c}{III} = \frac{16987}{15254,6} = 1,113,$$

Мұндағы: T_c – 2008 жылдағы көрсетілген қызметтен түскен түсім, мың тг.; III – осы жылда орындалған қызмет көлемі, мың тг.

Бұл көрсеткіштің мәні үлкен болған сайын, айналым қаражаттарының дұрыс пайдаланылғанын көрсетеді.

Айналымдағы қаражаттар көлемі K_k сатылған (көрсетілген) қызметтің 1 теңгесіне қанша айналым қаражатының кеткендігін көрсетеді.

$$K_k = \frac{III}{T_c} = \frac{15254,6}{16987} = 0,89.$$

Айналым қаражаттарының айналымдылығын көрсететін көрсеткіштер айналымда жүрген барлық айналым қаражаттары бойынша және жеке элементтері бойынша есептелуі мүмкін.

Қаражаттардың айналымдылығын көрсететін көрсеткіштерді салыстыра отырып айналым жылдамдығының үдегенін немесе баяулағанын байқауға болады. Қаражаттар айналымы үдеген жағдайда айналымнан материалдық ресурстар мен олардың шығу көздері босатылады. Керісінше, жылдамдық баяулайтын болса, қосымша қаражаттар тартылады.

Айналымнан қаражаттарды босатудың абсолюттік және салыстырмалы түрлері бар.

Қызмет көрсету саласындағы кәсіпорындардың айналым қаражаттарын тиімді басқарудағы негізгі міндет – дебиторлық қарыздар мен қорлардың айналым мерзімдерін қысқарту және кредиторлық қарыздарды төлеудің орташа мерзімдерін созу. Мұнда, Дюпон формуласына сәйкес, қымбат сатып алу мен арзан сату қағидасына сүйену керек.

Осы формуланы *Айналым / Айналым* ($A_{\text{й}} / A_{\text{й}}$) көбейте отырып, рентабелділіктің екі маңызды элементтерін (\mathcal{E}_p): коммерциялық маржаны M_k және трансформация коэффициентін K_m бөліп алуға болады.

$$\mathcal{E}_p = \frac{\Pi_m}{A} \frac{A_{\text{й}}}{A_{\text{й}}} 100 = \frac{\Pi_m}{A_{\text{й}}} \frac{A_{\text{й}}}{A} 100 = M_k K_m 100.$$

Коммерциялық маржа әрбір 100 теңгелік айналымның қанша таза пайда беретіндігін көрсетеді (көп жағдайда, коммерциялық маржа пайызбен бейнеленеді). Маңызы жағынан, бұл айналымның таза экономикалық рентабелділігін немесе сатудың таза рентабелділігін, сатылған (көрсетілген) қызметтің таза рентабелділігін көрсетеді. Көрген пайдасы жоғары кәсіпорындарда коммерциялық маржа 20 %-дан, кейде 30 %-дан асып түседі, ал кейбір кәсіпорындарда 3-5 % деңгейінде қалуы мүмкін.

Трансформация коэффициенті активтің әрбір теңгесінен айналымның қанша теңгесі құралатынын көрсетеді. Яғни, активтің әрбір теңгесінің қандай активке трансформацияланатынын береді.

Экономикалық рентабелділікті реттеу коммерциялық маржа мен трансформация коэффициентіне ықпал етуді білдіреді.

Коммерциялық маржаға баға саясаты, шығыстардың көлемі мен құрылымы сияқты факторлар әсер етеді. Трансформация коэффициенті қызметтің салалық ерекшеліктеріне

және кәсіпорынның экономикалық стратегиясына тәуелді. Жоғары коммерциялық маржаға қол жеткізе отырып, трансформация коэффициентін көтеру өте қиын.

Қызмет көрсету саласы кәсіпорынының бағалық бейнедегі айналым қаражаттарына қажеттілігін кәсіпорынның қаржылық-эксплуатациялық қажеттілігі (ҚЭҚ) деп атайды.

ҚЭҚ-ке мынадай негізгі факторлар ықпал етеді:

- өндіру және өткізу кезеңінің мерзімі;
- өндірістің өсу ырғағы;
- дайын өнімді өндіру мен өткізудің маусымдылығы.

Айналымдағы кәсіпорынның қаржылық-эксплуатациялық қажеттілігін теңгемен немесе айналымға қатысты пайызбен бағалауға болады.

Егер нәтиже 50 % - ға тең болса, айналым қаражаттарының жетіспеушілігін көрсетеді. Онда, кәсіпорын жылдың 180 күнінде өзінің қаржылық-эксплуатациялық қажеттілігін қанағаттандырумен айналысады.

Әлемдік тәжірибеде туризмнен түскен кірістер коэффициенті жалпы туристік қызмет көрсетуден түскен кірістердің 100-400 % деңгейін құрайды. Ал Оңтүстік Қазақстан облысында аталмыш коэффициент 220% деңгейінде қалып отыр.

Облыстағы туризмнің дамуына тұрғындардың жалпы саны, олардың ұлттық, әлеуметтік және т.б. құрылымы өз ықпалын тигізеді.

Облыста 2 млн 300 мыңдай адам тұрады. Бұл республика халқының 14,5 %-ға жуығы. Халықтың басым бөлігін қазақтар құрайды (69%). Жергілікті ұлт өкілдерінен басқа өзбектер (17%), орыстар (7%) және т.б. ұлт өкілдері тұрады. Халықтың орташа тығыздығы 1 шаршы километрге 18,5 адамнан келеді. Бұл республикалық көрсеткіштен 3 есе артық. Халық әсіресе Арыс пен Келес өзендерінің алқаптарында және Шымкент атырабында тығыз қоныстанған. Қала халқы 38,4% (835,5 мың адам), ауыл халқы 61,6% (1337,5 мың адам).

Тұрғындардың құрамы мен құрылымын сараптай отырып, туризм инфрақұрылымын дамыту іс-шараларын және келу, шығу, ішкі туризмді реттеуге болады.

Кестедегі мәліметтерге қарап отырып, облыстық туризмнің адами ресурстармен қамтамасыз етілуіндегі оң өзгерістерді байқауға болады.

Кесте 12 - Оңтүстік Қазақстан облысындағы туризм дамуының адами ресурстарының көрсеткіштері

Негізгі көрсеткіштер	2004	2005	2006	2007	2008	2004-2008 жж. салыстыру,%
Турфирмалардағы қызметкерлердің жалпы саны, адам	35	46	59	54	69	2 есе
Қызмет көрсетілген туристер саны, адам	3597	4216	4603	4616	5422	155
Бір күндік келермендер, адам	77	488	420	259	93	120
Туристік сапарда болу күні-адам	1555	1521	2103	5508	22526	15 есе
Өткізілген жолдамалар саны, бірлік	697	759	702	1438	2314	4 есе
Туристік қызметтердің толық кешені кіретін жолдамалар, бірлік	379	643	554	830	1477	5 есе

Облыстық турфирмалардағы қызмет етіп жүрген қызметкерлердің жалпы саны 2004 жылмен салыстырғанда 2008 жылы 2 есеге (35 адамнан 69 адамға) жуық өскенін байқауға болады. Сонмын қатар, қызмет көрсетілген туристер саны да осы жылдар аралығында (115 %-ға) артып отыр.

Облыстағы туристік дестинациялық орындарға келсек, қазір облыста мінәжат, зиярат жасау орындары және сәулет ескерткіштері бойынша алғанда жеті түрлі туристік маршрут белгіленген. Олардың бағдарламалары мен ұзақтығы да әртүрлі, бір немесе үш күндік болып келеді. Ол бағдарламаларға Сайрам ауданындағы Ыбырайым ата мен Қарашаш ана кесенелері, Отырар ауданындағы Арыстанбаб әулие кесенесі, Түркістан қаласындағы Әзірет Сұлтан мұражай-қорығы, Қожа Ахмет Ясауи кесенесінің тарихи-мәдени сәулет кешені, Ордабасы ауданындағы Қажымұқан Мұңайтпасұлы мұражайы, Бәйдібек ауданындағы Бәйдібек баба мен Домалақ ана кесенелері және Созақ ауданындағы Қарабура әулие кесенесі енгізілген. Сондай-ақ осы маршруттар бойынша халық қолданбалы өнерінің ежелгі дәстүрлерімен танысу мақсатында қолөнер шеберханаларында болу да қарастырылған. Бұларға қосымша тарихи орындарға бес бағыт белгіленген, олар Ақсу – Жабағылы, Машат демалыс аймақтары, Қырыққыз, Біркөлік, Ақниет туристік базалары, Қызылкөл.

Ел экономикасының тәуелсіз даму кезеңдерінде тарихи-мәдени, киелі-қасиетті, әулиелі орындар, кесене-күмбездер қалпына келтіріле бастады. Қожа Ахмет Иасауи кесенесін күрделі түрде қалпына келтіруге Түркия мемлекеті көмектесті. Республика және облыс бөлген қаржымен, әсіресе, жеке азаматтардың демеуімен, жұртшылықтың жұмылуымен көптеген кесенелер жөнделді. Соңғы жылдар ішінде Арыстанбаб, Ұзыната, Баба Түкті Шашты Әзіз, Жабай ата, Саңғыл би, Баба Ата, Қарабура әулие, Ысмайыл ата, Бәйдібек баба, Домалақ ана, Бес ана, Өзбекстандағы Төле би, Шымыр баба кесенелерінің кейбіреулері қалпына келтірілді, бірқатарлары жаңадан салынды. Сайрам ауданындағы Қарамұрт ауылында, көнеден келе жатқан Кәлен баб мазары маңында сәулет өнерінің бұрынғы және соңғы үлгілерін үйлестіре ұштастырған Жаным баба кесенесі бой көтерді [64].

Қаратау жотасының беткейіндегі ертедегі керуен жолы бойындағы Ақтөбе (4 – 6 ғ.), Қошқарата (6 – 8 ғ.), Созақ (10 – 18 ғ.), Майтөбе (11 – 16 ғ.), Шолаққорған (13 - 18 ғ.) және т.б. көне қорғандар мен ескерткіштер, тасқа түскен таңбалары бар Арпаөзен, Жүнісата, Қойбағар шатқалдары туристер қызыға көретін орындарға айналып отыр.

Оңтүстік Қазақстан облысында тарихи ескерткіштердің молдығы баршаға мәлім. Сондықтан оңтүстікте туристік аймаққа айналдыратын мәртебелі киелі орындар жеткілікті. Олардың бірқатарына тоқтала кетсек. Қожа Ахмет Иассауи кесенесі – Түркістан қаласында 14-ғасырдың соңында тұрғызылған архитектуралық ғимарат. Қожа Ахмет Иассауи дүние салғаннан кейін халықтың көп жиылуымен өзіне арнап соғылған кішкене мазарға жерленеді. Кейін бұл кесене мұсылмандардың жаппай тәуеп ету орнына айналады. Деректерде Қожа Ахмет Иассауидың құлауға жақын тұрған мазарын көрген Әмір Темір мұны бұзып, орнына жаңасын салуға бұйрық бергені жайлы айтылады. 1978 жылы қыркүйекте Қожа Ахмет Иассауи республикалық мұражайы ашылды. 1989 жылы 28 тамызда Қазақстан Үкіметінің шешімімен «Әзірет Сұлтан қорық-мұражайы» ашылды. Иассауи кесенесі ЮНЕСКО-ның қызыл кітабына енгізілді. Қазақстан Үкіметі түркиялық фирмалармен бірлесе отырып, Қожа Ахмет Иассауи кесенесін толық қалпына келтіру жұмысын аяқтады. Мұнда ғылыми конференциялар өтіп, көптеген ғалымдар мен қоғам қайраткерлері бұл жерді туризм аймағына айналдыру керектігі жайлы өз пікірлерін білдірді.

Экологиялық туризмге қатысты стратегияларды жүзеге асырумен айналысатын әлемдегі жетекші орталықтардың Ақсу-Жабағылы қорығын туризмді дамыту үшін аса қолайлы аймақ деп бағалауы тегін емес.

Экотуристік аймақтардың бірі – Қазығұрт тауы, Қазығұрт аймағы. Талас Алатауының оңтүстік-батыс сілеміндегі аласа келген жота. Шымкент қаласынан оңтүстікке қарай 35 шақырымдай қашықтықта орналасқан. Солтүстік-шығыстан оңтүстік-батысқа қарай 55 шақырымға созылған. Ортаңғы биіктеу бөлігінің ұзындығы 22 шақырым, енді жері – 10 шақырым. Ең биік жері жотаның Шығыс бөлігінде орналасқан (1768 метр). Ежелгі аңызда

дүниені топан су басқанда Нұқ пайғамбар кемесі Арабияда Жуда тауында, оныншы ғасырдағы аңызда Арарат тауына тоқтаған делінеді. Қазақ (түркі) аңызы бойынша топан су қаптағанда Нұқ пайғамбар «топан су» мифінің көне нұсқасында Нұқ пайғамбардың есімінің орнында Қазығұрт тауынан бастау алатын Қаражансау өзені «Йвшқар-ата» («Жылаған ата», «Жылауық ата») деген кісі есімі де қолданылады. Кемесі Қазығұрт тауының шыңында тұрып қалған. Топан су қайтқан соң, адамзаттың жаңа ұрпағының тіршілігі сыртқы бітімі кемеге ұқсас Қазығұрт тауынан басталған. Қазығұрт асуына Нұқ пайғамбар кемесінің макетін қойып, осы аймақты туристік демалыс орталығына айналдыруға әрекет жасап жатқан жергілікті билік органдарының іс-шаралары көңілге қуаныш орнатады.

Төле би ауданының «Диханкөл» ауылы да бүгінде экологиялық туризм аумағына айналмақ. Өйткені, қазақтың денсаулыққа пайдалы емдік қасиеті бар, бал татыған қымызы шетелдік туристерді ерекше қызықтырып отыр. Бүгінде бұл аймаққа Ресей, Швейцария сынды мемлекеттерден қонақтар келіп, қазақтың салт-дәстүрімен танысып, шипалы қымыз жайында көптеген мәліметтер жинаған. Диханкөлдің қымызына 1 миллион евро бөлінген, бұл қаржыға туристер үшін зәулім қонақүй салынбақ.

Туризм де саясаттың бір бөлігі. Себебі, туризм әлемдік аренада әрбір мемлекеттің имиджін қалыптастырады. Осы мақсатта 1998 жылдың ақпанының 27 жұлдызында Ел Президенті Н.Ә.Назарбаев «Жібек жолы тарихи орталықтарын өркендету, түркі тілдес елдердің мәдениетінің сақтау және туризмнің инфрақұрылымын құру туралы» мемлекеттік бағдарламаға қол қойды [65].

Аталған бағдарламаларға сай төмендегідей іс-шаралар атқару көзделді:

- 1 ай көлемінде «Ұлттық компания «Жібек жолы - Қазақстан»» акционерлік қоғамын құру;
- «Тікелей инвестицияларды мемлекеттік қолдау туралы» ҚР-ның Заңына толықтырулар енгізу;
- жібек жолы бойындағы археологиялық нысандарды зерттеу;
- тарихи және мәдени ескерткіштерді реставрациялау;
- жібек жолы бойында туризмнің инфрақұрылымын құру: сауда және сервистік қызмет көрсету мекемелерін, туристік және зиярат етушілердің кешендерін, ұлттық кәсіби шеберханаларды, этнографиялық театрлар мен музейлерді, дәстүрлі мәдени және тарихи-діни орталықтарды құру;
- аймақтың экономикалық дамуын арттыру, жергілікті тұрғындарды жұмыспен қамту мәселелерін шешу.

Аталған іс-шараларды орындау республикалық және жергілікті бюджет, қайырымдылық қорлар, несиелер мен ұйымдардың қаражаттары есебінен жүзеге асырылады.

Оңтүстік Қазақстан облысы деңгейінде туризмнің дамуын сипаттайтын негізгі көрсеткіштерге талдау жасай отырып, өңірдегі туристік қызметтің дамуы аймақтағы әлеуметтік-экономикалық жағдайды сипаттайтын көрсеткіштердің өзгеруіне өз әсерін тигізіп, халықтың әлеуметтік-экономикалық жағдайының жоғарылауының бірден бір факторы бола алады деп нық сеніммен айта аламыз.

6. Түркістанда туризм мен туристік қызмет көрсетудің сапалылығын көтерудегі негізгі мәселелер

Түркістандағы тарихи байлықтар мен мәдени және рухани құндылықтарды сақтаудың қазіргі жағдайы кесенелер мен ежелгі мешіттерді және қалашықтарды жөндеу, қалпына келтіру жұмыстарын жүргізе отырып, солардың негізінде тарихи, мәдени музей-қорықтарды қалыптастырумен сипатталады.

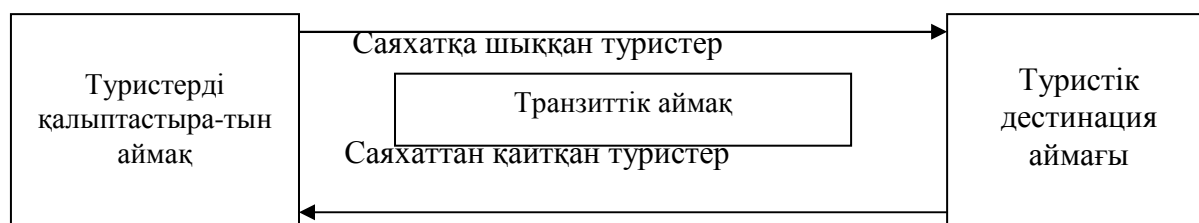
Қазіргі уақытта Түркістанның туристік аймағында 96 тарихи-археологиялық, архитектуралық ескерткіштер сақталған. Олардың 23-і әлемдік маңызы бар ескерткіштер.

Қазақстанның ұлттық тарихы үшін маңызы өте жоғары көптеген архитектуралық, археологиялық және тарихи нысандар қалпына келтіру жұмыстарын өте қажетсініп отыр [66].

Бұл тарихи нысандар әлі күнге урбанизацияның, индустриализация мен технократизацияның тигізер зардаптарынан қорғалған емес.

Түркістанның табиғаты да шұғыл континенталды қолайсыз болып келеді. Жаз айларының температурасы + 40-қа жетсе, қыста – 20 градусқа дейін төмендейді. Бұл Түркістан мен қала маңайындағы тарихи ескерткіштердің тез бұзылуына себепші болады. Тарихи нысандарды консервациялаудың өзі де біраз қиындықтар тудыруда. Келуші саяхатшылардың көбеюі де жөндеуден өтпеген тарихи ескерткіштер үшін қауіпті.

Түркістан Оңтүстік Қазақстан облысы үшін туристік дестинация аймағы (яғни, туристерді қызықтыратын тартымдылығы жоғары географиялық аймақ) болып табылады.



Сурет 5 - Туризмнің жүйе ретіндегі үлгісі

Алайда Түркістанды екінші деңгейдегі туристік дестинацияға айналдыру үшін мынадай шарттардың орындалуы қажет:

- туристерге қажетті белгілі бір қызметтер жиынтығының болуы; Мұнда, ең бастысы, дестинацияға жеткізуші көліктік тасымалдың болуы, қонатын орын (қонақүйлер, кемпингтер, саяжай және т.б.) және тамақтанатын жер (мейрамхана, кафе, бар және т.б.) қажет.

- туристерді қызықтыратын тартымды орындардың болуы; Осы жерде дестинациялар арасында бәсекелестік туындайды. Туристерді қызықтыратын орындар көп болған сайын дестинация рейтингі көтеріле түседі де сәйкесінше келуші туристер саны артады.

- туристік нарықтағы дестинация қызметінің қажетті құралы болып табылатын ақпараттар жүйесінің болуы; Бұл жерде алдын ала тапсырыс беруде, брондауда компьютердік жүйеге ену мүмкіндігі ескеріледі.

Соңғы бес жылда қаланың экономикалық дамуында оң өзгерістер байқалады. 2004-2008 жылдары қала тұрғындарының саны 10,1 %-ға өсіп, жаңа жұмыс орындарының пайда болуына байланысты жұмыстылық деңгейі 43, 12 %-ға артты. Жұмыссыздық деңгейі, керісінше, 40,8 %-ға кеміген. Өнеркәсіптік өндіріс артуы 2,3 есеге жетіп, ауыл шаруашылығы 2,6 есеге, көлік және байланыс 1,9 есеге, сауда және басқа да қызметтер - 1,6 және туризм 3,9 есеге өскен.

Кесте 13 - Түркістанның туристік мүмкіншіліктері бойынша құрамдық SWOT – сараптама

<p>Басым жақтары</p> <p>Түркістанның туристік аймағында 96 тарихи-археологиялық, архитектуралық ескерткіштер сақталған. Олардың 23-і әлемдік маңызы бар ескерткіштер болып саналады. Мұндағы тарихи-археологиялық ескерткіштердің туристік маңыздылығы Грецияның, Италияның, Үндістанның, Қытай мен Мысырдың және Иерусалимнің туристік кешендерінен кем емес. Қазақстан Республикасының әлемдік экономикаға енуінің артуына қарай Түркістанның тарихи және табиғи құндылықтарына туристік қызығушылықтар артуда.</p>	<p>Әлсіз жақтары</p> <p>Түркістан аймағындағы тарихи-мәдени ескерткіштердің басым бөлігі реставрация, реконструкция және регенерация сияқты шұғыл жөндеуді қажет етеді. Қаланың инженерлік-коммуникациялық инфрақұрылымы әлемдік стандарттарға сай емес. Өнеркәсіп пен ауыл шаруашылығы қала тұрғындарының азық-түлік пен өнеркәсіп өнімдеріне деген сұраныстарын қанағаттандыра алмайды. Нашар дамыған туризм индустриясы қажетті сервисті көрсете алмайды. Адам ресурстарының сапасы әлемдік туристік орталықтардағы адам ресурстарының даму деңгейіне жетпеген.</p>
<p>Мүмкіншіліктер</p> <p>Тарихи-мәдени ескерткіштерді туризмнің индустриялық жүйесіне қосу, сонымен қатар қажетті туристік инфрақұрылым мен сервисті қалыптастыру қазіргі саны 1 млн. адамға жететін туристерді жақын он жылдың ішінде 6 млн. адамға дейін жеткізеді.</p> <p>Түркістан қаласының төңірегіндегі жер мен табиғи ресурстардың болуы туризмнің даму келешегіне жағдай туғызады.</p> <p>Туризмді дамытуға мүмкіндік туғызатын негізгі жағдайлар:</p> <ul style="list-style-type: none"> - қала төңірегіндегі жер ресурстары қала аумағының өсуіне қолайлы; - демалыс аймақтарын ұйымдастыруға қолайлы жер телімдері (Сырдарья, Қарашық өзендерінің аңғарлары мен Арыс-Түркістан каналдарының және Қошқұрған, Шаға су қоймаларының болуы) бар; - және т.б. 	<p>Қауіптіліктер</p> <p>Түркістанның дамуына қаланың сыртқы көрінісінің және архитектуралық сипатының тартымсыздығы, ауыз судың тапшылығы, жолдар мен канализациялық жүйелердің қолайсыздығы, туризмді қамтамасыз етудегі сервис нысандарының жеткіліксіз болуы кедергі келтіреді.</p> <p>Қазіргі қауіп туғызатын негізгі жағдайлар:</p> <ul style="list-style-type: none"> - тарихи-мәдени ескерткіштердің бұзылуы; - қажетті инженерлік-коммуникациялық және сервистік нысандардың болмауы; - туризмді қанағаттандыра алмайтын экономикалық құрылымның сақталуы; - жергілікті тұрғындардың әлемдік туристік орталықтардағы адам ресурстарының даму деңгейіне сәйкес емес өмір сүру сапасы; - және т.б.

Түркістан аймағы қаншалықты шамада бірінші деңгейлі туристік дестинацияда қалып отыр немесе екінші деңгейлі дестинацияға жетуі үшін қандай жағдайларға мән беру мақсатында оның туристік мүмкіншіліктері бойынша SWOT – сараптама жүргіздік (кесте 11).

Сапалы жол мен қонақ үйлік сервистің болмауынан туризм инфрақұрылымы дамымаған. Материалдық-техникалық базаның нашар болуы себебінен толыққанды ғылыми-зерттеу, мәдени-ағарту және шаруашылық іс-шаралары жүргізілмейді.

Құрылыс саласы бойынша ғана көрсеткіштер мәні төмендеген. Себебі, құрылыс-монтаждау жұмыстарына сұраныс азайып, шаруашылық кешендерінің нысандарын жаңалау қысқарған.

Жалпы өнім (ЖІӨ) көлемі 2008 жылы 2004 жылмен салыстырғанда 2 есеге, инвестицияның түсуі 2,1 есеге және салықты жинау көлемі 171 %-ға өскен. Осы мерзім ішінде жан басына шаққандағы ЖІӨ көлемі де 183 %-ға артып отыр.

Кесте 14 - Түркістан қаласының әлеуметтік-экономикалық дамуының негізгі көрсеткіштері

Көрсеткіштер	2004	2005	2006	2007	2008	2004-2008 жж. салыстыру, %
Тұрғындар саны, мың адам	179,8	182,8	186,4	193,6	198,0	113
Жұмысқа жарамды тұрғындар саны, мың адам	77,0	78,1	79,3	80,2	81,2	108
Жұмыстылар саны, мың адам	37,1	39,3	41,6	44,1	45,8	140
Жұмыстылық деңгейі, %	48,2	50,3	52,5	55,0	56,4	130
Жұмыссыздық деңгейі, %	11,5	11,0	10,4	10,2	9,0	57
ЖІӨ барлығы, млн.тг	24337,5	23725,9	26986,3	33043,5	35471	2 есе
Өнеркәсіп, млн.тг	3056,9	3177,0	3764,0	3980,0	4271,0	2 есе
Ауыл шаруашыл., млн.тг	7998,7	6716,0	7982,3	8345,0	8900,0	2,1 есе
Инвестициялар, млн.тг	2865	2350	3050	4118,5	4200	2,1 есе
Көлік және байланыс, млн.тг	4910	5040	5219	8000	8800	2 есе
Сауда, т.б. қызметтер, млн.тг	3756,9	4252,9	4480	4800	5100	149
Туризм, млн.тг	1750	2150	2500	3800	4200	3,6 есе
Салықтар, млн.тг	526,3	631	704	744,1	799	171
Жан басына ЖІӨ, млн. тг	135,4	129,8	144,8	170,6	180,0	183

2004-2007 жылдар аралығындағы қаланың дамуында тұрақтылықты байқауға болады.

Бұл кезеңнің басты сипаттамасы - Оңтүстік Қазақстан облысы мен басқа да аймақтардың, Қазақстан Республикасының жалпы экономикалық өсуіне сай экономика салаларының барлық көрсеткіштерінің өсуі [67].

2004-2008 жылдардағы экономиканың құрылымдық динамикаларын зерттеу туризм саласының өсуімен бірге аграрлық, көліктік және сауда-саттыққа мамандандырылған салалардың да сақталып отырғандығын көрсетеді. ЖІӨ-нің құрылымының өзгеру динамикасына сай аталған жылдар аралығында ауыл шаруашылығының үлесі 19,1% -дан 25,0 %-ға артқан, ал көлік және байланыс салаларының үлесі 26,3%-дан 24,8%-ға дейін, сауда мен басқа да қызмет көрсету салаларының үлесі 18,1%-дан 14,4%-ға дейін қысқарған. Инвестиция тарту көлемінің 20,2%-дан 11,8%-ға дейін қысқаруы, өндірістің үлесінің мардымсыз өсуіне әкелген (10,3%-дан 12,0%-ға). Атап өтерлік бір жайт, осы кезеңде туризм саласының үлесі 6,8%-дан 12,0%-ға дейін артқан немесе 2 есе өскен.

Қаланың экономикасының қалыптасқан құрылымы өтпелі кезеңге лайықты екендігі сөзсіз. Себебі, әлемдік деңгейдегі рухани және тарихи-мәдени құндылықтарға бай қаланың экономикалық бейнесі және мамандандырылуы басқаша сипатта болуы тиіс. Демек, қала болашақта дамыған зиярат ету және туризм индустриясы бар әлемдік қалалармен терезесін теңдестіруі қажет.

Кесте 15 - Түркістан қаласының ЖІӨ-нің құрылымы, %

Көрсеткіштер	2004	2005	2006	2007	2008	2004-2008 жж. салыстыру
ЖІӨ	100	100	100	100	100	-
Өнеркәсіп	12,6	13,5	13,9	12,0	12,0	95
Ауыл шаруашылығы	32,8	28,3	29,6	25,3	25,0	78
Инвестициялар	11,8	9,9	11,3	12,5	11,8	100
Көлік және байланыс	20,2	21,3	19,3	24,2	24,8	121
Сауда және басқа да қызмет көрсету	15,4	17,9	16,6	14,5	14,4	97
Туризм	7,2	9,1	9,3	11,5	12,0	166
Ескерту: Зерттеу мәліметтері негізінде автор құрастырған.						

Кестедегі мәліметтер бойынша, туристік қызметтердің аймақтың жалпы ішкі өніміндегі үлесі 2008 жылы 12,0 %-ды құрап отыр. Республикалық деңгеймен салыстырғанда ЖІӨ-гі үлесі 6 есеге жоғары. Ауыл шаруашылығы өндірісінің үлестік салмағының жоғары болуы ауыл шаруашылықты аудан екендігімен түсіндіруге болады. Сонымен қатар, Түркістан қаласы халықаралық және республикалық жолдар торабында орналасқандықтан көлік және байланыс екінші орынды алып отыр.

Түркістан қаласының 1500 жылдығын атап өтуге дайындық кезеңінде бөлінген қомақты инвестициялық қаржылар туристік ортаны құрудың бастапқы шараларын жүзеге асыруға, қаланың сәулеттік ажарын жақсарту мен экономиканың нақты салаларын «жандандырып», оларды тұрақты өсу жағдайына жеткізуге ғана жетті. Бұған осы кездегі экономикалық өсудің негізгі көрсеткіштері куә.

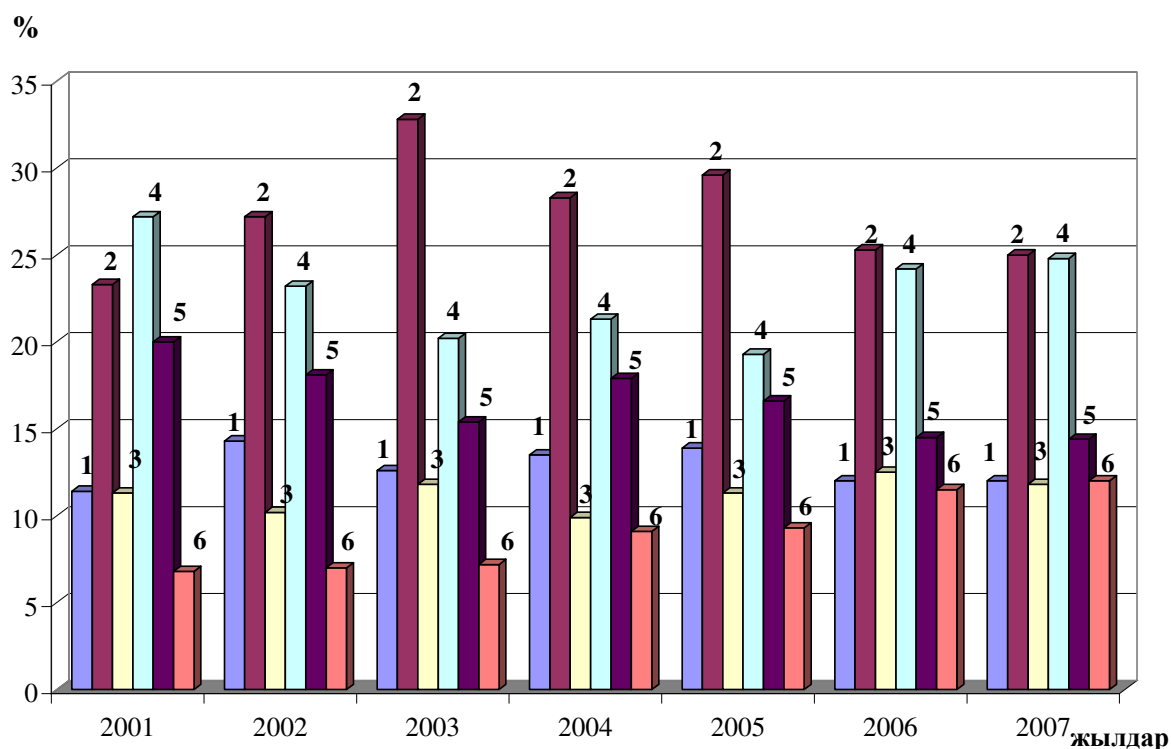
Дегенмен, экономиканың қалыптасқан құрылымының ары қарай сақталуы қаланың дамуына кері әсерін тигізетіндігі сөзсіз. Себебі, қаланың негізгі құндылығы – Отанымыздың рухани, мәдени және туристік орталығына айналуында. Болашақта туризм индустриясы экономикалық өсу мен дамудың «көшбасшысына» айналғанда, өндіріс, ауыл шаруашылығы, көлік және коммуникация, құрылыс салалары жоғары деңгейдегі қамтамасыз ету функцияларын атқаруы тиіс.

Тартымды туристік ортаны құру үшін әлемдік деңгейдегі ғаламат тарихи-мәдени ескерткіштердің бар болуымен бірге азық-түлікпен, өндіріс тауарларымен қамтамасыз етудің, сервистік қызмет көрсетудің жоғары деңгейі мен сапасы, сондай-ақ қалыптасқан кәсіби имидждің болуы шарт.

Түркістан қаласы бойынша 2005-2007 жылдар аралығындағы ауыл шаруашылығы өнімдерін өндіру мен қайта өңдеу және тұтыну көрсеткіштерін талдау төмендегідей жайттарды анықтайды: ауыл шаруашылығы өнімдерінің кеңейтілген ассортиментін қамтамасыз етуге ықпал жасайтын тиімді табиғи-климаттық мүмкіндіктері бола тұра, қала маңындағы аумақтарда көкөніс пен бақша өнімдері ғана молынан өндіріледі. Ал басқа өнімдер бойынша қажеттіліктерді қамтамасыз ету деңгейі өте төмен. Ауыл шаруашылығы өнімдерін өзіндік өндіру есебінен Түркістан қаласының ұнға деген қажеттілігінің 52-55% ғана, етке – 31-36%, сүтке – 51-55%, өсімдік майларына 41-48%, жұмыртқаға - 12-14%, картопқа – 27-30%, жемістерге – 51-55% ғана қанағаттандырылған. Ал көкөніс өнімдерінің көлемі қажетті мөлшерден 2-3 есе артық болса, бұл көрсеткіш бақша өнімдері бойынша 5 есені құрайды.

Ауыл шаруашылығы өнімдерінің едәуір мөлшері өнімнің сапасы өндірістік қайта өңдеу талаптарына жауап бермейтін ұсақ тауарлық және жеке шаруашылықтарда өндіріледі. Сондықтан да, қала маңындағы аумақтарда өндірістік мал шаруашылығы мен құс шаруашылығы жүйелерін кешенді түрде қалыптастыру қажет. Мұндай шаралардың

өнімділікті арттыру мен өнім сапасына деген талаптарды қанағаттандыруға өз әсерін тигізетіндігі күмән тудырмайды.



Шартты белгілер: 1- Өнеркәсіп; 2- Ауыл шаруашылығы; 3- Инвестициялар; 4- Көлік және байланыс; 5- Сауда және басқа да қызмет көрсету; 6- Туризм.

Ескерту: Зерттеу мәліметтері негізінде автор құрастырған.

Сурет 6 – Түркістан қаласының ЖІӨ құрылымының динамикалық сипаттамасы

Тұтынуға қажетті қайта өңделген ауыл шаруашылығы өнімдерімен қамтамасыз ету шаралары бойынша қала экономикасы дәрменсіздік танытып отыр. Бұған себептердің қатарына қайта өңдеу цехтарының жұмыс істемей тұрғандығын, құрал-жабдықтардың өтпелі кезеңде талан-таражға түскендігін, көптеген қайта өңдеу кәсіпорындарының қызмет бағыттарын өзгерткендігін жатқызуға болады.

Өңделген ауыл шаруашылығы өнімдерінің көптеген түрлері Өзбекстаннан (жылыжайларда өсірілген ерте көкөністер мен жемістер, көкөніс консервілері), Қырғызстаннан (көкөністер, картоп, ет және сүт өнімдері), Алматыдан (ет және сүт өнімдері, ет және көкөніс консервілері, шырындар, минералды сулар) әкелінеді. Түркістандағы өсірілетін көкөністер орта және кеш пісетін сорттарға жатады, сондай-ақ негізінен өңделмеген күйде сыртқа шығарылады. Іс жүзінде Түркістан қаласын жыл бойы жеміс-жидектермен қамтамасыз ету көршілес Өзбекстан мен Қырғызстанның есебінен жүзеге асырылады.

Түркістан қаласы бейруда материалдарға жататын құм мен қиыршық тастан бөлек барлық тұтынатын өндірістік өнімдерді шеттен тасиды. Құм мен қиыршық тас өндірісі қаланың қажеттілігінен 30% көлемінде артық. Пайдаланылатын және барланған минералды табиғи ресурстардың бар екендігі қаланың өндіріс орындарында көптеген тауар түрлерін өндіруге мүмкіндік береді (мысалы, цемент, гипс, құрылыс материалдары, бетон өнімдері, есік-терзелер жасау, машина жасауға қажетті өнімдер даярлау, бетон трубалары мен арматуралар және т.б.).

Ауыл шаруашылығы өнімдерін өндірістік қайта өңдеу секторы мен бейрудалық материалдардан өнеркәсіп өнімдерін өндіру және машина жасау жабдықтары өндірісінің

төменгі даму деңгейі қала экономикасының құрылымындағы қайшылықтарды туғызып отыр. Атап айтар болсақ, тұрғындарды жұмыспен қамту мәселелері, салық төлемдерінің аздығы және т.б.

Сырттан әкелінетін өнімдер операциялық және көлік шығындарымен бірге қымбатқа түсетін болғандықтан, бұл жағдай бағаның еріктен тыс өсуіне, салық түсімдерінің азаюына, қаланың өсу және даму мүмкіндіктерінің төмендеуіне әкеледі.

Қаланың келешектегі рухани, мәдени және туризм орталығы ретіндегі дәрежесі сервистік қызмет көрсету индустриясын дамытудың басты шарттарының бірі – азақ-түлікпен қамтамасыз етудің дамығын жүйесін, сондай-ақ сервистік-өнеркәсіптік дамыған жүйенің болуын талап етеді. Бір мезгілде жұмыспен қамтудың теңдестірілген жүйесін құру мен қала тұрғындарының өмір сүру деңгейін көтеру мәселелері де назардан тыс қалмауы керек.

Қала экономикасының бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз етудің басты факторларына әлеуметтік жағдайларды, демографиялық ахуалды, білім беру мен денсаулық сақтау салаларын жатқызуға болады [68]. Бұл факторлар, өз кезегінде, туризм саласымен бірге басқа да салаларда әлемдік талаптарға сай қызмет көрсетуді қамтамасыз етуге қабілетті адам ресурстарын қалыптастыруға ықпал жасайды.

Қаланың демографиялық даму жағдайы оңды динамикамен сипатталады: Оңтүстік Қазақстан облысының басқа қалаларымен салыстырғанда бала туу көрсеткіштері жоғары (Түркістан қаласында 1000 адамға 30,4 нәрестені құраса, басқа қалаларда орта шамамен бұл көрсеткіш 26,4-ті құрап отыр); өлім көрсеткіштері -1000 адамға шаққанда 5,9 (облыстың басқа қалаларында – 8,3). Жұмыспен қамту деңгейі еңбекке қабілетті тұрғындардың 55%-дан астамын құрап отыр. Дегенмен, жұмысшы мамандардың, инженерлердің, дәрігерлердің, орта буынды мамандардың жетіспеушілігі байқалады.

Білім беру жүйесі мектепке дейінгі тәрбие беретін мекемелердің жеткіліксіздігімен, білім беру объектілерінің тапшылығы мен олардың әлсіз материалдық-техникалық базасымен сипатталады. Арнайы жеңілдіктер мен коммуналдық қызмет ақылары бойынша шегерулер қарастырылғанымен білікті педагог кадрлардың да тапшылығы байқалады.

Дайындалатын мамандықтар ауқымы туризм индустриясын дамыту мен оның сервис жүйесін қамтамасыз етуге жеткілікті бағытталмаған. Мамандар даярлау даму болашағы мен жұмыспен қамтуды есепке алмайтын қалыптасқан мамандықтар бойынша жүзеге асырылуда.

Дәрігерлермен қамтамасыз етілу деңгейі 10000 адамға шаққанда 21,8 көрсеткішті құрайды (облыстық көрсеткіш - 26,5). Емдеу мекемелерінің 45% -дан астамы талапқа сай емес ғимараттарда орналасқан, сонымен бірге, маман-дәрігерлер мен қосымша қызмет көрсету персоналының жетіспеушілігі байқалады.

Түркістан қаласында ахуалы талапқа сай емес 70-тен астам мәдени мекемелер мен 275 әртүрлі бағыттағы спорттық ғимараттар қызмет атқарады. Барлық мәдени мекемелер ағымдағы және күрделі жөндеуді талап етеді. Мәдени мекемелердің материалдық-техникалық жарақталуы төменгі деңгейде. Ауылдық жерлердегі мәдениет үйлері мен клубтарда музыкалық аспаптар мен сахналық жабдықтар жетіспейді. Кітапханалардың кітаптармен және жабдықтармен қамтамасыз етілуі қанағаттанарлықсыз. Қаланың мәдени мекемелерінің қолданыстағы жүйесі аймақтың тұрғындарын толыққанды қызмет түрлерімен қамтамасыз етуге жарамсыз. Бюджеттен бөлінетін қаржы тек ағымдық шығындарды ғана жабуға бағытталады.

Адам ресурстарына деген қажеттілік құрамы төмендегідей: өнеркәсіп секторында 65,7 % жұмысшылар болса, 12,7% орта білімді қызметкерлер, 21,5% техникалық бағыттағы жоғары білімді мамандар. Қызмет көрсету саласының құрылымында жоғары білімді мамандар 83,3% құраса, орта білімді мамандар 11,8% құрайды, ал жұмысшы мамандықтарының үлесі – 4,9%.

Ғылыми зерттеулердің негізгі бағыты – тарихи-археологиялық жұмыстар. Басқа бағыттарға қоғамдық, ғылыми-жаратылыстану, биологиялық зерттеулерді жатқызуға болады. Қолданыстағы және жоспарланған инновациялар мен ғылыми зерттеу жұмыстары

туризмді дамытуға, туристік тартымдылықты арттыруға және оңтайлы имидж қалыптастыруға бағытталған.

Қаланың дамуының стратегиялық бағытының болашағының айқындалмауы инвестициялық әлеуеттің мүмкіншілігін толығынан пайдалануға кері әсерін тигізуде. «Түркістанның Қазақстанның рухани, мәдени және туристік орталығы ретіндегі дамуының 2009-2013 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасы» мен қаланың 2013 жылға дейінгі Бас жоспары бекітілген жағдайда Түркістан мен Түркістан туристік шеңберінің инвестициялық кеңістігін дамытуға мүмкіндіктер молаяды. Бұл өз кезегінде елдің басқа да аумақтарына мультипликативті әсерін тигізетіні сөзсіз.

2001-2007 жылдар аралығында туристік қызмет көрсетуден түскен табыс 1,1 млрд теңгеден 4,2 млрд теңгеге дейін өсті немесе 3,8 есеге артты. Ал қаланың жалпы ішкі өнімі 17,7 млрд теңгеден 35,5 млрд теңгеге дейін ұлғайды (өсу көрсеткіші 2 есені құрап отыр). Аталған уақыт арасында тарихи-мәдени мұра ескерткіштерінің едәуір бөлігі қайта қалпына келтіріліп, нақты экономика салаларының даму үрдісі жаңа серпін алды. Қаланың экономикалық өркендеуінің «көшбасшысы» болуға лайықты туризм саласының негізі қаланды. Зиярат ету және туристік қызметтердің қарқынды дамуы құрылыс, сауда, ауыл шаруашылығы және өндірістік қайта өңдеу салаларының да жұмыстарының жандануына өз әсерін тигізуде.

Үгіт-насихат және жарнамалау есебінен туристік қызмет көрсету нарығында Түркістанның тартымдылығын қалыптастыру мен туристік қызметті ақпараттық қамтамасыз ету салаларында шешілмеген мәселелердің бар екендігі жасырын емес. Саяхатшылар мен қонақтарға тұрмыстық қызмет көрсету мен қонақ үй кешендерінде жұмыс істеуге қажетті орта буын мамандарын даярлайтын жүйенің жоқтығы да өзінің кері әсерін тигізуде.

Мемлекет тарапынан айқын бағыттардың болмауы, туристік фирмалардың көрсететін қызметтерінің төмен деңгейі және талапқа сай емес қаланың инфрақұрылымы туризм саласына деген жеке капиталдың инвестициялық белсенділігін арттырмайтындығы белгілі [69].

Түркістан қаласындағы экологиялық жағдай облыстың басқа қалаларымен салыстырғанда көңіл толарлық емес. Негізгі экологиялық мәселелер өнеркәсіптің белсенді дамуымен және автомобиль көліктерінің зиянды қалдықтарымен тікелей байланысты. Қала маңайындағы заңсыз қоқыс орындары да санитарлық-эпидемиологиялық ахуалды ушықтыруда. Негізгі мәселелер: көптеген кәсіпорындардың тазалау қондырғылары мен табиғатты қорғау құралдарының тозуы; қоршаған ортаны қолдауға бөлінетін бюджеттік қаржылардың жеткіліксіздігі және т.б.

Қаланың құрылыстық-сәулеттік мүмкіншіліктеріне келсек, қаланың орналасуы ендік бағытта созылып орналасқан. Оған себеп - облыс орталығымен және аймақтағы басқа да елді мекендермен жалғастыратын жол магистралдары мен Арыс-Түркістан су арнасының өтуі.

Қаланың шығыс бөлігінде Қ.А. Ясауи атындағы Халықаралық қазақ-түрік университетінің қалашығы салынуда. Арихтектуралық жағынан ерекше болып келетін бұл құрылыс негізгі қалақұраушы элементке айналуға мүмкіндік береді. Мұндай жоғары оқу орнының қаланың статусын кеңейтіп, қаланы халықаралық маңызы бар ғылыми-ағарту орталығына дейін көтерді.

Қаланың тарихи-әкімшілік орталық жағынан да маңыздылығы өте жоғары. Қаланың оралық бөлігінде тарихи-әкімшілік мекемелермен қатар ғылымның, білімнің, денсаулық сақтау саласының, сауданың және қоғамдық тамақтану мен әлеуметтік-тұрмыстық қызмет көрсетудің нысандары орналасқан. Мемлекеттік деңгейдегі қорғауға өткен қаланың тарихи бөлшегі жалпықалалық орталықтың негізін құрайды.

Арихтектуралық бағытта қаланың алып жатқан аумағын үш аймаққа бөлуге болады:

а) Қожа Ахмет Ясауи атындағы мұражайлық кешен төңірегіндегі тарихи-мәдени ескерткіштер;

ә) Әкімшілік, орталық алаң, мейманханалар мен мейрамханалар орналасқан әкімшілік орталық;

б) Қ.А. Ясауи атындағы ХҚТУ-нің негізгі оқу, ғылыми орталықтары мен қосалқы оқу кешендері мен мәдени орталықтары орналасқан ғылыми-ағартушылық аймақ.

Тарихи-мәдени, ағартушылық және әкімшілік-іскерлік бағыттағы кешендердің дамуына байланысты қалалық агломерацияның өсуіне есепке ала отырып оларды орналастыруда мәселелер туындап отыр.

Қаланың инженерлік-коммуникациялық инфрақұрылымында да мәселелер жетерлік.

Қаланың энергетикалық шаруашылығы талапқа сай емес. Энергия беру орталықтарының алыс болуынан электр энергиясымен қамтамасыз ету тұрақты емес. Подстанция мен көптеген электр тіреулері сын көтермейді. Подстанциялардың қуаттылығы мен электр желілерінің өткізу мүмкіншіліктері төмен, сондықтан қаланың электр энергиясына деген қажеттілігін қанағаттандыра алмайды.

Қала тұрғындары мен кәсіпорындары, негізінен, баллондағы газбен қамтамасыз етіледі. Ал ол уақытында жеткізілмейді.

Қаланың сумен қамтамасыз етілуі жартылай. Сумен қамтамасыз етудің санитарлық жағдайы мен судың сапасы стандартқа сай емес. Жерасты су деңгейінің 0,5-1 м көтерілуі ұзындығы 45 шақырым құрайтын су құбырын жарамсыз етіп отыр.

Қала бойынша Қ.А. Ясауи атындағы Халықаралық қазақ-түрік университетінің қалашығы ғана бірорталықтанған жылу жүйесімен қамтылған. Ал, қалашықта 3 мыңдай ғана адам тұрады. Қаладағы көп қабатты 105 үй (3000 пәтер) пештермен және электрлік жылу бергіштермен жылытылады.

Су беру жүйесіне I-II және Самал_мөлтекаудандарының тұрғындары, өнеркәсіп кәсіпорындары ғана қосылған. Қалада суды тазалау қондырғылары жоқ. Ағын сулар Бекзат мөлтекауданындағы көлемі 18 га құрайтын аумақта сүзгіден өтеді.

Жазда, ауа температурасы көтерілген кезде холера, бронхит, қышыма және құрт ауруы сияқты эпидемиологиялық аурулардың асқынуы байқалады. Ал бұл экологиялық келеңсіздікті арттыра түседі.

Қала жолының жалпы ұзындығы 380,2 шақырымды құрайды. Оның ішінде асфальт-бетонды жол 201,8 шақырым, тас төселгені – 112 шақырым және қара жолдың ұзындығы 66,4 шақырым. Бар жолдардың өзі жол қауіпсіздігіне жауап бере алмайды және машина өткізу мүмкіншіліктері нашар. Жол айырықтарындағы қозғалысты реттейтін бағдаршамдар аз. Зиярат етушілер мен туристер көліктері пайда болған кезде көшелердегі қозғалыстар нашарлайды.

Қаладағы көгалдандырылған көпшілік пайдаланатын территориялардың аумағы 15 га құрайды. Санитарлық қорғау сипатындағы көгалдар жоқ.

Қалада тек шектеулі туристер саны мен оларды тамақтандыру мүмкіншіліктері бар. Туристер үшін үш маршрут: зиярат ету, танымдық және өлкелік бағыттар ұсынылады. Түркістан қаласына жылына 400 мың адамға жуық туристер келеді. Олардың 95 %-ы зиярат етуші - туристер. Сондықтан, туристік фирмалар Қожа Ахмет Ясауи атындағы мұражайлық кешені төңірегінде ғана бірнеше сағатқа созылатын қысқа бағытты зияраттық маршруттағы қызметті ұсына алады.

Туризмнің қажетті сервистік қызметтер жүйесінің болмауынан, туристердің немесе зиярат етушілердің тоқтайтын жері де жоқ. Бар мейманханалардың жатар орны аз, және туристер үшін қымбат. Әзірге қосымша, медициналық туризм элементтері сияқты, қызметтер жүйесі дамымаған. Қалада Қ.А. Ясауи атындағы Халықаралық қазақ-түрік университетінің медицина факультеті мен қалалық емханалар негізінде зияраттық туризм мен медициналық туризмдерді қатар дамытуға болады. Ал ол, өз кезегінде қажетсінген туристер үшін қуатты медициналық диагностика жүйесін ұйымдастыруға мүмкіндік береді.

Диагностикалық карта негізінде, зиярат етушілер медициналық және санаторий-курорттық мекемелерде, Түркістан қаласындағы жылы су пансионаттарында ем алуына мүмкіншіліктері болады. Медициналық туризмді жандандыру дәстүрлі зияраттық туризм саласын кеңейте отырып, туризм мен туристік қызмет көрсету саласында қосымша жұмыс орындарын ашуға жағдай туғызады.

Туристік маршруттар қаланың тарихи-мәдени аумақтарында ғана дамыған. Қаладан тыс жерлердегі тарихи жерлердің туристік пайдалануға дайындығы нашар болғандықтан, қала аумағынан тыс жерлерге маршруттар дұрыс жүргізілмеген. Сонымен қатар, жеке жағдайларда, қажетті туристік сервистің болмауы, жол сапасының нашарлығы және төменгі деңгейде қызмет көрсету туристік ағымға кері әсерін тигізуде.

Кейбір тарихи-мәдени нысандар асыра бағаланғандықтан, нақты жағдайда туристік бизнестің талаптарына жауап бере алмайды. Қазіргі уақыттағы бар 96 тарихи және мәдени ескерткіштердің 23-і ғана туристер баратын нысандарға жатады.

Осы нысандарға, оларды қалпына келтіру үшін және мұражайларға қоятындай етіп жөнге келтіру үшін үлкен жұмыстар атқару қажет. Сонымен бірге, олар тұрған аймақтарға демалыс орындарын салып, қол жетімді сервистер жасауда кешенді іс-шаралар жүргізу керек.

Басқа да – аңшылық, экотуризм және тауға саяхат сияқты туризм түрлері жеке клиенттердің талаптары бойынша ғана қалыптасып отыр. Сондықтан, туризмнің мұндай түрлері жүйелі емес сипатта дамуда.

Түркістан қаласының имиджін қалыптастыру үшін туристік қызметтерді ақпараттық қамтамасыз етуде де шешілмей жатқан мәселелер жетерлік. Туризм саласындағы маңызды мәселелердің бірі – біліктілігі жоғары мамандар дайындау. Мейманханалық кешендерге қызмет көрсетуші жұмыскерлерді дайындау үшін орта буынды қызметкерлер дайындайтын жүйе жоқ.

7. Туристік қызметтерді ұйымдастырудың экономикалық тетіктерін жетілдіру жолдары

Қазіргі экономикадағы қаржылық дағдарыс, қалыптасып келе жатқан жаңа экономикалық қатынастар туризм дамуындағы мәселелерді күрделендіріп отыр. Туризм дамуындағы мәселелерді ушықтырып отырған елдегі экономикалық және қаржылық жағдайларға мыналарды жатқызуға болады:

- тұрғындардың кірісінің әртүрлі болуы;
- тұрғындардың сатып алу мүмкіншіліктерінің төмендеуі,
- және т.б.

Туристік қызметтердің сапасын көтеруде экономикалық тетіктерді жетілдіру үшін ондағы экономикалық қатынастардың ерекшеліктеріне мән беру қажет. Біріншіден, бір туристке шаққандағы турпакеттің бағасын немесе туристік жолдаманың құнын анықтау ерекшелігін қарастырайық. Ол мына формуламен анықталады [70]:

$$B = K + C + P - Z \pm K / T + A;$$

Мұндағы: B - бір туристке шаққандағы турпакеттің бағасы, тг.; K – туроператормен есептелінген, турпакетке кіретін, қызметтің құны, тг.; C – туризмнің жеке қызметтері үшін жанама салықтар, тг.; P – туроператордың пайдасы, тг.; Z – турпакетке кіретін туроператордың туристке берген жеңілдігі, тг.; $\pm K$ – турагенттің комиссиялық сыйы, тг.; T - топтағы туристердің саны, тг.; A – белгілі бір маршрут бойынша туристер тобына қызмет көрсетуші адамдар саны, адам. Бұл жерде, бір туристке шаққандағы турпакеттің бағасына: жолдың, тамақтанудың, тұрақтанудың, трансферттің, экскурсиялық бағдарламаның, визалық ресімдеудің және сақтандыру полисінің бағалары кіреді.

Қазіргі туристер ағымының негізгі бөлігі жинақталған топтардан тұрады. Сондықтан барлық туристер тобы үшін жолдың көтерме бағасын анықтап алу керек. Ол үшін, жалпылама көтерме бітімдер жасалса операция көлеміне қарай – 10 %-ға дейін, мерзімі мен ұзақтығына қарай – 5 %-ға дейін және қонақүйде тұрақтағаны үшін 10 %-ға дейін жеңілдіктер беру қажет. Бұл, өз кезегінде, туристік жолдаманың бағасын әлемдік стандартқа жақындатуға және туристер тарапынан жолдаманың бағасына қанағаттануына мүмкіндіктер береді.

Екіншіден, көрсетілген туристік қызметтің көлемінің ерекшеліктерін ескере отырып, мынадай экономикалық тетіктерді жетілдіру қажет.

Туристке не өз таңдауы бойынша белгелі бір қызметтер көрсетілуі мүмкін, не толық кешенді қызметтер көрсетілуі мүмкін. Туристік қызметтердің толық кешені инклюзив – турларды (inclusive tour) немесе пәкидж – турларды (packadge tour) сатудан тұрады.

Осы, инклюзив – турлардың рентабельділігі мен бағасының жалпы деңгейі тасымалдау құнының қолданып жүрген шамасынан кем болмау қажет. Ал, инклюзив – турлардың құнын есептегенде туристік қызметтердің бағасынан басқа фирма аппаратын ұстауға және жарнамаға кеткен шығыстарды, пайданы кіргізу керек. Соның өзінде, көрсетілген қызметтер деңгейі бірдей бола тұрып, жеке туристер үшін инклюзив – турлардың жалпы бағасы турфирмасыз саяхат кешкен туристің шығысынан арзанға түседі.

Пәкидж – турларды туристердің құрамына, олардың төлеу мүмкіншіліктеріне, көрсетілген қызметтердің сапасына, түрлеріне және сипатына қарай реттеп отыруға болады.

Қазақстан Республикасында туристік қызметтерді ұйымдастырудың Тұжырымдамасына сәйкес туризм сферасында мынадай негізгі міндеттерді шешу қажет:

- туризм саласындағы мемлекеттік саясаттың белсенділігін арттыру;
- туристік қызметтерді реттеу жүйесін жетілдіру;
- туризм индустриясының экономикалық, ұйымдық және құқықтық негіздерін әрі қарай дамыта беру;
- мемлекеттің көмегімен туристік нарықты қорғау;

- туристердің қауіпсіздігін қамтамасыз ету;
- тартымды туристік нысан ретінде Қазақстанның имиджін қалыптастыру;
- ақпараттық қамтамасыз ету жүйесін жетілдіру;
- туризм саласындағы ғылыми іздену жұмыстарын тереңдету;
- халықаралық стандарттарға сәйкес туризм саласындағы көрсетілген қызметтерді статистикалық есепке алудың әдістемесін жасау;
- туристік нысандарды салу немесе жөндеу мақсатында отандық және шет елдік инвесторларды тарту арқылы туризмнің инфрақұрылымын дамыту;
- туристік қызметтерді стандарттау және сертификаттау негізінде туристерге қызмет көрсету сапасын жақсарту;
- туризм саласындағы халықаралық ынтымақтастықты дамыту;
- қоршаған ортаны қорғауды қамтамасыз ету іс шараларын жетілдіру;
- туризм саласындағы келеңсіз жағдайларды болдырмау.

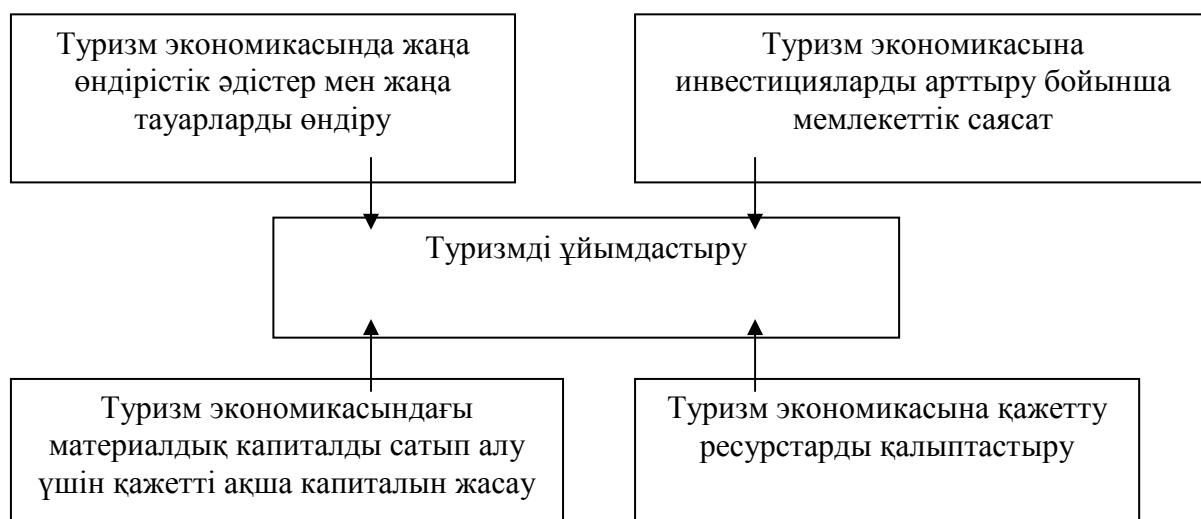
Аталған міндеттерге байланысты туристік фирмалардың қызметтік бәсекелестіктерін арттыратын экономикалық тетіктерді дайындау қажеттігі туындайды. Ол тетіктер бағалардың өзгеруіне қарамастан клиенттердің талаптарына толық жауап бере алатындай біраз мәселелерді шешуге мүмкіндік берер еді.

Экономист-ғалымдардың осы саладағы көзқарастарын сараптай отырып, осы саланы дамытудың экономикалық тетіктері ұйымдастыру құрылымдарының, басқару әдістері мен құқықтық нормаларының жиынтығынан тұратынын дәлелдедік.

Туризмді дамытудың экономикалық тетіктерінің негізгі мақсаты - туристік қызметтердің бәсекелестігін арттыратын ұтымды даму үлгісін құру.

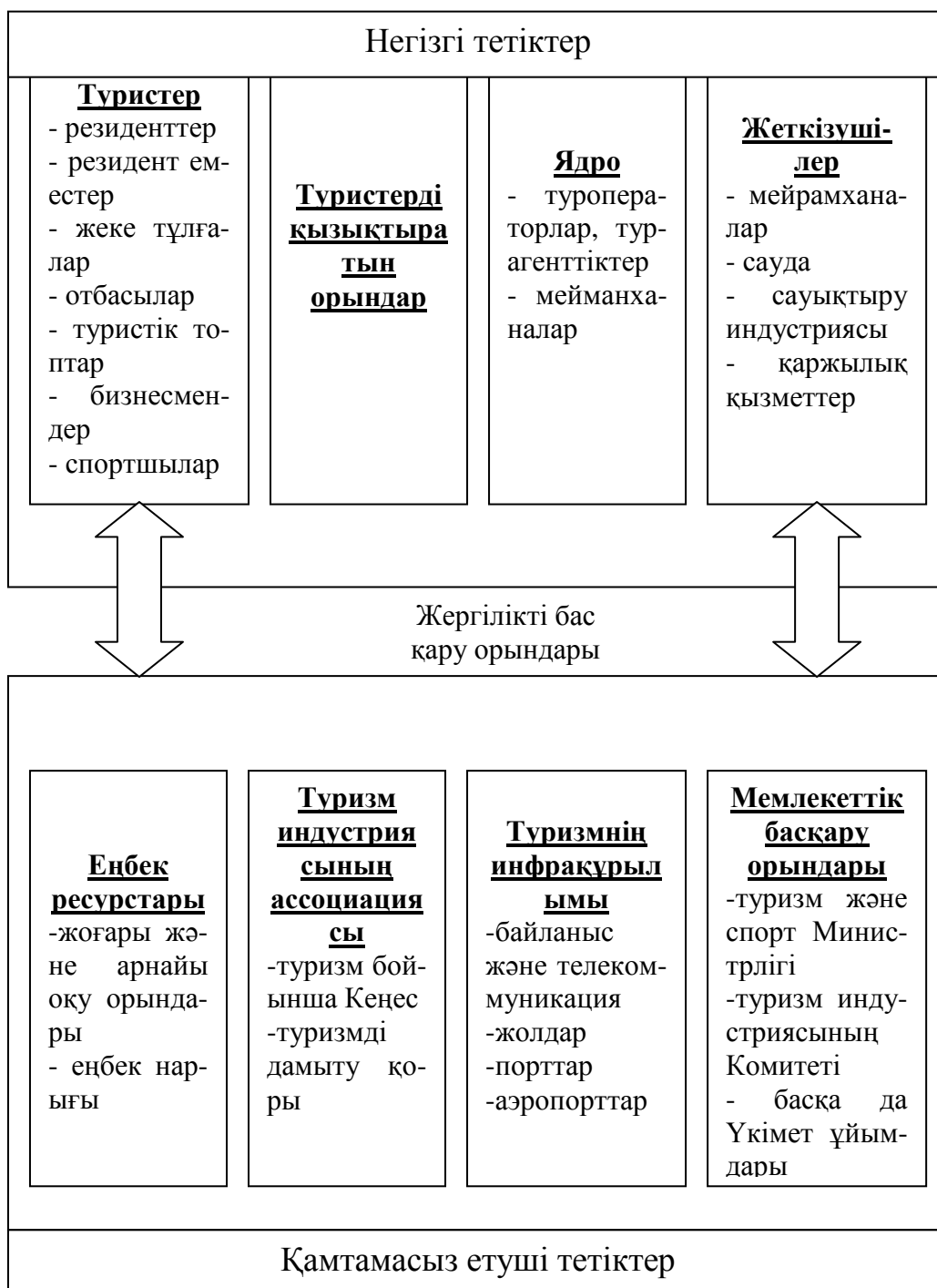
Экономикалық тетіктер экономикалық әдістер мен тұтқалардың көмегімен өндірісті және шаруашылықты жүргізетін тұтастай жүйені білдіреді [71].

Туристік қызметтерді ұйымдастырудың экономикалық тетіктеріне келетін болсақ экономикалық факторларына мән беру керек (Сурет 7).



Сурет 7 - Туризмді ұйымдастырудың экономикалық тетіктері

Туристік қызметтердің бәсекелестік мүмкіншілігін арттырудағы осы тетіктердің негізгі қағидаларына мыналар кіреді:



Сурет 8 - Туристік қызметтерді ұйымдастырудың тетіктері

2008 жылығы 18 қаңтарда ҚР Туризм және спорт министрлігінің алқасы өтті. Алқа отырысында туризмді (ҚР Туризмді дамытудың 2007-2011 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасы) дамытудың мемлекеттік бағдарламасының іске асырылу барысы жайлы есеп берілді.

ҚР Туризм және спорт министрлігінің 2008 жылғы қызметінің стратегиялық маңызды бағыты – отандық туризм саласындағы мемлекеттік саясатты іске асыру, туризмді кластерлік дамыту, туристік орталықтар құру болды.

Министрліктің қызметі Мемлекет басшысының 2005-2008 жылдардағы Қазақстан халқына жыл сайынғы жолдауларын іске асыру жөніндегі негізгі бағыттардың (іс-шаралардың) жалпыұлттық жоспарына және ҚР Үкіметінің 2006-2008 жылдарға арналған бағдарламасын орындау жөніндегі іс-шаралар жоспарына, ҚР-да туризмді дамытудың 2007-2011 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасына және ҚР-ның 2010 жылға дейінгі Стратегиялық даму жоспарына сәйкес жүргізілді.

ҚР-да туризмді дамытудың 2007-2011 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасын іске асыру қорытындысына сәйкес 2008 жылғы 9 айда келушілер саны 2007 жылмен салыстырғанда 26,7% -ға өсті. Сырттан келушілер туризмі 31,5%-ға өсті және 3996,3 мың адамды құрады (36,9%), сыртқа шыққан туристердің саны 2006 жылға қарағанда 22,7%-ға өсіп, 3396,0 мың адамды құрады немесе жалпы келушілер ағынының 31,3% құрады және ішкі туризмнің келушілер саны 25,5-ға өсіп, 3449,0 мың адамды құрады. Көрсетілген қызметтің жалпы көлемі 45%-ға өсіп, 34557,3 мың теңгені құрады, сатылған жолдамалардың құны 11036,0 млн теңгені құрады (1,7 есе көбейді).

2008 жылы 1013 туристік фирма және туристік қызметпен айналысатын 58 жеке кәсіпкер 422,6 мың келушілерге қызмет көрсетті, бұл 2007 жылғы қаңтар-қыркүйек деңгейіне 101,5% құрады. Республикада қонақ шаруашылығының 946 кәсіпорны 1906,9 мың адамға қызмет көрсеткен және қызмет көрсетуден 28166,4 млн. теңге түскен. Орналастыру объектілерінде 25565 нөмір есептелді, біруақыттағы сыйымдылығы 58612 койко-орында құрады.

2008 жылы Қазақстан туризм елі ретінде Берлин (Алмания), Сеул (Оңтүстік Корея), Токио (Жапония), Лондон (Ұлыбритания), Блэд (Словения), Шанхай (Қытай) және т.б. қалаларда өткен халықаралық туристік көрмелер мен жәрмеңкелерге қатысты. Министрлік Дүниежүзілік туристік ұйыммен (ЮНДТҰ) және осы халықаралық ұйымға мүше елдердің ұлттық туристік әкімшіліктерімен ынтымақтастықты нығайтуға үлкен мән береді. 2007 жылғы қараша айында Картахена де Индиас қаласында (Колумбия) Қазақстан Дүниежүзілік туристік ұйымның Бас Ассамблеясының 17-сессиясына қатысты.

Дүниежүзілік туристік ұйымның тарихында алғаш рет Қазақстан ЮНДТҰ Атқарушы кеңесіне сайланды. Сырттан келушілер туризмін дамыту және қазақстандық туристік брендті, әсіресе Қазақстанның жаңа Елордасын шетелде танымал ету мақсатында ҚР Туризм және спорт министрлігі 2009 жылы Дүниежүзілік туристік ұйымның Бас Ассамблеясының 18-сессиясын өткізуге Астананың кандидатурасын ұсынды. Атқарылған жұмыстың нәтижесінде ЮНДТҰ Бас Ассамблеясының 18-сессиясын Астана қаласында өткізуге оң баға берді [72].

Министрлік Туризмді дамытудың мемлекеттік бағдарламасы шеңберінде ел аумағында да көптеген туристік іс-шаралар өткізді. Бүгінгі күні Іле, Шарын өзендері, Қапшағай су қоймасы және Балхаш көлдеріндегі Іле-Балхаш регатасы, «Ертіс меридианы», «Жоңғария» туристік слеты, «KITF» халықаралық туристік жәрмеңкесі, «Астана Демалыс 2007» көрмесі, «Сарқылмас саяхат» жылжымалы туристік жәрмеңкесі және т.б. танымал іс-шараларға айналды.

Қазіргі кезде туризм саласында 31 келісім (Әзірбайжан, Филиппин, Ресей, Түркия, Украина, Пәкістан, Өзбекстан, Үндістан, Грузия, Египет, Молдова, ҚХР және т.б.) қолданыста [74]. Әкімдіктермен бірлесе емдеу-сауықтыру туризмін дамыту мәселесі бойынша, Ақмола облысының Щучье-Бурабай курорттық аймағын, Алматы облысының Қапшағай су қоймасының жағалауындағы туристік кешенді және Маңғыстау облысындағы Кендерлі демалыс аймағын дамыту мәселесі бойынша ұсыныстар енгізу жөніндегі жұмыс топтары құрылды. Сонымен қатар, Оңтүстік Қазақстан облысының Түркістан және Отырар аудандарының әкімдіктерімен бірлесе Оңтүстік Қазақстан облысында туризм индустриясы объектілерінің құрылысы үшін қажетті жобалау-іздеу жұмыстарының тізбесі әзірленді. Туристік саланың 99 жобасын қамтитын инвестициялық жобалар бойынша бірыңғай ақпараттық база жинақталды.

Саланың нормативтік –құқықтық базаларын бұдан әрі жетілдіру мақсатында 2007 жылы «Қазақстан Республикасының кейбір заңнамалық актілеріне туристік қызмет мәселелері бойынша өзгерістер мен толықтырулар енгізу туралы» Қазақстан Республикасы Заңының жобасы жетілдірілді.

Ойын бизнесі мәселелерін реттеу мақсатында министрлік «Қазақстан Республикасының кейбір заңнамалық актілеріне ойын бизнесі мәселелері бойынша өзгерістер мен толықтырулар енгізу туралы» ҚР Заңының жобасы әзірленді.

2009 жылға арналған негізгі міндеттер мыналар:

- ҚР-да Туризмді дамытудың 2007-2011 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасын іске асыру жөніндегі 2007-2009 жылдарға арналған іс-шаралар жоспарын орындау;

- туризм инфрақұрылымын дамыту және туризмнің қазіргі кездегі материалдық базасын жетілдіру мен жаңа туристік нысандардың құрылысын жандандыруға көмек көрсету жөніндегі шаралар кешенін әзірлеу;

- Дүниежүзілік туристік ұйымның Бас Ассамблеясының 18-сессиясын және Жібек жолы қалалары басшыларының конференциясын ұйымдастыру мен өткізуге дайындалу;

- Маңғыстау облысының туризм кластерін дамытудың шебер жоспарын және оны іске асыру жөніндегі іс-шаралар жоспарын бекіту жөнінде шешімдер қабылдау;

- Каспий теңізінде жағажай және круиз туризмін дамыту (Каспий жағалауындағы елдердің (Ресей, Әзірбайжан, Иран, Түркіменстан) порттарына бара отырып, Каспий теңізі бойынша халықаралық круиз дайындау және оны ұйымдастыру жобасын әзірлеу);

- Оңтүстік Қазақстан облысында Жібек жолы бойынша мәдени-танымдық және діни туризмді дамыту және Түркістан қаласындағы туристік инфрақұрылымның құрылысын дамыту;

- «Алтын-Емел», «Іле-Алатау», «Бурабай» мемлекеттік ұлттық табиғи саябақтарында экологиялық туризмді (жаяу, велосипедтік, атты турлар) дамыту үшін жағдайлар жасау;

- туризм статистикасын жетілдіру;

- балалар мен жасөспірімдер туризмін дамыту жөніндегі шаралар кешенін қабылдау («Менің Отаным - Қазақстан» жобасына жастарды кеңінен тарту жөнінде шаралар қабылдау);

- визалық және тіркеу рәсімдерін, шекара бақылауын оңайлату;

- туристік қызмет саласындағы ұлттық заңнаманы, оның ішінде сырттан келушілер және және ішкі туризмді дамыту мәселелерін халықаралық стандарттарға үйлестіру және сәйкестендіру;

- қазақстандық туристік өнімді әлемдік туристік нарыққа шығару;

- Қазақстан Республикасының белгілі халықаралық туристік көрмелерге белсенді түрде қатысуын қамтамасыз ету;

- республикада жыл сайын отандық туристік жәрмеңкелер мен халықаралық туристік көрмелер ұйымдастыру және өткізу.

Туризмді дамыту

Мақсаты: бәсекеге қабілетті туристік индустрияның тиімді жүйесін құру.

Шешу жолдары:

- бәсекелік басымдықтарын ескере отырып, Қазақстанның өңірлерінде туристік кластерлерді одан әрі дамыту жөнінде шаралар қабылданады;

- Қапшағай су қоймасының жағалауында және Щучинск-Бурабай курорттық аймағында туризм мен ойын-сауық объектілерінің дамыған инфрақұрылымы бар туристік орталықтар құрылады. Жібек жолы бойынша туризмді ұйымдастыру одан әрі дамиды, сондай-ақ Каспийде жағажайлық және круиздік туризмнің дамуы үшін жағдайлар жасау жөнінде шаралар қабылданады;

- елдің тартымды туристік имиджін қалыптастыру, визалық және тіркеу рәсімдерін оңайлату, туристік қызмет көрсетулерді халықаралық сапа стандарттарына сәйкестендіру жөніндегі жұмыстар жалғастырылады;

- мәселелер бойынша ғылыми-зерттеу орталықтары құрылады;

- туризм саласында туристер ағынының өсуі қамтамасыз етіледі, оның ішінде:
- ішкі туризм бойынша 2008 жылғы 3981,6 мың туристен 2009 жылы 4000 мың туристке дейін;
- сырттан келушілер туризмі бойынша 2008 жылғы 5441,3 мың туристен 2009 жылы 6000 мың туристке дейін;
- сырттан келушілер туризмін дамыту есебінен халықтың туризм саласында жұмыспен қамтылуы 2008 жылғы 454,6 мың адамнан 2009 жылы 499,4 мың адамға дейін қамтамасыз етілетін болады.

Қазақстан Республикасының алда тұрған Дүниежүзілік сауда ұйымына кіруін ескере отырып, туристік қызмет көрсетулердің халықаралық саудасын мемлекеттік реттеуді қамтамасыз ету мәселелері жөнінде нормативтік құқықтық актілер жобасын әзірлеу;

- сырттан келушілер туризмі мен ішкі туризмді дамыту, көші-қон, визалық және тіркеу рәсімдерін, кеден және шекара бақылауын оңайлату мәселелері жөніндегі ұлттық заңнаманы жетілдіру;

- сырттан келушілер және ішкі туризмді дамыту үшін инвестициялау және салық салу мәселелері жөніндегі қажетті нормативтік құқықтық актілерді қабылдау;

- туризм саласындағы статистикалық есеп пен есептілік жүйесін жетілдіру, Туризмнің қосымша шотын (ТҚШ) ұлттық шоттар жүйесіне енгізу;

- туристік саланың төлем теңгерімін қалыптастыру әдістемесін Дүниежүзілік туризм ұйымның ұсынымдарын және Біріккен Ұлттар Ұйымы Статистикалық комиссиясының шешімдерін ескере отырып жетілдіру [75];

- шет елдермен туризм саласындағы ынтымақтастықты саланың халықаралық шарттық базасын кеңейту негізінде жандандыру;

- туристік және қонақ үйлік қызмет көрсетулердің сапасын техникалық реттеу жүйесінің белгіленген талаптарына сәйкес арттыру;

- туризм саласындағы қызметті мүдделі орталық атқарушы және басқа да мемлекеттік органдар, сондай-ақ мемлекеттік және жеке меншік секторлар арасында үйлестірудің ең жоғары деңгейін қамтамасыз ету.

- туристік менеджменттің тиісті деңгейін қамтамасыз ету;

- туристік инфрақұрылымды дамытуды мемлекеттік қолдауды және орталық пен жергілікті атқарушы органдардың осы бағыттағы іс-қимылдарын үйлестіруді қамтамасыз ету;

- туристік саладағы жеке бастамалардың дамуына жәрдем ету.

Туризм инфрақұрылымын дамыту және инвестициялық ахуалды жақсарту мәселелерін шешу үшін мынадай шараларды жүзеге асыру қажет [76]:

- электр беру желісін жүргізу;
- сумен жабдықтау және су бұру жүйесінің құрылысын салу;
- телефон желісін төсеу немесе өткізу және спутниктік байланыспен қамтамасыз ету;
- көлік жолдарын салу және қайта салу.

Бірінші кезекте коммуникациялық жүйелерді Қапшағай су қоймасындағы, Алматы облысындағы Алакөл көлінде, Маңғыстау облысындағы Каспий теңізі жағалауындағы (Кендірлі ауданы), жағажай туризмі және ойын-сауық индустриясы дамыған аудандарда, Жібек жолының қазақстандық учаскесінің орталығы – Оңтүстік Қазақстан облысының Түркістан қаласында қамтамасыз ету қажет.

Рекреациялық ресурстардың ірі шоғырланған базасында рекреациялық шаруашылық мамандануы бар аумақтық аймақтар қалыптастыру қажет [77].

Қазақстан Республикасында санаторийлік-курорттық істі дамыту ерекше маңызға ие, ол мынадай шараларды іске асыруды талап етеді:

- санаторийлік-курорттық объектілерге сертификаттау және жіктеу жүргізу;
- санаторийлік-курорттық объектілердің қызметін реттейтін нормативтік құқықтық актілер әзірлеу;

- санаторийлік-курорттық мақсаттағы объектілердің қызметін үйлестіруді қамтамасыз ету.

Туризм инфрақұрылымының жеткіліксіз дамуын, сондай-ақ қаржылық қаражаттың шектеулілігін ескере отырып, мынадай өңірлерде үш, екі жұлдызды санаттағы қонақ үйлер желісі мен туркластар құрылысына бағытталған өңірлік деңгейдегі “Еурокемпинг” жобасын іске асыру шеңберінде мейманханалар, қонақ үйлер мен мотелдер, сондай-ақ кемпингтер желісін салудың бірінші кезектегі құрылысының басымдықтарын айқындау қажет:

- Ақмола облысы - Көкшетау қ. Зеренді ауданының Зеренді к. және Щучинск қ.;

- Алматы облысы – Текелі қ., Жаркент қ.;

- Жамбыл облысы - Тараз қ. («Тектұрмас» архитектуралық кешенінің аумағында), Байзақ ауданы («Ақыртас» көне қалашығының аумағында), Жуалы ауданының Б.Момышұлы ауылында.

Мынадай жерлерде туркласс санатындағы мейманханалар, қонақ үйлер мен кемпингтер желісі құрылысын қамтамасыз еткен жөн:

- Шығыс Қазақстан облысында – Алакөл және Марқакөл көлдерінде, Бұқтырма су қоймасында;

- Қызылорда облысында – Шымкент-Самарқан трассасы бойындағы Ұлы Жібек Жолының учаскесінде;

- Атырау облысында - Сарайшық қалашығында;

- Маңғыстау облысында - Маңғыстау ауданы Шетпе ауылында;

- Павлодар облысында - Баянауыл МҰТП аумағында.

Болжамдарды ескерсек, 2011 жылдың соңына қарай елде 368300 орынға арналған қонақ үйлер салу қажет.

Бұл ретте туризм саласының инвестициялық тартымдылығын арттыру мақсатында мынадай мәселелерді шешу қажет:

- халықаралық бизнес-қоғамдастықтың Қазақстанның туристік мүмкіндіктері туралы хабардарлығын арттыру және осы бағытта шетелдік ұйымдармен, оның ішінде Қазақстан Республикасы Президенті жанындағы Шетелдік инвесторлар кеңесінің Қазақстан Республикасының инвестициялық имиджін арттыру мәселелері жөніндегі жұмыс тобы арқылы ынтымақтастықты дамыту;

- туристік-этнографиялық кешендер түріндегі объектілердің құрылысы, бос уақытты өткізу және ойын-сауық индустриясы желісін құру жөніндегі жобаларды шетелдік және отандық даму институттарының инвестициялауына жәрдемдесу;

- шағын кәсіпкерлікті қолдау қоры мен басқа да отандық даму институттарының мүмкіндіктері мен ресурстарын тарту арқылы туристік және жәдігерлік өнім индустриясын құру және дамыту жөнінде шаралар қабылдау;

- сырттан келушілер туризмін дамыту үшін неғұрлым тартымды, әлемдік стандарттарға сәйкес келетін туристік инфрақұрылым объектілері бар аудандар салудың өңірлік бас жоспарларын әзірлеу;

- киіз үйлер дайындайтын кәсіпорындарды қалпына келтіру және жаңаларын салу, ұлттық қолөнерді қайта жаңғырту, жаңа жұмыс орындарын ашу.

Инвестициялау институтын дамыту тиімділігі бұл бағытта жүйелі мемлекеттік саясат жүргізуге және туризм инфрақұрылымын дамыту жөніндегі мемлекеттік, жекеше және туристік қоғамдық ұйымдардың күш-жігерін шоғырландыруға байланысты болады [78].

2007-2008 жылдары әзірленген шебер-жоспарлар негізінде Алматы, Ақмола, Шығыс Қазақстан, Маңғыстау және Оңтүстік Қазақстан облыстарында туристік кластерлер құру және оны дамыту жөнінде іс-шаралар қабылдау қажет. Қазақстанның әлеуеті туристік мақсатта іс жүзінде елдің барлық өңірін пайдалануға мүмкіндік бере алатындықтан, экономикалық орындылығын ескере отырып, сонымен қатар басқа да әлеуетті өңірлерде шебер-жоспарлар жасаудың мүмкіндігін қарау қажет. Бұл ретте оларды іске асыру жөніндегі

іс-шараларды қажетті деңгейде қаржыландыруды қамтамасыз етуге айрықша назар аударған жөн.

Қазақстан Республикасы Президентінің 2004 жылғы 19 наурыздағы “Бәсекеге қабілетті Қазақстан үшін, бәсекеге қабілетті экономика үшін, бәсекеге қабілетті халық үшін” атты Қазақстан халқына Жолдауын іске асыру шеңберінде Қазақстан Республикасы Үкіметінің бастамасы бойынша Қазақстан Республикасы Экономика және бюджеттік жоспарлау министрлігінің Маркетингтік-талдамалы зерттеулер орталығы және “J.E. Austin Associates Inc.” америкалық консалтингтік компания “Қазақстан экономикасының қолданыстағы және әлеуетті болашағы бар секторларының бәсекеге қабілеттілігін бағалау және оларды дамыту жөнінде ұсынымдар тұжырымдау” жобасын жүзеге асырды. Жобаның мақсаты елдің экономикалық өсімі үшін әлеуеті бар Қазақстан экономикасының шикізаттық емес салаларының бәсекеге қабілеттігін арттыру болып табылады. Қорытындысында экономиканың бәсекеге қабілеттілігін және әртараптылығын арттырудың индустриалдық негізін құру үшін шикізаттық емес жеті басым саланың ішінде алғашқылардың бірі болып туризм айқындалды.

Сарапшылардың пікірінше, Қазақстанның бәсекелік артықшылығы бірегей мәдениетінде (мәдени-танымдық туризм), бай табиғи әлеуетінде (экологиялық туризм), өсіп келе жатқан іскерлік белсенділігінде (іскерлік туризм), сондай-ақ спорт және хикаялы (шұғыл) туризм сияқты демалыстың белсенді түрлерімен шұғылдану мүмкіндігінде.

Италия, АҚШ, Біріккен Араб Әмірліктері мен Түркиядағы туристік орталықтар дамуының тәжірибесі айтарлықтай [79].

Аталған елдердің туризм индустриясын дамыту негізінде туристік сала инфрақұрылымын, көлікті және қызмет көрсетулер салаларын дамыту жатты.

Туристік орталықтардың белсенді дамуы Италияда (Рим, Венеция), Түркияда (Бодрум, Мармарис, Анталья), АҚШ-та (Лас-Вегас, Гавай аралдары), Египетте (Каир, Гиза, Александрия), Тайландта (Бангкок) байқалды.

Осы әлемдік туристік орталықтар туризмі инфрақұрылымының негізін қазіргі заманғы үш, төрт және бес жұлдызды қонақ үйлер, театрлар, ойын-сауық орталықтары құрайды. Сонымен қатар аталған туристік орталықтардың дамуында бай тарихи-мәдени мұра мен табиғи-климаттық жағдайлардың рөлі маңызды болды [80].

Осы өңірлердің туризм индустриясының тиімді дамуына мемлекеттің бизнестің кәсіпкерлерлік бастамаларына қолдау көрсетуі, сондай-ақ туризм инфрақұрылымын қалыптастыруда мемлекеттік-жеке әріптестік ықпал етті.

Шетелдердің мысалы көрсеткендей, ұлттық парктерге келетін туристер (мысалы, Кенияда, Америкада, Қытайда) онда жыл сайын 1 млн.-ға дейін АҚШ долларын қалдырып кетеді. Қорықтарға, ұлттық парктерге тауарларды сату және ақылы қызмет көрсетулер есебінен өз бетінше ақша табуға рұқсат берілген. Ұлттық парктер табатын қаржылық қаражат оларды дамытуға, сондай-ақ қорғау мен қалпына келтіру іс-шараларын жүргізуге жұмсалады.

Осыдан шыға отырып, “Экономиканың басым секторларында пилоттық кластерлерді жасау мен дамыту жөніндегі жоспарларды бекіту туралы” Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2005 жылғы 25 маусымдағы № 633 қаулысымен Алматы қаласы мен Алматы облысында “Туризм” пилоттық кластерін жасау мен дамыту жөніндегі жоспар (бұдан әрі – Жоспар) бекітілді.

Туристік кластер жасаудың маңыздылығын ескере отырып, Қазақстан Республикасының Үкіметі туристік индустрияны одан әрі дамыту стратегиясын айқындау мақсатында Қазақстан өңірлерінің туристік әлеуетіне маркетингтік зерттеулер жүргізу үшін 65 млн. теңге көлемінде қаржылай қаражат бөлді. Аталған зерттеулерді жүргізу үшін

стратегиялар әзірлеуде және туристік қызмет көрсетулердің әлемдік нарығына туристік өнімді жылжытуда көшбасшылық орынды иеленуші “International consulting group on tourism “IPK” (бұдан әрі - “IPK International”) компаниясы тартылды.

Жүргізілген зерттеулер қорытындысы бойынша, Қазақстанның бәсекелік артықшылықтары мен ұзақ мерзімге арналған кластерлік бастамалар ескеріле отырып, елдің туристік индустриясын дамыту стратегиясы жөнінде ұсынымдар тұжырымдалды, бірқатар жобаларды іске асыру көзделді, олардың бірі осы Мемлекеттік бағдарламаны әзірлеу болып табылады.

Жоғарыда аталған Жоспарды іске асыру шеңберінде мынадай жұмыстар жүргізілді:

туристік сала Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2005 жылғы 17 қыркүйектегі № 925 қаулысымен бекітілген экономикалық қызметтің басым түрлері тізбесіне енгізілді, бұл әлеуетті инвесторларға Қазақстан Республикасының инвестициялар туралы заңнамасында көзделген жеңілдіктер мен артықшылықтарды пайдалануға мүмкіндік береді;

Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2003 жылғы 24 ақпандағы № 196 қаулысымен Қазақстан Республикасының резидент еместері мен резиденттеріне арналып республикалық маңызы бар ерекше қорғалатын табиғи аумақтарды пайдаланғаны үшін 0,1 - 0,2 ең төмен есептік көрсеткіш көлемінде бірыңғай төлем ставкалары белгіленді;

Қазақстандық-ресейлік үкіметаралық комиссиясының кезекті отырысында (2005 жылғы 18-19 қазан) хаттамалық шешімге “Байқоңыр” ғарыш айлағында ішкі және сырттан келушілер туризмін дамыту жөніндегі іс-шаралар енгізілді;

Қазақстан Республикасы Статистика агенттігі 2004 жылдан бастап Туризмнің қосалқы шотын құру жөніндегі жұмыстарды жүргізіп келеді, сондай-ақ экономикалық қызмет түрлері бойынша (ЭҚТЖ) және экономикалық қызмет түрлері бойынша өнімдер жөніндегі (ЭҚТӨЖ) қолданыстағы жіктегіштерге өзгерістер енгізу туралы мәселе де пысықталуда;

Дүниежүзілік туристік ұйымның және Еуропа үшін Дүниежүзілік туристік ұйым комиссиясына мүше-елдердің ұлттық туристік әкімшіліктерінің қолдауымен 2006 жылғы 25-27 сәуірде Алматы қаласында Тұрақты туризмді дамыту мәселелері жөніндегі Еурокомиссияның 45-отырысы өткізілді;

Дакар (Сенегал) қаласында 2005 жылы 25 қараша мен 2 желтоқсан аралығында өткен Дүниежүзілік туристік ұйымның Бас ассамблеясының XVI отырысында 2007 жылы Қазақстанды Дүниежүзілік туристік ұйымның Атқарушы Кеңесінің құрамына ұсыну туралы мәселе енгізілді;

Қазақстан Республикасы Индустрия және сауда министрінің 2005 жылғы 20 маусымдағы №220 бұйрығымен туризм саласындағы уәкілетті органның жанындағы туризм жөніндегі сараптама кеңесі бекітілді.

Қазақстан экономикасының орнықты дамуы, елдің индустриялық-инновациялық дамуы жөніндегі іс-шаралар кешенін іске асыру шетелдік капиталды белсенді түрде тартуға ықпал етеді. Сондықтан да туристік индустрияны дамытуға шетелдік және ішкі инвестицияларды тарту, орталық және өңірлік билік деңгейлерінің іс-қимылын нақты үйлестіруді қамтамасыз ету мақсатында жоғары деңгейлі туристік менеджмент қалыптастыру, жеке бастамалардың дамуына жәрдем ету, саланың ақпараттық кеңістігін құру, қазақстандық турөнімнің сыртқы және ішкі нарыққа жылжуының тиімді жүйесін әзірлеу, инвестициялау және салық салу мәселелері бойынша нормативтік құқықтық актілер қабылдау үшін барлық алғышарттар бар. Бұл әзірлену үстіндегі өңірлік шебер-жоспарлар шеңберінде іске асыру жоспарланып отырған туризмнің кластерлік дамуының негізгі бағыттары.

8. Туризм саласын дамытудың басым бағыттары

Қазіргі уақытта саланы кластерлік дамыту осы саланың экономикалық дамуы мен бәсекелестік мүмкіндігін арттырудағы бірден бір экономикалық тетік болып отыр. Сондықтан, туризм саласының ерекшеліктерін ескере отырып, туристік кластерді дамытуды қолға алу қажет. Саланың ерекшеліктері – туризмді ұйымдастырушы кәсіпорындар, туристік қызмет көрсетуші кәсіпорындар және туристік қызметті тұтынушы туристердің өздері сияқты элементтеріне тікелей байланысты. Туризм кластерін құруда аталған туризм саласының бөлімдерінен басқа реттеуші буын ретінде жергілікті және республикалық деңгейдегі басқарушы орындар кіреді [81].

Аймақтық деңгейде туризм кластерін құрудың жобасын былай келтіруге болады.

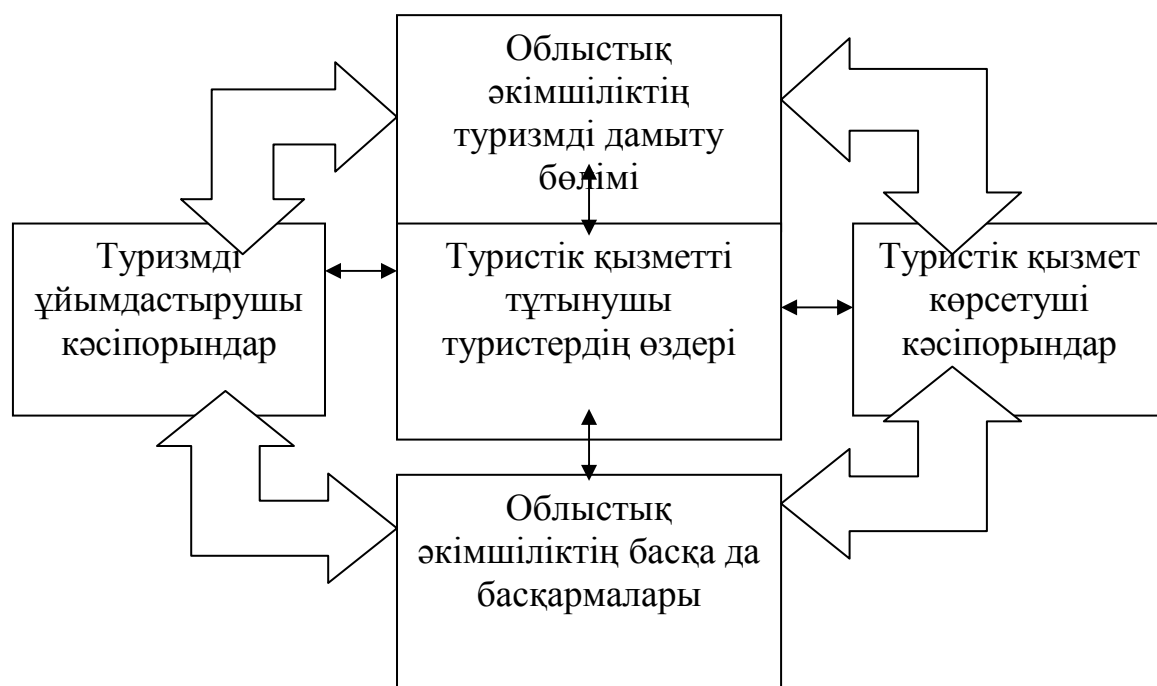
Туризм кластерінің бәсекелік мүмкіншілігін арттыру бірнеше кезеңдерден тұрады: 1) факторлар кезеңі; 2) инвестициялау кезеңі; 3) жаңалықтар енгізу кезеңі; 4) кеңінен даму кезеңі. Алғашқы үш кезеңде туризм кластерінің бәсекелік мүмкіншілігі артады.

Туристік кластердің бәсекелік (экономиканың басқа салаларымен және басқа елдердің туризмімен салыстырғанда) мүмкіншілігін арттыратын жеке өлшемдерді қарастыратын болсақ, онда туризмнің кластерлік дамуының факторлар өлшемі бойынша Қазақстан туризм дамуының факторларына өте бай (сурет 9).

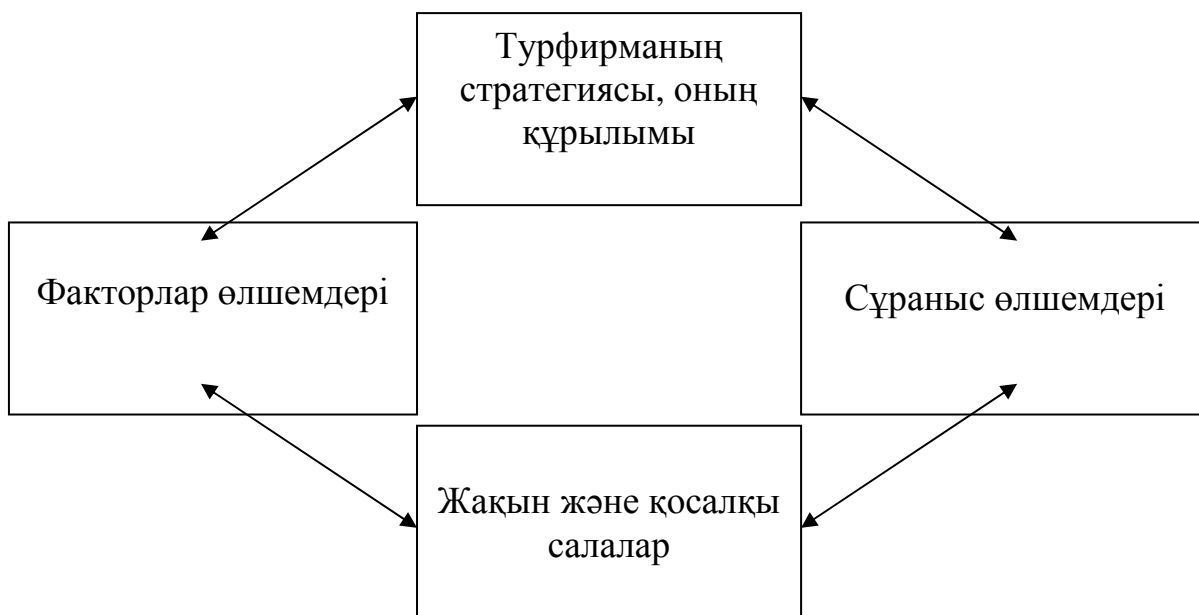
Бұл байлықтың туризм саласының дамуына оң және теріс әсерлері жетерлік. Себебі, табиғи ресурстары төмен елдерде туризм саласының бәсекелік мүмкіншіліктері технологиялық жағынан арттырылып отырады.

Сұраныс өлшемдері жағынан келетін болсақ, бәсекелестік мүмкіншіліктерді арттыруда сұраныстың сапасы мен көлемінің маңызы өте үлкен [82].

Ел тұрғындарының әл-ауқатының жақсаруы сапалы туристік қызметтерге деген талаптарды күшейте отырып, туризмге деген қажеттіліктерді арттыра түседі (мысалы, Германияда, Жапонияда, Швецияда т.б. елдерде). Өкінішке орай, Қазақстанның демографиялық өсуінің келешегі бола тұра, туристік нарығы кеңеймей отыр. Қазақстандағы сұраныс факторы бойынша оң өзгерістерге елдегі болып жатқан «құрылыс үрдісін» жатқызуға болады. Себебі, елдегі құрылыстың өсуі туризмнің инфрақұрылымын жақсартуға септігін тигізеді.



Сурет 9 - Оңтүстік Қазақстан облысында туризм кластерін құрудың үлгісі



Сурет 10 - Туристік кластерді дамытудың факторлық өлшемдері

Қазақстан үшін сұраныс өлшемдерін халықаралық стандарттарға сай ұстауда мынадай мәселелерді шешуі қажет: жалпы тұрғындардың кіріс деңгейін көтеру; көрсетілетін туристік қызметтер бойынша сапасын көтеру үшін қатал нормативтер мен нормаларды қабылдау және т.б. Қазақстанның халықаралық сауда ұйымына кіруінің өзі сұранысты арттыратын факторға жатады.

Келесі өлшем - турфирманың стратегиясы, оның құрылымы. Бұл фактор фирмада қабылданған менеджмент жүйесіне және тұрғындардың менталитеттік ерекшелігіне байланысты. Өткен ғасырдың 70-ші жылдарының соңы мен 80-ші жылдарында Жапонияның туризмді басқару жүйесі үлкен қызығушылық туғызды [83]. Себебі, бұл жүйе туристік қызметтердің сапасын көтеру мен жаңалықтар енгізу бойынша әрбір туризм саласының мамандары үшін ұсыныстар беруіне жағдай жасайды.

Қазақстандық туристік фирмаларда өзіндік қалыптасқан басқару жүйесі жоқ. Сондықтан, туристік шаруашылықтарды жүргізу бойынша алдыңға қатарлы елдердің тәжірибелерін пайдалана және ішкі туристік нарықтың ерекшеліктерін ұштастыра отырып, өзіндік басқару жүйесін жасау қажет. Жеке турфирмаларда бұл бағыт бойынша жетістіктер бар. Алайда, олар да кемшіліктер жетерлік. Сол себепті, туризм менеджерлерін дайындау және бар менеджерлердің біліктілігін арттыру өте маңызды мәселе.

Қазақстанның туристік саласын тиімді мамандар әлеуетімен қамтамасыз ету үшін келесі іс-шараларды жүзеге асыру қажет:

- жаңа үлгідегі заман талаптарына сай «Туризм» мамандығы бойынша жоғары кәсіби білім берудің мемлекеттік стандартын жасау қажет;

- туристік мамандарды даярлаумен айналысатын жоғары оқу орындары туристік қызметтің әртүрлі бағыттарының даму деңгейіне қатысты және нарықтық қажеттіліктерді есепке ала отырып, мамандықтардың тізбесін жасауы тиіс;

- мамандарды оқытуда негізгі назарды олардың отандық туристік ресурстарды игеруіне, оларды пайдалану тәсілдеріне, заманауи ақпараттық технологияларды игеруіне, тілдік дайындық деңгейіне аудару қажет;

- бірінші деңгейдегі туристік мамандарды орта арнаулы оқу орындарында даярлауды ұйымдастыру қажет;

- жалпы білім беру мекемелерінде туристік сыныптар, секциялар мен үйірмелер құруға ықпал жасау;

- бұрын таратылған республикалық және аймақтық балалар мен жасөспірімдердің туристік станцияларын қалпына келтіру қажет [84].

Тұрғындардың менталитетіне келер болсақ, Қазақстан тұрғындарының көп ұлттылығы оң факторлардың біріне жатады. Шығыстың «келісушілік пейілі» мен еуропаның «эгоцентристік көқарасы» үйлесім тапқан Қазақстанда туристік нарықтағы бәсекелестік үшін дұрыс орта қалыптастырады.

Сонымен қатар, Қазақстан тұрғындарының білім деңгейінің жоғары болуы да туризм дамуының қажетті факторы.

Жақын және қосалқы салалар туризм кластерінің бірден бір маңызды құрамдас элементтері. Жеткізуші кәсіпорындардың болуы және сондай немесе соған ұқсас қызметтер көрсетуші туыстас кәсіпорындардың болуы туристік фирмалардың бәсекелік мүмкіншіліктерін қалыптастыруға және сақтауға жағдайлар туғызады [85].

Сонымен, Қазақстан табиғатының алуан түрлілігі, дамыған инфрақұрылымның болуы, туризмнің капиталды көп қажет етпейтін салаға жатуы және Қазақстан тұрғындарының көпұлттылығы туристік кластерді қалыптастырудағы қажетті факторлар болып табылады. Екінші жақтан қарағанда, бар инфрақұрылымды әрі қарай жетілдіре беру қажет және тұрғындардың бірнеше тілдерді меңгеру мүмкіншіліктерін жолға қою керек. Бұл, өз кезегінде, тілдік кедергілерді жою арқылы туристерді тартуға мүмкіндік береді.

Елбасының Қазақстан халқына арналған дәстүрлі Жолдауында туризмді дамытуға үлкен талап қойып отырғандығы белгілі. Осы орайда, жергілікті әкімдіктер жер-жерлерде туризм кластерін қалыптастырудың негізгі бағыттарын айқындауда. Ең бастысы, туризмді жетілдірудің басым бағыттары анықталды. Олар, ең бірінші туристердің базалық қажеттілігін, атап айтқанда қауіпсіздікті қамтамасыз ету, орналастыру ыңғайлылығы, сондай-ақ, ақпараттық қамтамасыз ету шараларын қолға алу. Базалық қажеттілік дегеніміз – елімізге сапармен келген шетел азаматтарының қауіпсіздігін және елімізде өздігінен жүріп-тұру мүмкіндігін, қолма-қол есеп айырысудың дамыған жүйесі сияқты факторлардан тұрады.

Қойылған мақсаттар мен міндеттерге сәйкес, туризм саласын дамытудың негізгі бағыттарын және ондағы іс-шараларды былай топтастыруға болады:

1. Туристік қызмет көрсетулерді мемлекеттік реттеу. Әлеуметтік-экономикалық жағдайлардың өзгеруіне байланысты туристік қызметтегі мақсаттар, қағидалар және міндеттерге сәйкес туризм саласын мемлекеттік реттеу жүйесін жетілдіріп отыру керек. Туризм саласының кешенді дамуы мемлекеттік реттеу әдістерін дұрыс таңдауға тікелей байланысты. Қазіргі уақытта туризм саласын мемлекеттік реттеу мынадай іс-шараларды жүргізуге бағытталуы керек [86]:

- республикалық және аймақтық деңгейде туризмді дамыту саясаттарын жүйелендіру;
- туристік индустрия саласындағы қатынастарды реттеу мен жетілдіруде құқықтық және нормативтік базасын дұрыс жолға қою;
- туристерді қорғау және қауіпсіздігін қамтамасыз ету;
- туризмдегі зерттеу қызметтері мен статистиканы жетілдіру;
- туризм үшін кәсіби мамандарды дайындау;
- туризм сферасында тиісті мемлекеттік орындар мен жеке секторлар арасындағы қарым-қатынасты үйлестіру;
- туризм саласы дамыған аймақтардағы құрылыстарды және жерді пайдалануды бақылау;
- туризм саласындағы қызмет көрсету тарифтері мен рұқсат алу барысына бақылау жасау;
- елдің имиджін қалыптастыру;
- туризмнің құндылықтары мен қоршаған ортаны қорғау бойынша тұрғындар арасында насихат жүргізу;
- туристердің келуіндегі кедендік тәртіптерді барынша жеңілдету;

2. Туризм инфрақұрылымын дамыту. Мемлекеттегі жүргізіліп жатқан әлеуметтік-экономикалық қайта құрулар туризм мен оның инфрақұрылымына әлі жеткен жоқ. Туризмнің әлсіз базасының салдарынан Қазақстан жылына миллиондаған долларларды жоғалтады екен [87]. Бұл туризм саласына күрделі қаржыны барынша тартуды қажет етеді.

Тұрақты түрде туристердің ағымын қамтамасыз ете алатын туризм саласының инфрақұрылымын дамыту үшін мына іс-шараларды атқару қажет:

- туристердің қажеттілігін қанағаттандыру мен жалпыға пайдалану үшін жол-көлік инфрақұрылымын дамыту;
- туристік аймақтардағы сумен, электрмен қамтамасыз ету және телекоммуникация инфрақұрылымдарын дамыту;
- туристік кешендерді, этнографиялық мұражайлар мен демалу аймақтарын қалыптастыру;
- туристік нысандардың жобалары мен құрылыстарын жүргізу.

3. Маркетинг стратегиясын қалыптастыру. Қазіргі уақытта туристік әлуат пен ұлттық туристік өнімге сәйкес маркетинг стратегиясын дайындау қажет болып отыр.

Маркетинг стратегиясын қалыптастыру мақсатында мемлекет мынадай міндеттер қойып отыр:

- туристері келетін елдерде Қазақстан туралы жарнамалық ақпараттарды барынша көп тарату;
- Қазақстанның мүмкіншіліктері мен ерекшеліктеріне негізделген маркетингтік іс-шараларды жандандыру;
- төлем қабілеттілігі жоғары туристерді қызықтыру;
- жек сектордағы туристік компаниялардың маркетингтік жұмыстарына барынша қолдау көрсету;
- нарықтың жаңа бөлімдерін анықтау мақсатында зерттеулер жүргізу;
- әлемдік нарыққа Қазақстанның туристік мүмкіншілігі үлкен нысандары туралы ақпараттарды шығару;
- Қазақстанның барлық аймақтарында туристік ағымдарды қамтамасыз ету;
- ұлттық туристік өнімді жарнамалау мақсатында жаңа ақпараттық технологияларды пайдалану;
- туризмнің даму сипатын тұрақты түрде насихаттау.

4. Қазақстанның туристік имиджін қалыптастыру. Қазақстан жері ежелден Қытай мен Еуропа елдерін байланыстырып жатқанымен, туристік бағытта әлі күнге әлемге танымал емес. Қазақстанның тартымды туристік имиджін қалыптастыру үшін кең көлемдегі кешенді іс-шараларды атқару қажет.

Қазақстанның имиджін көтерудегі негізгі іс-шараларға туристік фирмалар мен агенттіктердің халықаралық жәрмеңкелерге, көрмелерге және конференцияларға қатысуы да кіреді.

Сонымен қатар, республика төңірегінде және шет елдерде туристік ақпараттық орталықтар құру қажет.

Қазақстан туралы жоғары сапалы полиграфиялық, аудио-жарнамалық материалдарды шығару мен тартудың да маңызы үлкен.

5. Туристердің қауіпсіздігін қамтамасыз ету. Туристердің қауіпсіздігі, біріншіден, келетін ағымды арттыру үшін керек.

Туристердің қауіпсіздігі мемлекеттің жүргізіп отырған саясатына тікелей байланысты [88]. Мемлекеттік тиісті орындар, туристік ұйымдар және халықаралық компаниялар туристерге табиғи зілзалалар, әлеуметтік тәртіпсіздіктер, көліктік тасымалдағы келеңсіздіктер, эпидемиялар және басқа да факторлар туралы ақпараттар беріп отыруы қажет.

6. Мамандар дайындау және ғылыми қамтамасыз ету.

Туристердің өздігінен жүріп-тұруы үшін «108» ағылшын тіліндегі ақпараттық қызметі құрылды. Осы уақытқа дейін аталмыш сымтетіктің қызметін 20 мыңнан астам шетелдік

туристер пайдаланғандығы белгілі. Сондай-ақ, туристердің қылмыстық әрекеттер құрбандары болуы қаупінен аластату үшін POS терминалдарын енгізу жұмысы жүруде. Мұндай терминалдардың саны қазірдің өзінде Астанада 300-ден асты. Туристер үшін тағы бір қажеттілік – көлік мәселесі. Ол үшін қазір әуежайларда автомобильдерді жалға беру қызметі жүйесі жолға қойылған. Меймандарды қабылдайтын қонақ үйлердің жағдайын білу үшін арнайы мониторингтар жүргізіледі. Соның негізінде, мысалы, Астана қаласында бір күнде 2433 қонақ орналаса алады. Ал, жалпы қонақ үйлердің саны 75-ке жеткен. Бірақ бұл меймандар қажеттілігін өтей алмайды, себебі Бас қалада күніне 5 мың адамдай орналасатын қонақүй қоры қажет.

Туристер үшін тағы бір қажетті нәрсе – ақпараттық қажеттілік және жолнұсқалар [89]. 2007 жылы Астанада «Не ? Қайда ? Қашан ?» атты арнайы анықтамалық журнал шығарылып, онда қаладағы қонақүйлер мен демалыс және сауда орындарының сымтетіктері, қысқаша анықтамалар берілді. Осындай шараларды жетілдіру үшін 2007 жылы жергілікті бюджеттен 45 млн. теңгеден астам қаражат бөлінген. Бұл 2006 жылмен салыстырғанда 4,5 есе көп. Негізі, Астана қаласының туристік саласын дамыту бағдарламасы 3 бөлімнен тұрады.

Бірінші - туристік кластердің негіздерін қалыптастыру, екінші – туристік имиджді дамыту, үшінші – туристік сала кадрларын даярлау.

Қазіргі уақытта елімізде туристік кластер негіздерін қалыптастыру бойынша зерттеу жұмыстары жүргізілуде. Осы зерттеудің алдын ала қорытындылары бойынша туризмді дамытудың басымды бағыттары, атап айтқанда, мәдени-танымдық, медициналық, этномемориалдық, экскурсиялық және аң аулау туризмі болып табылатыны анықталды. Туристік фирмалар мен қонақ үй бизнестерінің қызметін, демалыс және ойын-сауық кешендерін бір ыңғайда үйлестіру үшін елімізде туризм қауымдастығы құрылды. Осыған орай, туризм саласындағы заңнама талаптарының орындалуын қамтамасыз ету және тәртіп бұзушылықтар айқындалған жағдайда оларға шаралар қолдану жолымен туристерге қызмет көрсету жөніндегі туроператорлық қызметінде техникалық қауіпсіздік нормаларын, режимдерін сақтауға бақылау тұрақты орнатылатын болады. Қазіргі уақытта ТМД елдері мен алыс шет елдерде көрсетілетін «Город другой» бағдарламасы және Еуропа туристеріне лайықталған TTG баспа өнімімен арнайы фоторепортаждар құру үшін Ресейдің «Үшінші арнасымен» келіссөздер жүргізілуде.

Туристер үшін картограф ең маңызды құрал болып табылады [90]. Сондықтын, панорамалық туристік карталар әзірлеу мақсатында әлемнің алдыңғы қатарлы картографтарымен келіссөздер жүргізілуде.

Туристік бизнестің маңызды сапектілерінің бірі – кәдесый (сувенир) индустриясы болып табылады. Бағдарламалардың іс-шаралар жоспары шеңберінде Қазақстан Республикасының қолданбалы өнер шеберлері туралы алдағы уақытта «Ең үздік қолданбалы өнер шеберлері» атты иллюстрацияланған кітап шығару көзделуде.

Бәрімізге белгілі, туристік сала үшін де басқа салалар сияқты, кадрлар жетекші роль атқарады [91]. Туристерді алып жүретін адамдардың шет тілін жақсы білу қажеттігі туындап отыр. Кәсіби кадрларды даярлау шеңберінде туристік ұйымдармен бірлесіп туризм мамандығы бойынша білім алып жатқан студенттердің тәжірибе жүзінде жұмыс істеу базасын қалыптастыру мәселелері өз шешімін табуда. Келешекте, Дүниежүзілік сауда ұйымына енгенде туризм менеджерлерінің іскерлігі ауадай қажет болады. Осыған орай, туризм саласының мәселелерін көтеретін ғылыми-тәжірибелік конференциялар мен семинарлар өткізу жоспарланған.

Алматыда KITF – 2007 «Туризм және саяхат» халықаралық жетінші туристік жәрмеңке аясында еліміздегі туристік саланы дамыту мәселелеріне арналған семинар-кеңес болып өтті. Онда негізінен Елбасының Қазақстанның әлемдегі бәсекеге қабілетті 50 елдің қатарына ену стратегиясына орай республикада туристік индустрияны өрістету және бұл саладағы жарнаманы жандандыру төңірегінде кеңінен сөз болды. Ұлттық туризм индустриясында келешекте жоғары көрсеткіштерге қол жеткізу үшін іскерлікпен бірге, мол тәжірибе,

біліктілік те ауадай қажет. Алдағы он жылда әлемдегі бәсекеге қабілетті елу елдің қатарынан көрінумен бірге, 2010 жылы Орталық Азия аймағында Қазақстанды туризм орталығына айналдыру сияқты биік мақсат тұр.

Маңыздысы, күн тәртібінде тұрған міндеттер мен мақсаттарды жүзеге асыруда қазірдің өзінде түрлі бағытта жұмыстар жүргізілуде. Туристік саланы дамытудың мемлекеттік бағдарламасы даярланған. Республика бойынша бұл салаға қолайлы әрі лайықты аймақтар мен елді мекендер анықталып, бірқатар іс-шаралар қолға алынған. Еліміздің туристік әлеуетін белсенді түрде дамыта отырып, кең-байтақ Қазақстанды әлемге танытудың ең тиімді жолдарын іздестірген жөн. Бұл орайда тартымды және көпшілік назарын аударатын жарнамаларды пайдаланудың маңыздылығы жоғары. Қазақстан сияқты табиғаты сұлу елде тарихи-мәдени туризммен қатар, экологиялық туризмді кеңінен дамытуға да мүмкіндік мол. Оңтүстік, Шығыс және Батыс Қазақстан аймақтары сұлу табиғатымен көз тартады.

Туризм саласы мамандарының пікірінше, қолға алынған Ақмола, Алматы, Шығыс Қазақстан, Маңғыстау, Оңтүстік Қазақстан облыстарындағы туристік кластерлерді құру және дамыту шаралары өз жалғасын табуы тиіс. Келешекте Қапшағай, Байқоңыр қалаларының жанында жаңа технологияларды пайдалана отырып, туристік кешендер құрылысын салу жобаланған. Каспий теңізі арқылы түрлі саяхаттар ұйымдастырудың маңыздылығы жоғары. Ақтау қаласынан Астрахань (Ресей), Махачкала (Дағыстан), Баку (Әзірбайжан), Энзели (Иран), Түркіменбашы (Түркіменстан) порттары арқылы сапар жасауға мүмкіндік туады. Қазіргі уақытта Каспий теңізі арқылы саяхат ұйымдастыру жобасы Ресей, Иран, Әзірбайжанмен бірлесе ойластырылуда. Бұл жоба мемлекеттердің үкіметаралық комиссия мәжілісінде қаралып, қолдау тапты.

Мамандар инженерлік, көлік-коммуникациялық және энергиямен жабдықтау жүйесінің құрылысы бірінші кезекте жағажай туризміне қолайлы – Алматы облысының Қапшағай және Алакөл көлдерінде, Маңғыстаудағы Каспий теңізі жағасында салынуы қажет деп есептейді. Кластерлік даму талабына сәйкес, сондай-ақ, Ақмола, Шығыс және Оңтүстік Қазақстан облыстарында, Алматы қаласында туристерге арналған сапалы да сәнді кешендер құрылысы бой көтеруі, мұнымен қоса Қазақстанның Ұлттық табиғи парктерінде экологиялық туризмді өрістетуге іргелі іске жол ашпақ.

Сөйтіп транспорттық инфрақұрылымды жетілдіріп, Ұлы Жібек жолы бойында Қорғас – Алматы – Тараз, Түркістан – Шымкент – Ташкент және Дружба – Талдықорған – Алматы жаңа маршруттарын ашу жоспарланған. Мұнымен қоса, Алматы – Тамғалытас – Балқаш көлі – Қарағанды – Астана – Бурабай – Көкшетау – Петропавл – Ресей және Қостанай – Атбасар – Астана – Павлодар – Семей - Өскемен – Қатонқарағай мен Шымкент – Түркістан – Байқоңыр – Қызылорда – Арал теңізі бағытындағы республикалық, облыстық туристік бағыттары шет елдік қонақтардың кең-байтақ елімізбен жан-жақты танысуына, жақсы демалуына мол мүмкіндік тудырмақ.

Жан-жағын заңғар таулар қоршаған Алакөл мен Жалаңашкөлдің суы мен балшығының емдік қасиеті шипалы. Өзен мен көлге бай, теңізі шалқыған республикада су туризмін жандандырудың да берері мол. Еліміз БҰҰ Даму бағдарламасы және Бүкіләлемдік туристік ұйым жариялаған бірнеше жобаларға қатысты. Қазақстанда атақты Ұлы Жібек жолының туристер үшін қайтадан жаңғыруы құптарлық жайт [92]. 2003 жылдан бастап жүзеге асырылған «Жібек Жолы інжу-маржаны» бағытын Австрия, Германия, Швейцария елдерінің туристері жоғары бағалауда. Бұл жоба Қазақстан, Өзбекстан, Түркіменстан сияқты мемлекеттердің тарихи орындарына жол ашты.

Туризмді өркендетуде жарнаманың алар орны ерекше [93]. Бұдан 10 жылға жуық уақыт бұрын жарнамаға жұмсалған шығын әлемде 300 миллиард долларға жетсе, қазір оның көлемінің өсе түсуі көп нәрседен хабар береді. Сауда және туристік қызметті реттеу жөніндегі комитеттің мәліметі бойынша 2006 жылы Қазақстан шекарасынан 4,3 млн адам өткен. Елімізді әлемге танытумен бірге туризмді табыс көзіне айналдыру үшін алда әлі де атқарылар іс-шаралар жеткілікті.

Қазақстандық Capital Partners компаниясы Ресейде өткен кәсіби конкурста 5 санат бойынша номинацияланып, «Қонақүй саласының жылжымайтын мүлкі» және «Жыл қызметкері» номинацияларында жеңіске жетті. Конкурстың мақсаты – рыноктың жетекші арналарында компаниялардың жетістіктерін анықтау және Ресейдің барлық қалаларындағы құрылыс және коммерциялық жылжымайтын мүлік нысандарын дамыту саласында жоғары кәсіпкерлікті ынталандыру. Компания өзін тамаша танытқан және сыйлық алуға номинацияланған санаттар мыналар: «Индустриялық жылжымайтын мүлік», «Қонақүй саласының жылжымайтын мүлкі», «Жыл мәмілесі», «Жыл девелопері» және «Жыл қызметкері». Номинацияның өзі де, жеңістер де – бұл басқа елдердегі қазақстандық жекеменшік бизнес үшін және тұтастай алғанда бүкіл ел үшін зор жеңіс екендігі сөзсіз.

Бүгінде, құрылғанына 10 жыл толған компанияның Мәскеуде, Киевте және Ыстамбұлда өз өкілдіктері бар.

Компания қандай рынокта бизнесін жүргізбесін, жоғары стандарттарды ұстанып, сапаны сақтай білетін ол өз жобаларына мүлтіксіз адалдық таныта отырып, инвесторлар мен әріптестеріне жауапкершілікпен қарайды. Компания өз жұмысында ең озық білім мен технологияларды пайдаланады. Қазақстанда бұл Медеу-Шымбұлақтағы курорттарды дамытудың таңдап алынған стратегияларымен қуатталады.

Жоба девелоперлері ұстанатын экологиялық жағынан ұтымды даму стратегиясы дәстүрлі стратегиядан бір қадам ілгері келеді және бірқатар экологиялық қырларды қамтиды – бұл экология жөніндегі қамқорлық және жағдайды жақсарту, табиғи ресурстарды алғашқы және қайталап тиімді пайдалану [94]. Мұндай стратегияның таңдап алынуы кездейсоқ емес және ол әлемдегі экологиялық үрдістермен тығыз байланысты.

2007 жылғы 2 ақпанда БҰҰ және Климатты өзгерту жөніндегі сарапшылардың үкіметаралық тобы климаттық өзгерістерді бағалау жөніндегі алдағы есеп берудің пайымдауын шығарған болатын. Үкіметаралық топтың жүргізген зерттеулерінің негізгі тұжырымы жаһандық жылыну себебінің 90 пайызы адам қызметі болып табылатынын көрсетеді.

Бүгінде «экология» түсінігі туризммен өзара байланысты. Экологиялық туризм қоршаған ортаға деген жауапты көзқарасты, табиғат байлығын сақтау мен бір мезгілде жергілікті қоғамдастыққа қолдау жасауды білдіреді. Барлық тұрғыдағы демалыстың осынау үйлесімді үрдісі барған сайын кеңінен таралып отырған кезде туристік индустрияның өкілдері экологиялық талаптарды белсенді ендіруде [95].

Медеу мен Шымбұлақты - Қазақстандағы әлемдік санаттағы бірінші курортты қайта жаратқандыру бойынша жұмыс істей отырып, компания әу бастан-ақ курорттың құрылысы мен оның кейіннен жұмыс істеуінде экологиялық жағынан ұтымды дамыту қырларын қарастырған. Медеу мен Шымбұлаққа қатысты мұндай ұстаным таңдап алынған стратегия табиғат пен қоршаған ортаға деген ұқыпты қатынасқа, қазіргі бар жағдайларды жақсартуға бағытталған дейтін сенім ұялатады. Бұған қоса жоба қала экономикасына және жергілікті бизнестің дамуына қуатты серпін береді. Бұл сондай-ақ, спорт және мәдени нысандарға қолдау білдіруді, инфрақұрылым жасауды көздейді. Дамудың мұндай тұрпаты сапалы сервисті және соған орай жоғары демалыс деңгейін, ал жергілікті халық үшін - әл-ауқаттарының сөзсіз артуын білдіреді.

Курортты дамытуда компанияға оның әріптестері – қазақстандық және халықаралық компаниялар өздерінің тек қана құнды тәжірибелерімен көмектеседі. Жобаға әлемдегі туристік және спорттық индустрияның ең осы заманғы экологиялық нысандарын әзірлеуге қатысқан әлемдік брендтер тартылған.

Қазіргі халықаралық туристік нарық клиент үшін және өткізу нарығын иемдену мен нарықты өзіне ықпалды ету үшін бәсекелестікке ұмтылған сипатымен көрінеді [96]. Қазақстандық нарықта туризммен айналысушы фирмалар саны көбеюде. Алайда тәжірибенің аздығынан, қаржылық мүмкіншіліктің жоқтығынан және мемлекет тарапынан көмектің жетіспеушілігінен туристік фирмалар көп қиыншылықтар көруде.

Қазіргі уақытта туристік фирмалар үшін бәсекелестік мүмкіншіліктерін арттыру мақсатымен экономист - ғалымдар туризмді дамытудың көптеген бағыттарын жасап отыр. Көп тараған бағыттар мыналар:

- шығындарды азайту мақсатымен қолайлы жағдайларды туғызу стратегиясы; Туристік қызметтер нарығында өз үлесін арттыру мен көрсетілген қызметтерінің бағасын түсіру мақсатында іс-шаралар жүргізу.

- жіктеу стратегиясы; Сервис деңгейі, өнім сапасы және қызмет көрсету технологиясы бойынша компанияның бірінші болуға деген мақсаттылығы.

- шоғырландыру стратегиясы; Сапалы қызмет көрсету мақсатымен, ұйым қызметін аз ғана тұтынушыларға шоғырландыру.

- нарыққа ертерек шығу стратегиясы; Ұйым жаңа туристік қызметтер түрін нарыққа бірінші болып ұсынады.

- синергизм стратегиясы; Ресурстарды бірігіп пайдалану, тәжірибе алмасу және маркетингтік қызметтерді бірігіп жасау мақсатымен бірнеше компания біріге отырып бәсекелік мүмкіншілікті арттыру.

Алматыда өткен Бүкіләлемдік туристік ұйымның (UNWTO) Еуропа комиссиясының 45-ші кеңесіне әлемнің 42 елінен ұлттық туристік әкімшілік өкілдері қатысты. Бұл басқосуда Қазақстанның туристік әлеуеті дүние жүзінің қоғамдастықтары алдында мойындалуымен қатар, негізінен әлемдік туризмнің дамуы талқыланды. Бұл шараны ұйымдастырудағы басты мақсат – еуропалық кеңістікте туризмді орнықты дамытуға қатысты мәселелерді бірлесе отырып шешу. Бұл, әсіресе, - күн тәртібіндегі саланы дамытудың тиімді тетіктерін іздестіру, қазақстандық және халықаралық компаниялар арасындағы байланыстарды одан ары жетілдіруге және «Қазақстанда туристік кластерді дамыту» жобасының аясында ақпарат алмасуға, өзара пайдалы ынтымақтастыққа қатысты. Форумның жұмысына Қазақстан Республикасының Туризм және спорт министрі Т. Досмұхамбетов, UNWTO бас хатшысы Ф.Франжиалли, Еуропалық комиссиясының төрағасы З.Мичич қатысты.

Қандай мемлекеттің болмасын бюджеттік қаражатын толықтыруға ауқымды үлес қосатын сала – туризмді дамыту және бұл бағыттағы жұмыстың пәрменділігін арттырудың маңыздылығы жоғары екені белгілі [97]. Сондықтан да басқосуда ұлттық туризм саясаты, оның экономикалық-әлеуметтік дамудағы орны сияқты мәселелер қаралды. Мысалы, Болгария мемлекеттік туризм агенттігінің жетекші маманы Л.Веселинова өз еліндегі ұлттық экотуризмнің дамуы жайлы баяндама жасаса, ал З.Мичич Хорватиядағы орнықты туризмнің стратегиясы мен саясаты жайлы баяндама жасады. Туризмді қалыптастырып дамыған елдердегі жоғары көрсеткіштер осы сала мониторингі мен менеджментін жоспарлаудағы негізгі тетіктердің бірі болып табылады.

Туризм саласы қарыштап дамыған елдер тәжірибесін үйрене отырып, республикада бұл бағыттағы іс-шараларды одан ары жетілдірудің қажеттілігі зор. Көпшілікке белгілі бүгінгі жаппай жаһандану дәуірінде – туризм халықаралық ауқымдағы бұқаралық әлеуметтік экономикалық құбылысқа айналды. Индустрия және сауда министрлігінің Сауда және туристік қызметті реттеу жөніндегі комитет төрағасының орынбасары Е.Никитинскийдің пікірінше, «Қазақстанда туристік кластерді дамытудың маңыздылығы ерекше»[98].

Тарихы терең, ұлан байтақ жері көркем елімізде туризмнің сан алуан түрін дамытуға мүмкіндік мол. Бүкіләлемдік туристік ұйымның мәліметтері бойынша туризм - әлемдік экономикадағы түсімі мол ірі сала. Негізгі мәселе – іс тетігін тауып, іскерлікті арттыруда. Мамандардың пікірінше, туристік индустрия кешендерін кластер негізінде біртұтас жүйеге біріктірудің пайдасы орасан зор.

Соңғы мәліметтерге қарағанда, дүние жүзінің көптеген дамыған елдерінде жылдан жылға туризмнен түсетін табыс көбейіп келеді. Мысалы, Түркияға жылына 28 млн, ал Францияға 72 млн турист келеді екен [99]. Біздің елде де туризмді дамытуға барынша күш салынып жатыр. Өткен жылы елімізде 2007-2011 жылдары туризмді дамытуға арналған мемлекеттік бағдарлама қабылданды.

Туризм және спорт министрлігінің мәлімдеуінше, соңғы бір жылда аталмыш құжатты іске асыру барысында атап айтарлықтай жұмыстар жүргізілді. Енді бұл бағдарламаны соңына дейін жеткізу үшін алдағы мақсат-міндеттерді толығымен жүзеге асыру қажет.

Аталмыш бағдарлама елімізді Орталық Азия өңіріндегі туристік орталыққа айналдыру мақсатында жасалған. Осы мақсатта Туризм және спорт министрлігі үш басты бағыттар бойынша жұмыс істеп келеді. Олар – туристік кластерлер мен инфрақұрылымды дамыту, туристік кадрларды дайындап, серпінді жобаларды іске асыру және еліміздің туристік имиджін қалыптастыру. Аталған бағдарламада Үкіметтің қаулысымен бекітілген кейбір іс-шаралар жоспарлары қайта жетілдіруді қажет етеді. Осыған байланысты «Қазақстан Республикасындағы туризм қызметі мәселелері жөніндегі кейбір заң актілеріне өзгерістер мен толықтырулар енгізу туралы» Заң жобасы жасалып, Парламенттің қарауына жіберілген. Өзгерістер мен толықтырулар төмендегі бағыттар бойынша ұсынылды:

- туризм саласын мемлекеттік басқарудың жүйесіне өзгертулер;
- туризмді дамыту мемлекеттік деңгейде ғана іске асырылуы қажет;
- мемлекет пен туристік қызмет рыногын дамыту жөніндегі өкілетті органдардың жауапкершіліктерін арттыру;
- атқарушы билік органдары мен туризм субъектілері арасындағы ынтымақтастықты қалыптастыру.

Туризмді дамыту бағдарламасына сай төмендегідей жұмыстар жүргізілуде: Қапшағайдың жағалауында 11 мың гектар жерге «Жаңа Іле» туристік орталығын салу жоспарланған. Оның құрылысы 2012 жылы аяқталуы тиіс. Аталған аймақта жобалау-сметалық құжаттама дайындау үшін инвесторлар арасында тендер жарияланған.

Сонымен қатар Щучье-Бурабай курорттық аймағының бас жоспары жасалынды. Мұнда туристік инфрақұрылым нысандарының құрылысын жүргізуге конкурстар өткізілген. Туристерді курортқа жеткізу үшін Астана – Щучье бағытындағы жолды қайта жөндеу жұмыстары жүргізілуде. 2009 жылы пайдалануға берілетін жолға мемлекет тарапынан 102 млрд теңге қаржы бөлінген.

Бағдарламаға сай Маңғыстау облысында «Ақтау - Сити» жағалау аймағын құру жөнінде жұмыстар жүргізіліп жатыр. Осы өңірде «Кендірлі» демалыс аймағын дамыту мәселесі де серпінді жобаларға кірген. Жалпы, «Ақтау - Сити» мен «Кендірлі» демалыс аймақтары келешекте еліміздің батыс өңірлерінің туристік әлеуетін арттыруға зор мүмкіндік беретіндігі сөзсіз. Себебі, қазіргі кезде бұл жерлерде Еуропа мен Азия елдерінен жүзден астам инвесторлар жобаны іске асыруға қызығушылық танытып отыр [100].

Туризмді дамыту мәселелері бойынша Туризм және спорт министрлігінің жанынан арнайы жұмыс комиссиясы құрылған. Осы комиссияның отырыстарында бірқатар жерлерге инвестициялық жобалар жасауға болады деген шешім қабылданған. Онда Ақмола облысының Ақкөл елді мекенінде «Шаржұм» демалыс орталығын құру, Шығыс Қазақстан облысының Қатонқарағай ауданындағы Ақмарал елді мекенінде «Қатонқарағай» емдеу-туристік кешенін салу, Қызылорда облысының Байқоңыр қаласында «Қазақстан – планетаның алғашқы ғарыш айлағы» атты танымдық, сауда және ойын-сауық кешенін құру және Алматы облысында «Талхиз» туристік-этнографиялық кешені мен басқа да өңірлерде туристік орталықтар салу қарастырылған. Сонымен бірге, Ұлы Жібек жолының бойындағы Оңтүстік Қазақстан облысының Түркістан мен Отырар аудандарында туристік нысандардың құрылысын жүргізуге ерекше назар аударылып отыр. Аталған құрылыс жобалары бойынша жергілікті билік органдарымен жер телімдерін бөлу және жобаларды қаржыландыру мәселелері жөнінде іс-шаралар атқарылуда. Жалпы елімізде туризм саласын дамыту мақсатында 16 инвестициялық жобалар тіркелген.

Кез келген елдің ішкі және сыртқы туризмін дамыту үшін әуе, теміржол, авто және су көлігінің алар орны ерекше. Бағдарлама бойынша «Жаңа Іле», «Кендірлі», «Бурабай» туристік орталықтарында жаңа халықаралық әуежай құрылыстарын салу жоспарланып отыр. Қазақстан Каспий теңізі арқылы Ресей, Иран, Әзірбайжан және Түркия елдерімен байланысады. Осы елдермен қарым-қатынастарды жақсарту үшін елімізде порттар салу,

теңіз кемелерімен және жолаушы лайнерлерімен қамтамасыз ету мәселелерін тез арада шешу қажет.

Туризм саласын дамытудағы тағы бір күрделі мәселе – ол еліміздің туристік имиджін насихаттау [101]. Бұл бағыттағы жұмыстардың көбі халықаралық көрмелермен тығыз байланысты. Елімізде Имидждік стратегиялық тұжырымдама қабылданған. Осы құжаттың аясында отандық туристік компаниялар мен операторлар түрлі халықаралық көрмелер мен форумдарға қатысып отырады. Мысалы, республикамыз Берлин, Шанхай, Сеул, Токио және Лондон қалаларында өткен көрмелерге қатысты. Туристік имидж әр елдің тұрақтылығы мен экономикалық даму деңгейіне байланысты. Бүкіләлемдік туристік ұйымының 18-ші сессиясының 2009 жылы Астана қаласында өткізілуі еліміздің әлемдік қауымдастықпен етене араласуға беріліп отырған мүмкіндік ретінде қарастыруға болады.

Туристік кластер жасаудың маңыздылығын ескере отырып, Қазақстан Республикасының Үкіметі туристік индустрияны одан әрі дамыту стратегиясын айқындау мақсатында Қазақстан өңірлерінің туристік әлеуетіне маркетингтік зерттеулер жүргізу үшін 65 млн. теңге көлемінде қаржылай қаражат бөлді. Аталған зерттеулерді жүргізу үшін стратегиялар әзірлеуде және туристік қызмет көрсетулердің әлемдік нарығына туристік өнімді жылжытуда көшбасшылық орынды иеленуші “International consulting group on tourism “IPK” (бұдан әрі - “IPK International”) компаниясы тартылды.

Жүргізілген зерттеулер қорытындысы бойынша, Қазақстанның бәсекелік артықшылықтары мен ұзақ мерзімге арналған кластерлік бастамалар ескеріле отырып, елдің туристік индустриясын дамыту стратегиясы жөнінде ұсынымдар тұжырымдалды, бірқатар жобаларды іске асыру көзделді, олардың бірі осы Мемлекеттік бағдарламаны әзірлеу болып табылады.

Жоғарыда аталған Жоспарды іске асыру шеңберінде мынадай жұмыстар жүргізілді: туристік сала Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2005 жылғы 17 қыркүйектегі № 925 қаулысымен бекітілген экономикалық қызметтің басым түрлері тізбесіне енгізілді, бұл әлеуетті инвесторларға Қазақстан Республикасының инвестициялар туралы заңнамасында көзделген жеңілдіктер мен артықшылықтарды пайдалануға мүмкіндік береді;

Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2003 жылғы 24 ақпандағы № 196 қаулысымен Қазақстан Республикасының резидент еместері мен резиденттеріне арналып республикалық маңызы бар ерекше қорғалатын табиғи аумақтарды пайдаланғаны үшін 0,1 - 0,2 ең төмен есептік көрсеткіш көлемінде бірыңғай төлем ставкалары белгіленді;

Қазақстандық-ресейлік үкіметаралық комиссиясының кезекті отырысында (2005 жылғы 18-19 қазан) хаттамалық шешімге “Байқоңыр” ғарыш айлағында ішкі және сырттан келушілер туризмін дамыту жөніндегі іс-шаралар енгізілді;

Қазақстан Республикасы Статистика агенттігі 2004 жылдан бастап Туризмнің қосалқы шотын құру жөніндегі жұмыстарды жүргізіп келеді, сондай-ақ экономикалық қызмет түрлері бойынша (ЭҚТЖ) және экономикалық қызмет түрлері бойынша өнімдер жөніндегі (ЭҚТӨЖ) қолданыстағы жіктегіштерге өзгерістер енгізу туралы мәселе де пысықталуда;

Дүниежүзілік туристік ұйымның және Еуропа үшін Дүниежүзілік туристік ұйым комиссиясына мүше-елдердің ұлттық туристік әкімшіліктерінің қолдауымен 2006 жылғы 25-27 сәуірде Алматы қаласында Тұрақты туризмді дамыту мәселелері жөніндегі Еурокомиссияның 45-отырысы өткізілді;

Дакар (Сенегал) қаласында 2005 жылы 25 қараша мен 2 желтоқсан аралығында өткен Дүниежүзілік туристік ұйымның Бас ассамблеясының XVI отырысында 2007 жылы Қазақстанды Дүниежүзілік туристік ұйымның Атқарушы Кеңесінің құрамына ұсыну туралы мәселе енгізілді;

Қазақстан Республикасы Индустрия және сауда министрінің 2005 жылғы 20 маусымдағы №220 бұйрығымен туризм саласындағы уәкілетті органның жанындағы туризм жөніндегі сараптама кеңесі бекітілді.

Қазақстан экономикасының орнықты дамуы, елдің индустриялық-инновациялық дамуы жөніндегі іс-шаралар кешенін іске асыру шетелдік капиталды белсенді түрде тартуға ықпал етеді. Сондықтан да туристік индустрияны дамытуға шетелдік және ішкі инвестицияларды тарту, орталық және өңірлік билік деңгейлерінің іс-қимылын нақты үйлестіруді қамтамасыз ету мақсатында жоғары деңгейлі туристік менеджмент қалыптастыру, жеке бастамалардың дамуына жәрдем ету, саланың ақпараттық кеңістігін құру, қазақстандық турөнімнің сыртқы және ішкі нарыққа жылжуының тиімді жүйесін әзірлеу, инвестициялау және салық салу мәселелері бойынша нормативтік құқықтық актілер қабылдау үшін барлық алғышарттар бар. Бұл әзірлену үстіндегі өңірлік шебер-жоспарлар шеңберінде іске асыру жоспарланып отырған туризмнің кластерлік дамуының негізгі бағыттары [102].

9. Туризм саласының дамуын болжамдаудағы тиімді экономикалық-математикалық әдістер

Соңғы жылдары қызмет көрсету салаларында математикалық бағдарламалау әдістері кеңінен қолданыла бастады. Математикалық бағдарламалаудың міндеті - шектеулілік жағдайында туризм саласын ұтымдастыруды қамтамасыз ететін өлшеуіштер жүйесін таңдау [103]. Математикалық бағдарламалаудың көбірек қолданылатын бөлімінің бірі - динамикалық бағдарламалау. Динамикалық бағдарламалау ұтымды шешімдер қабылдауға мүмкіндік беретін әдістер жиынтығынан тұратын бағдарламалауды білдіреді. Бұл жағдайда, шешімді қабылдау үрдісі көп адымды болып келеді және ұтымдастыру міндеттері жеке кезеңдерге бөлініп, әр кезең жеке шешіліп отырады. Әр кезеңде алдыңғы кезеңнің мүмкін нәтижелері үшін шартты ұтымды шешімдер табылып отырады. Сонымен қатар, көп айнымалылары бар бір шешу жолы бір немесе аз айнымалылары бар көптеген шешу жолдарымен ұштасып кетеді. Мұндай артықшылыққа мынадай жағдайлармен жетеді:

- ұтымдылық өлшемдері аддитивті болғанда, яғни жалпы ұтымды шешім әрбір адымдағы ұтымды шешімдердің сомасы болып табылады;
- келешек нәтижелер жүйенің алдыңғы жағдайларына тәуелсіз болғанда.

Мұның бәрі Беллманның ұтымдылық қағидасынан шығады. Беллманның қағидасы: ұтымдылық сипаты - бастапқы жағдай және алғашқы кезеңдегі шешім қандай болмасын келесі шешімдер бірінші шешім нәтижесінен алынған салыстырмалы жағдайлардың ұтымдылығынан жасалады.

Бұл қағида динамикалық бағдарламалаудың барлық тұжырымдамаларының негізін құрайды.

Динамикалық бағдарламалау әдістерімен берілген ұтымдастыру өлшемдері бойынша ұтымдастыру міндеттері шешіледі. Шектеулер теңдеу немесе теңсіздік түрінде берілуі мүмкін. Алайда сызықтық бағдарламалау әдістерінен айырмашылығы, өлшемдік функция мен айнымалылар арасындағы тәуелділік сызықтық емес сипатта болуы мүмкін [104].

Динамикалық бағдарламалауды қолданғанда міндетті тиянақтап алу қажет. Өлшемдік функция мен шектеу жағдайларын жасап, алғашқы ақпараттарды дайындау керек. Шешу әдістерін таңдау, есептеуді жүргізу, сараптама жасау және алынған нәтижелерді бағалау орындалады. Әрбір кезеңдегі есеп айырысуды жүргізгенде алдыңғы кезеңнің нәтижелері негіз болып табылады.

Динамикалық бағдарламалау мәселесі жалпы түрде мынаған келеді:

$$\sum_{i=1}^n v_i x_i \leq v,$$

түрін шектеудегі

$$\varphi(x_1, x_2, \dots, x_n) = \sum_{i=1}^n f_i(x_i) = f_1(x_1) + \dots + f_n(x_n),$$

қатынасымен анықталған $\varphi(x_1, x_2, \dots, x_n)$ функциясын азайтатын x теріс емес бірқатар сандарды анықтау қажет. Мұндағы v_i, v - берілген константалар; $f_i(x_i)$ - x бір айнымалының функциясы.

Динамикалық бағдарламалаудың бірқатар кемшіліктері де бар. Ең бастысы - онда біртұтас әмбебап шешу жолы жоқ. Әрбір мәселенің өзіндік ерекшеліктеріне қарай шешу әдістемелері қажет болады. Бұл динамикалық бағдарламалаудың қолданылу аясын тарылтады. Динамикалық бағдарламалаудың әдістерін пайдалануға болатын мәселелерді жалпылама екі топқа тастастыруға болады. Бірінші топ - уақыт аралығындағы өндірілген өнімге сұраныстың өзгеруін ескере отырып, экономикалық объект қызметтерін жоспарлау мәселелері; екінші - уақыт аралығындағы қызметтер бағытына ресурстарды ұтымды орналастыру. Және В.А Мясников (1975) динамикалық бағдарламалау әдістерімен шешуге болатын мәселелерге мыналарды жатқызады: күрделі қаржыларды өндіріс салаларына,

ресурстарды экономикалық субъектілерге орналастыру; жүйенің тұрақтылығын барынша арттыру үшін резервтегі элементтерді қосу әдісін анықтау, тасымалдау, мәселелерін шешу және т.б [105].

Осы аталған мәселелердің кейбіреуі туристік қызметтерді жоспарлау мен басқаруда да кездеседі. Ұлттық туризм саласының жалпыланған тұжырымды үлгісін құрғанда Д.Д Венедиктов жетекшілігімен жүргізілген жұмысты көлемі мен сипаты жағынан салмақты деп қарастыруға болады. Авторлардың көзқарасы бойынша бұл жалпыланған үлгіні туризм саласындағы жеке үлгілерді құруда, жеке мәселелерді шешуде немесе басқа да ұлттық қызмет көрсету жүйелері үшін қолдануға болады. [Венедиктов Д.Д., 1977]

Туризм саласын үлгілеуде оның көліктік қызмет көрсету, қонақ үйлік қызмет көрсету, таныстырушымен қамтамасыз етілуі және басқарылуы сияқты бөлімдері қарастырылады.

Осы негізде туристік қызмет көрсету жүйесінің имитациялық динамикалық үлгісі (ИМСЗ) құрылған [106].

Имитациялық үлгінің негізгі сипаттары:

- онда себепті-салдарлы байланыстардың мәні нақтыланған;
- ол уақыт аралығындағы жүйенің дамуын бейнелейді;
- онда туристік қызмет көрсету жүйесі өзара байланысқан жеке үлгілердің жиынтығы ретінде беріледі.

ИМСЗ көмегімен туристік қызмет көрсету жүйесіне тән үрдістердің жобасы жасалады. Авторлардың тұжырымы бойынша туристік қызмет көрсету жүйесінің өзгеру динамикасы осы салаға бөлінген ресурстар мен сыртқы ортаның ықпалына тәуелді болады. Туристік қызмет көрсету жүйесі үшін маңызды деп саналатын сыртқы ортаның сипаттарына тұрғындардың демографиялық құрылымы, өмір сүру деңгейі, білімі, экономикалық даму деңгейі және т.б. кіреді.

Енді динамикалық бағдарламалау әдісін қолдана отырып шешуге болатын нақты мысал қарастырайық. I типтегі белгілі бір туристің А-кезеңіндегі уақыт бірлігінде саяхатқа шығу құны C_a болсын, В-кезеңіндегі – C_b , С- кезеңіндегі – C_c болсын. Жүйенің сипаты зерттелетін $v \in [0, T]$ уақыт аралығын алайық. $v \in [0, T]$ уақыт бірлігінде туристік қызмет көрсету жүйесінде $[P_A(v)]$ А-туристері, $[P_B(v)]$ В- туристері, $[P_C(v)]$ С- туристері анықталсын. Уақыт бірлігіндегі оларға көрсетілген қызмет құны $S_n(v) = C_v P_v$, мұндағы $C_v = [C_a(v), C_b(v), C_c(v)]$; $P_v = [P_a(v), P_b(v), P_c(v)]$ векторлар, ал (\cdot, \cdot) - 2 вектордың скалярлық көбейтіндісі.

T уақытындағы туристік қызмет көрсету жүйесінің толық шығыстары:

$$S_n^T = \sum_{v=1}^{T/v} (C_v P_v),$$

Кәсіби қызмет көрсетулер көлемінің артуына байланысты шығыстар да артады:

$$S_n^T = \sum_{v=1}^{T/v} C_v^n, P_v^n,$$

Мұндағы P_v^n - кәсіби қызмет көрсетуден өткен туристер саны, ал C_v^n - уақыт бірлігіндегі тексеру құны. Алайда кәсіби қызметтер көлемінің артуына қарай жалпы туристтер санындағы келуші туристер үлесі де артуы қажет. Егер анықтылық үшін $C_a < C_b < C_c$ қойсақ, белгілі бір аралықтағы S_n^T артуы S_n^T кемюіне алып келеді. S_n^T артуымен қызмет көрсету мен туризм жүйесіндегі жалпы шығыстары да $(S_n^T + S_n^T) = S^T$ кемюі мүмкін.

Негізгі міндет C_a, C_b, C_c, C_n мәндері бойынша және кәсіби қызметте мынаны анықтау қажет:

- $S_n^T = S_n^{T*}$ қандай мәнінде S^T жалпы шығыстар ең төмен мәнге ие болады;
- S_n^T мәні туристік қызмет көрсету жүйесінің тиімділігін арттырудағы басқа көрсеткіштерге қалай ықпал етеді.

Қаржылардың шектеулілігі ресурстарды ұтымды бөлу міндеттерін тудырады. Алға қойған мақсаттар мен міндеттердің, бағдарламалық шаралар мен пайдаланылатын ресурстардың ара қатынасы өзгермелі болатындықтан, бір мақсаттың өзіне әртүрлі құрамдағы орындаушылармен, іс-шаралармен және ресурстармен жетуге болады [107].

Осы ресурстардың бір-бірімен байланысын 3 жағдаймен сипаттауға болады:

- ресурстардың бір-бірімен байланысы жоқ, яғни бір ресурстың жұмсалуды екіншісінің жұмсалуды жағдайына ықпал етпейді;
- бір ресурстың жұмсалуды екінші ресурстың жұмсалудына алып келеді;
- бір ресурстың жұмсалуды екінші ресурстың жұмсалуды азайтқанымен сапалық құрамының өзгеруін қажетсінеді (мысалы, туристік қызметті басқарудағы ЭЕМ-ның қолданылуы еңбек ресурстарының қысқаруына алып келгенімен, компьютер бағарламашыларының немесе компьютер білетін туристік операторлардың белгілі бір санының болуын талап етеді).

Сонымен, $\bar{\mathfrak{R}}$ ресурстар векторының мүмкін мәндерінің облысы кем дегенде 3 түрлі теңдікпен сипатталады:

$$\bar{\mathfrak{R}}_k \leq \rho_k,$$

Мұндағы: ρ_k - k ресурсының қаржылану көлемі (ресурстың барынша мүмкін мәні);

$$\bar{\mathfrak{R}}_k \in \Phi_k(\bar{\mathfrak{R}}),$$

Мұндағы: $\Phi_k(\bar{\mathfrak{R}})$ - ресурстың басқа ресурстармен байланысын сипаттайды;

$$\sum \bar{N}_k R_k \leq R_{(\phi)},$$

Мұндағы: \bar{N}_k - k ресурсына жұмсалған қаржылар көрсеткіші; $R_{(\phi)}$ – қаржыландырудың жалпы көлемі.

$\bar{\mathfrak{R}}$ ресурстар векторының мүмкін мәндерінің облысының уақыт аралығындағы өзгерісі бірінші және үшінші типтегі теңсіздіктердің шектерін реттеумен байланысты. Екінші типтегі теңсіздік белгілі бір іс-шарадағы ресурстардың өзара байланыстылығын сипаттайды және уақыт аралығында өзгеріссіз деуге болады (себебі, бұл байланысты жүргізілетін іс-шараның сипаты анықтайды, сондықтан тұрақты). Үшінші типтегі теңсіздік шегін реттеу қаржыландыру көлемінің өзгеруіне байланысты.

Алайда, есте сақтар нәрсе, қажетті ресурстарды дәл есептеумен қатар қажетті уақытта ресурстарды алудың нақты мүмкіншіліктерін де дұрыс бағалай білген жөн. Іс-шаралар арасындағы ресурстардың бөліну шамасын мына үлгімен сипаттауға болады:

$$\gamma_k \rho_k \leq \sum_l \mathfrak{R}_k^l(\tau) \leq \beta_k(\tau) \rho_k,$$

$$\mathfrak{R}_k \in \phi_k(\mathfrak{R}),$$

$$\gamma \phi \mathfrak{R} \leq \sum_k A_k \rho_k \leq \mathfrak{R}_\phi,$$

Мұндағы: l - жұмыс номері; k - ресурс түрі; ρ_k - қаржыланатын k ресурстың көлемі; γ_k - k ресурсты пайдаланудың нормативі ($0 < \gamma_k \leq 1$); $\beta_k(\tau)$ - k ресурсты пайдаланудың коэффициенті ($\beta_k(\tau) > 1$); \mathfrak{R}_k - нақты жұмсалған k ресурстар; A_k - k ресурсына қаржылық шығыстардың көрсеткіші; \mathfrak{R}_ϕ - қаржыландырудың жалпы көлемі; $\gamma \phi$ - қаржылық ресурстарды пайдалану нормативі ($0 < \gamma \phi \leq 1$).

Іздену жұмысымызда болжаудың негізгі түрлерінің артықшылықтары мен кемшіліктері, болжаудың экономикалық-математикалық мәселелері қарастырылды. Экономикалық көрсеткіштердің регрессиялық талдауы жүргізілді. Олардың арасындағы өзара байланыстарының математикалық үлгілері құрылды. Зерттеу барысында әлеуметтік-экономикалық көрсеткіштердің өсіңкілік қатарлары экстраполяция, трендтерді талдау әдісімен болжау мәселелері қарастырылды.

Әлемдік тәжірибеде және экономикалық әдебиеттерде әлеуметтік-экономикалық көрсеткіштерді болжау мәселелері айтарлықтай терең зерттелген [108]. Экономикада болжау

әдістемесінің мәселелері шет ел, сондай ақ ЕурАзӘЖ елдерінің ғылымдарының зерттеулерінде көрініс тапты. Шетел экономикалық әдебиеттерде болжаудың статистикалық әдістеріне көп назар аударылған, бұл теорияға үлкен үлес Дженингс Г., Бокс Дж., Пиндик Р.С., Рубинфилд Д.Л., Копманс Т. және басқа ғалымдар қосты. Көбінесе, шетелдік авторлар болжауды эконометрика тұрғыдан қарастырады.

Қызмет көрсету сферасының қаржылануын болжамдау үшін әртүрлі жалпы ғылыми және жеке ғылыми әдістер қолданылады. Көп тараған әдістер ретінде, экстраполяция әдісі, үлгілеу, эксперттік бағалау, дельфи әдісі және салыстыру әдістері қарастырылған.

Математикалық үлгілеудің көбірек қолданылатын бөлімінің бірі - көпфакторлық үлгілеу. Көп факторлы жүйе әр түрлі мәнісі және қолданылуы бар, бір емес көп байланыс тығыздығын анықтайтын көрсеткіштерді талап етеді. Байланыс тығыздығын есептейтін негізгі болып қос корреляция коэффициенттер матрицасы табылады. Бұл матрицаның негізінде факторлардың нәтижелік шамалардың арасындағы және бір-бірімен байланыс тығыздығын бағалауға болады [109].

Туристік қызметтер жүйесін үлгілеуде оның: қызметтер көрсетілген туристер көлемі, туристік фирмалар саны, туристік қызметтерден түскен қаржы көлемі, қонақ үйлер, тағы басқа негізгі туристік ресурстар сияқты негізгі көрсеткіштері қарастырылады.

Кесте 16 - Жұптық корреляция коэффициенттерінің матрицасы

Көрсеткіштер	Қызмет көрсетілген туристер саны, адам	Орындалған қызмет көлемі, мың теңге	Туристік қызметтерден түскен табыс, мың теңге
Қызмет көрсетілген туристер саны, адам	1		
Орындалған қызмет көлемі, мың теңге	0,8796	1	
Туристік қызметтерден түскен табыс, мың теңге	0,9632	0,8800	1

Бұл матрицаның негізінде факторлардың нәтижелік шамаларының арасындағы байланысты және бір-бірімен байланыс тығыздығын бағалауға болады. Бұл барлық көрсеткіштер қос байланыстарға жататын болса да матрицаны регрессия теңдеуіне енгізу үшін факторлар өзгерісін алдын алуда, таңдауда қолдануға болады. Теңдеуге нәтижесі шамамен әлсіз байланысты, бірақ басқа факторлармен байланысы бар факторларды енгізбеген дұрыс болады. Мұндай шамаларды енгізу коэффициенттердің дұрыс емес матрицасына және шешімнің анықсыздығына алып келеді.

Корреляция коэффициенттері қызмет көрсетілген туристер саны мен туристік қызметтерден түскен табыс арасында өте жоғары, сондықтан аталған факторлар бір бірімен тығыз байланысты. Бұл деген сөз, қызмет көрсетілген туристер саны артқан сайын, туристік қызметтерден түскен табыс та арта түседі.

Қызмет сферасының қаржылануын (жақсаруын) болжамдау саланың келеңсіз жақтарын анықтау үшін ғана емес, осы сфераның даму заңдылықтарын көрсету үшін де керек.

Болжамдау туристік қызметтің жақсаруын жоспарлаудың ғылыми негізі болып табылады. Сонымен қатар, болжамдаудың шынайылығы мен жоспардың нақтылығы арасында тікелей байланыс бар: болжам дәлірек болған сайын, жоспарды ұтымдастыруға мүмкіндік мол болады. Болжамдау жоспарды құрғанда ғана емес, сонымен қатар жоспардың орындалуында да, реттеуде де және қадағалауда да қажет [110].

Мысал ретінде Оңтүстік Қазақстан облысы бойынша туристік қызметтегі қызмет көрсетілген туристер саны мен туристік қызметтен түскен табысты және орындалған қызмет көлемін экстраполяция әдісімен болжамдауды қарастырайық. Болжамдау 2003-2008 жж. аралығындағы облыстық статистикалық басқармасының мәліметтері негізінде жүргізілді.

Үлгілеу көмегімен туристік саладағы негізгі көрсеткіштер байланысын талдап және талдау көрсеткіштеріне болжам жасалсын. Мәліметтердің көрсеткіштер тізімі график түрінде бейнеленеді. Онда болжау ретінде келесі тәсілді қолдануға болады. Екі жағынан да мәндердің ара қашықтығы бірдей болатындай етіп көрсеткіштер үшін сызық (түзу, парабола, дәрежелік және гипербола) таңдап алынады. Таңдалынып алынған сызықтың (мысалы, парабола) математикалық көрінісі мына түрде болады:

$$y_x = a + bx + cx^2$$

мұндағы y_x – берілген мәліметтердің x уақыт аралығындағы сәйкес келетін түзетілген теориялық мәні, a және b – y_x нақты мәндердің \hat{y}_x түзетілген теориялық мәндерден ауытқу дәрежелерін ең аз шамаға келтіретін константалар, яғни $\Sigma (\hat{y}_x - y_x)^2 \rightarrow \min$.

Кесте 17 - Оңтүстік Қазақстан облысындағы қызмет көрсетілген туристер саны мен туристік қызметтен түскен табыс

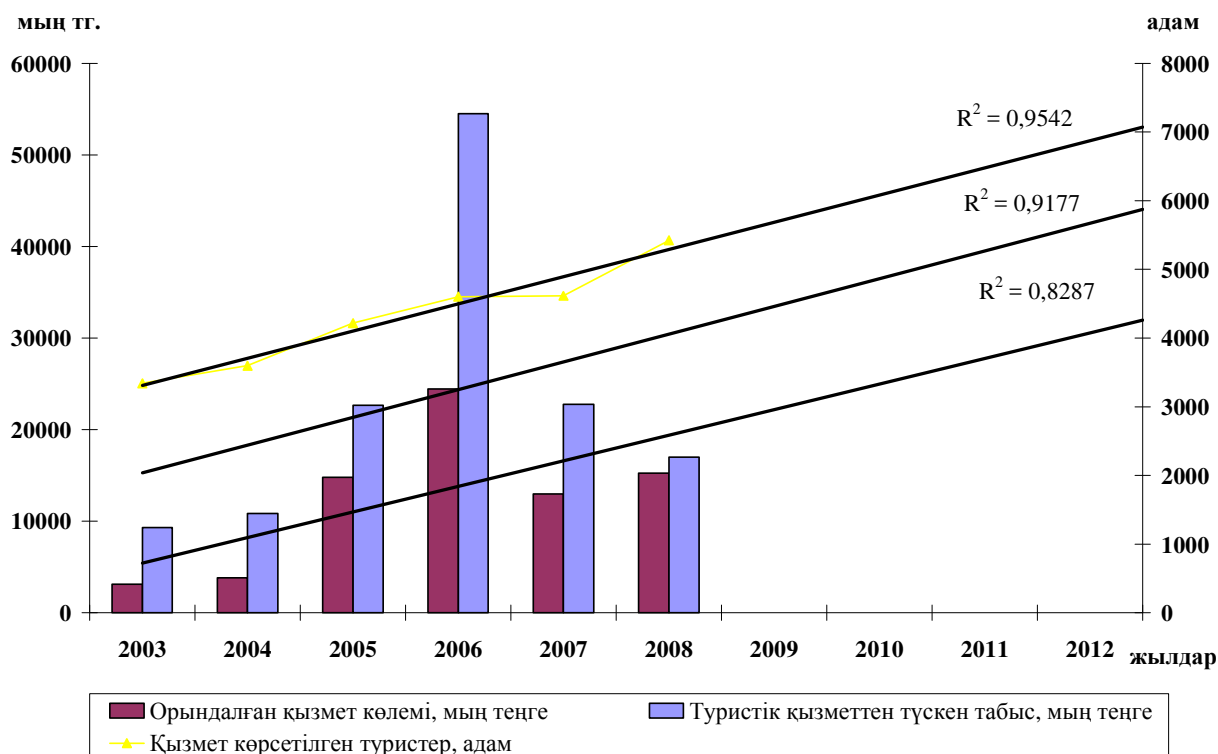
Жылдар	Қызмет көрсетілген туристер, адам	Орындалған қызмет көлемі, мың теңге	Туристік қызметтен түскен табыс, мың теңге
2003	3340	3119,9	9300,1
2004	3597	3814,1	10854,1
2005	4216	14808,2	22660,5
2006	4603	24438,4	54509
2007	4616	12968,3	22761
2008	5422	15254,6	16987

Өсіңкілік қатарлар негізінде құрылған математикалық үлгілер арқылы болжауды былай жасайды: егер мәліметтер 2003-2008 ж.ж. аралығында 6 жылға берілсе, тәуелсіз айнымалы орнына сәйкесінше 7, 8, 9 және 10 мәндерді қойып 2009, 2010, 2011 және 2012 жылдар үшін болжам табылады.

График түрінде қызмет көрсетілген туристер мен туристік қызметтен түскен табыс көлемінің болжамы мынадай: екі көрсеткіштің де ықтималдылығы 95% болатындай етіп сипаттайтын теңдікті шығара отырып, 2009-2012 жылдарға болжам жасауға болады.

Кестедегі туризм саласының негізгі көрсеткіштері бойынша мәліметтерді пайдалана отырып, тренд әдісімен 2012 жылдарға дейін осы көрсеткіштердің даму көлемін болжамдауға болады.

Әрі қарай, алынған коэффициенттер көмегімен туризм саласын жақсарту мен көрсетілген қызметтер сапасын арттыру сияқты іс-шаралар жүргізуге болады. Сонымен қатар, бұл болжамды: математикалық есептеумен алынған болжамды және 2009 - 2012 жылдардағы тіркелген жағдайларды салыстыруға болады.



Сурет 11 - Туризм саласындағы негізгі көрсеткіштердің динамикасы және болашақтағы көлемі

Туризм сферасындағы ақпараттық әдістердің туризм дамуының негізгі көрсеткіштерін болжамдаудағы маңыздылығын анықтау үшін осы саладағы негізгі көрсеткіштерге алдын ала талдау жасалынды.

Өсіңкілік қатарлар түрінде берілген көрсеткіштердің өзгерісінің заңдылығын сипаттайтын регрессиялық үлгілер анықталған соң олардың сенімділігі тексеріледі [111].

Кесте 18 – Туризм сферасының даму факторларының арасындағы байланыстың математикалық теңдеулері

Көрсеткіштер	Теңдеу түрі	R ²
Қызмет көрсетілген туристер-тер саны, адам	$y = 780,48\text{Ln}(x) + 3637,9$	0,9542
Туристтік қызметтен түскен табыс, мың тг.	$y = 7573,6x^2 - 23125x + 25341$	0,9177
Орындалған қызмет көлемі, мың теңге	$y = 2793,3x + 2624$	0,8287
Ескерту: Зерттеу мәліметтері негізінде автор құрастырған.		

Берілген жағдайда үлгілердің сенімділігі регрессиялық коэффициент арқылы тексеріледі. Фишер өлшемі бойынша алдын ала есептелген 95% сенімділік деңгейі нәтижесінде детерминация коэффициенті бағаланады.

Бағаланған сызықты регрессияның жалпы сапасын талдау үшін әдетте R² детерминация коэффициентін қолданады. Оны көпше корреляция коэффициентінің дәрежесі деп те атайды. Детерминация коэффициентін мына формула арқылы есептейді.

$$R^2 = \frac{\sum (y_x - \bar{y})^2}{\sum (y_i - \bar{y})^2},$$

Егер x пен y шамаларының статистикалық маңызы бар сызықтық байланысы бар болса онда R^2 коэффициенті 1-ге жақын.

Математикалық есептеумен алынған болжамдық көрсеткіштерді кесте түрінде келтірейік:

Кесте 19 - ОҚО туризм саласының болашақтағы дамуын сипаттайтын негізгі көрсеткіштер

Көрсеткіштер	2008	Болжам			
		2009	2010	2011	2012
Қызмет көрсетілген туристер, адам	5422	5901	6366	6805	6987
Туристік қызметтен түскен табыс, мың теңге	16987	31832	34100	36454	40101
Орындалған қызмет көлемі, мың теңге	15254,6	21909	25063	27545	30020

Туризм саласы дамуының негізгі көрсеткіштерінің өзара байланысын зерттеу - жұмыстың ең маңызды мәселесінің бірі. Бұл саладағы жүргізіліп жатқан іс-шаралар негізгі көрсеткіштерді реттеумен байланысты. Туризм сферасын жақсартуда дұрыс шешім қабылдау үшін осы сфераның негізі болатын айнымалылардың бір біріне қалай әсер ететінін білдік. Сонымен, туристік сферасын дұрыс ұйымдастырып дамыта білу өзекті мәселе болып отыр. Бұл іздену жұмысымызда аталған мәселелерді шешу үшін ғылыми есептеулер көмегімен негізгі көрсеткіштердің нақты мәндеріне барынша жақындатылған мүмкіншіліктерге жетуге болатындығы дәлелденді.

Тест сұрақтары

1. «Туризм» ұғымының құрамдас бөлігі:

- A) қозғалыс
- B) негізгі қорлар
- C) шикізат
- D) мақсат
- E) қыдыру

2. Қандай ғылыммен «Туризмді ұйымдастыру» пәні тығыз байланысты ?

- A) географиямен
- B) математикамен
- C) статистикамен
- D) тарихпен
- E) өлкетанумен

3. Туризм және азаматтарға туристік қызмет ету жайлы қолданбалы ғылымдардың жүйесі - бұл...

- A) туристика
- B) геоморфология
- C) туризм
- D) миграция
- E) сервис

4. Туризмнің түрлері:

- A) халықаралық және ішкі
- B) халықаралық және ұлттық
- C) халықаралық және мемлекеттік
- D) ішкі және сыртқы
- E) ішкі және шетелдік

5. Белгілі бір формальдылықтарды сақтаумен байланысты елден тыс жаққа жол жүру (кеденді, валюталы, медициналық басқару) - бұл... туризм

- A) халықаралық
- B) ішкі
- C) мемлекеттік
- D) шетелдік
- E) сыртқы

6. Туристік формальдылықтарды қажет етпейтін, мемлекеттік шекараны кесіп өтуде байланысы жоқ туризм - бұл...

- A) ішкі
- B) мемлекеттік
- C) ұлттық
- D) сыртқы
- E) халықтық

7. Халықаралық туризмнің түрлері:

- A) кірме және көшпелі
- B) тұзу және жанама
- C) ескі және жаңа
- D) ішкі және сыртқы

Е) кірме және жанама

8. Іс сапар орыны бойынша табыссыз қызмет мақсатындағы жол жүру - бұл...

- A) іскерлі туризм
- B) командировкалы туризм
- C) қызметті туризм
- D) жұмысты туризм
- E) жергілікті туризм

9. Жұмыста үлкен көрсеткіштері үшін фирма өз қызметкерлерін марапаттайтын жол жүру жүйесі:

- A) интенсив-туризм
- B) бизнес-туризм
- C) сыртқы туризм
- D) қызметті туризм
- E) жұмысты туризм

10. Шетелде білім алу мақсатындағы жол жүру жүйесі:

- A) білім алатын туризм
- B) бизнес-туризм
- C) сыртқы туризм
- D) қызметті туризм
- E) жұмысты туризм

11. Аса қорғауға алынған табиғи аймақтарға, қорықтарға өзгеше зерттеу мен кәсіпшілік мақсатпен жол жүру:

- A) экологиялық туризм
- B) табиғаттағы туризм
- C) іскерлі туризм
- D) биологиялық туризм
- E) қоршаған орта туризмі

12. Белсенді демалыстың жабайы, қатал табиғатпен қосылуы:

- A) экологиялық туризм
- B) табиғаттағы туризм
- C) іскерлі туризм
- D) биологиялық туризм
- E) қоршаған орта туризмі

13. Ғылыми туризм; табиғат тарихының турлары; шытырман оқиғалы туризм; табиғи резерваторларға саяхаттау- бұл ... туризмнің түрлері.

- A) экологиялық
- B) табиғаттағы туризм
- C) іскерлі
- D) қоршаған орта
- E) биологиялық

14. Қаржыландыру қайнарлары бойынша туризм бөлінеді:

- A) коммерциялық және әлеуметтік
- B) коммерциялық және бюджеттік
- C) қаржы және мемлекеттік
- D) қаржы және бюджеттік

Е) қаржы және әлеуметтік

15. Мемлекет және кәсіпорын жағынан азаматтарға минималды демалысқа кепілдік беру::

- А) әлеуметтік туризм
- В) коммерциялық туризм
- С) бюджеттік туризм
- Д) мемлекет жағынан туризм
- Е) қаражаттық туризм

16. Дәулетті клиентураға есептелген туризм:

- А) элиталық туризм
- В) қымбат туризм
- С) материалды туризм
- Д) қаражатты туризм
- Е) коммерциялық туризм

17. Жол жүруді ұйымдастыруына байланысты туризм ұсынылуы мүмкін:

- А) ұйымдастырылған
- В) ұйымдастырылмаған
- С) іскерлі
- Д) үзілістік
- Е) үзіліссіз

18. Туризмнің ерекшеленген түрлері:

- А) экстрималды
- В) интенсив-тур
- С) бизнес-сапар
- Д) спорттық
- Е) іскерлі

19. Туризмнің ерекшеленген түрлері:

- А) велотуризм
- В) интенсив-тур
- С) бизнес-сапар
- Д) спорттық
- Е) іскерлі

20. Туризмнің ерекшеленген түрлері:

- А) автостоп
- В) экотуризм
- С) діни
- Д) іскерлі
- Е) интенсив-тур

21. Көңіл көтеру, туроперейтинг, туристік агенттіктер, көлік, саяхаттану қандай индустрияны құрайды?

- А) туризм индустриясын
- В) мейманхана индустриясын
- С) сервис индустриясын
- Д) туризмнің инфрақұрылымын
- Е) демалыс индустриясын

22. Қызмет индустриясын, орналастыру және тамақтану индустриялары нені құрамдайды ?
- A) мейманхана индустриясын
 - B) сервис индустриясын
 - C) туризм индустриясын
 - D) демалыс индустриясын
 - E) туризм инфрақұрылымын
23. Туризм индустриясының негізгі сегменттеріне не жатады ?
- A) көлік индустриясы
 - B) мейманхана индустриясы
 - C) қонақ үйлер
 - D) мейрамханалар
 - E) сервис индустриясы
24. Туризм индустриясының негізгі сегменттеріне не жатады ?
- A) туроператорлы және турагенттік қызмет
 - B) кәсіпкерлік қызмет
 - C) туристік қызмет
 - D) мейрамханалар
 - E) қонақ үйлер
25. Туризм индустриясының негізгі сегменттеріне жататындардың бірі:
- A) қонақ үй ісінің индустриясы
 - B) сервис индустриясы
 - C) меймандостық индустриясы
 - D) туризмнің инфрақұрылымы
 - E) сервистің инфрақұрылымы
26. Туризм индустриясының негізгі сегменттеріне жатады:
- A) қоректену және көңіл көтеру индустриясы
 - B) сервис индустриясы
 - C) меймандостық индустриясы
 - D) туризмнің инфрақұрылымы
 - E) сервистің инфрақұрылымы
27. Туризмнің негізгі кәсіпкерлік түйіні:
- A) туроператорлар
 - B) турагенттер
 - C) туристтер
 - D) туристік фирмалар
 - E) қонақ үйлер
28. Туризмде кәсіпкерліктің басқа да факторларын іске қосатын рычаг:
- A) турагенттер
 - B) туроператорлар
 - C) туристтер
 - D) экскурсоводтар
 - E) қонақ үйлер
29. Турларды өңдейтін туристік кәсіпорындар:
- A) туроператорлар
 - B) турагенттер

- C) туризмнің менеджерлері
- D) спорт және туризм департаменті
- E) туристік фирма

30. Туроператорлар бөлінеді :

- A) инициативтік және рецептивтік
- B) инициативтік және тапқырлар
- C) негізгі және қосымша
- D) халықаралық және ішкі
- E) коммерциялық және әлеуметтік

31. Туристтерді шетелге жіберетін операторлар:

- A) инициативтік
- B) халықаралық
- C) негізгі
- D) коммерциялық
- E) әлеуметтік

32. Мемлекет ішінде туристтерді қабылдау бағдарламасын жасайтын туроператор:

- A) рецептивтік
- B) инициативтік
- C) ішкі
- D) әлеуметтік
- E) мемлекеттік

33. Бөлшек сауда туроператорларымен құрылған турларды іске асыратын кәсіпорындар::

- A) турагенттер
- B) туроператорлар
- C) туристік фирмалар
- D) спорт және туризм департаменті
- E) мәдениет министірлігі

34. Туристік және турлық бағдарламаларды құру жүйесі:

- A) туроперейтинг
- B) туроператорлық қызмет
- C) турагенттік қызмет
- D) туристік жобалар
- E) туристік жоспар

35. Турөнімнің бағасы мен оның ұсынысы арасындағы тікелей тәуелділік және бағасы мен турөнімге сұраныс арасындағы кері тәуелділікті не орнатады?

- A) сұраныс және ұсыныс заңы
- B) ақшалы айналымы заңы
- C) мультипликатор әсері
- D) баға саясаты
- E) базар заңы

36. Қандай экономикалық категория баға бойынша турөнімге сұраныстың қанша пайызға бағасы өзгертетінін көрсетеді, егер оның бағасы 1% - ға өзгерсе?

- A) сұраныс икемділігі
- B) сұраныс және ұсыныс заңы
- C) мультипликатор әсері

- D) баға саясаты
- E) базар заңы

37. Қонақ үйлердің ең негізгі белгісі?

- A) номерлерінің саны
- B) бағасы
- C) ыңғайлығы
- D) сапасы
- E) бағасы

38. Қонақ үйде тұру құқығы:

- A) ваучер
- B) трансфер
- C) төлем
- D) чартер
- E) лицензия

39. Туристті әуежайдан қонақ үйге дейін тасымалдау бағасы:

- A) трансфер
- B) чартер
- C) ваучер
- D) инвестициялар
- E) дотация

40. Екі жаққа дейінгі халықаралық авиаушу:

- A) чартер
- B) ваучер
- C) трансфер
- D) жол жүру
- E) транзит

41. Турсапарларды ұйымдастыру мен жүзеге асыру үшін заңдылық көзқарасы бойынша міндетті бар ережелер:

- A) туристік формальдылықтар
- B) туристік нормалар
- C) туристік принциптер
- D) туристік шарттар
- E) туристік жайлар

42. Кез – келген халықаралық туристік сапарды ұйымдастырғанда өзімен бірге болу керек :

- A) шетелдік паспорт
- B) шетелдік мекен жай
- C) шетелдік телефон
- D) шетелдік достар
- E) шетелде жұмыс

43. Белгілі бір мемлекетке кіру рұқсатын растайтын, паспорттың қожайынына сол елдің ресми өкіметтері беретін құжат:

- A) виза
- B) шетелдік паспорт
- C) келісім шарт
- D) жолдама

Е) ваучер

44. Автокөлікпен мемлекетке кіру кезіндегі сатып алуға болатын көліктік сақтандыру::

- A) «жасыл карта»
- B) «жол карта»
- C) сақтандыру полисі
- D) виза
- E) декларация

45. Туристтерге қызмет ету іске асырылады:

- A) әуе көлігімен
- B) халықаралық көлікпен
- C) велокөлікпен
- D) банкпен
- E) сақтандыру компаниясымен

46. Үлкен қашықтықтарды қысқа мерзімде жүріп өту мүмкіндігі:

- A) әуе көлігі
- B) теміржол көлігі
- C) жаяу жүру
- D) автокөлік
- E) велокөлік

47. Қай компания туризмді теміржол көлігі арқылы ұйымдастырады?

- A) «Қазақстан темір жолы» ҰҚ АҚ
- B) «Эйр Астана» АҚ
- C) спорт және туризм департаменті
- D) мәдениет министрлігі
- E) туристік фирма

48. Курорттық істің дамуы ненің пайда болуына байланысты ?

- A) қонақ үйлердің
- B) мейрамханалардың
- C) темір жолдың
- D) автомагистральдің
- E) ойынханалардың

49. Іскер адамдардың демалысы үшін барлық керекті орындарды (саунаны, хауызды, тренажерлық залды) құрамдайтын қонақ үй:

- A) бизнес-қонақ үйлер
- B) курорттық қонақ үйлер
- C) бес жұлдызды қонақ үйлер
- D) супер қонақ үйлер
- E) «сарайлық» қонақ үйлер

50. Қазақстанда ортағасырлық туристік нысандар.

- A) Отырар, Сарайшық, Сайрам
- B) Астана, Алматы, Көкшетау
- C) Медеу, Шымбұлақ, Шарын
- D) Бесшатыр, Талхиз, Көксу
- E) Шымбұлақ, Шарын

51. Мемлекет басшысының тапсырмасы бойынша құрылған туристік орталық.

- A) «Ақтау – Сити»
- B) «Жаңа –Іле»
- C) «Шаржұм»
- D) «Қатонқарағай»
- E) «Бурабой»

52. Туризм саласы үшін басты мәселердің бірі.

- A) мамандардың тапшылығы
- B) маршруттардың жоқтығы
- C) қызметтердің нашарлығы
- D) сервистің жоқтығы
- E) қонақ үйдің аздығы

53. «Кендірлі» демалыс аймағы орналасқан жер.

- A) Ақтау
- B) Тараз
- C) Көкшетау
- D) Астана
- E) Шымкент

54. Шығыс Қазақстан облысында орналасқан демалыс орталығы.

- A) «Шаржұм»
- B) «Шарын»
- C) «Шымбұлақ»
- D) «Алакөл»
- E) «Бурабой»

55. Қазақстандағы ортағасырлық көне қалалар туристер үшін тартымды нысандар.

- A) Отырар, Сарайшық, Сайрам
- B) Батыс Қазақстан
- C) Өскемен
- D) Ақтау
- E) Тараз

56. Қазақстан Дүниежүзілік туризм ұйымына қай жылы мүше болды.

- A) 1993 ж.
- B) 1995 ж.
- C) 1997 ж.
- D) 1998 ж.
- E) 1990 ж.

57. Қазақстанда туризм индустриясын дамытуға арналған ұлттық бағдарлама қай жылы қабылданды.

- A) 1993 ж.
- B) 1994 ж.
- C) 1996 ж.
- D) 1998 ж.
- E) 1990 ж.

58. «Қазақстан Республикасындағы туристік қызмет туралы» Заң қай жылы қабылданды ?

- A) 2001ж.

- В) 2002 ж.
- С) 2003 ж.
- Д) 2004 ж.
- Е) 1990 ж.

59. Туризм үшін тартымдылығы бойынша мемлекетті зерттейтін географиялық ғылым жүйесінің бөлігі:

- А) туристік елтану
- В) экономикалық география
- С) экономикалық әлеуметтану
- Д) өлкетану
- Е) туризм экономикасы

60. Елтану ғылымының теориялық негіздері атақты географтармен жасалды, соның қатарына кіреді:

- А) Н.Н. Баранский
- В) А.С. Семенов
- С) Ш.Уалиханов
- Д) И.Р. Бартольд
- Е) М.Н. Лазарев

61. Рекреациялық географияның дамуына үлкен үлес қосқан:

- А) Н.С. Мироненко
- В) А.С. Семенов
- С) Ш.Уалиханов
- Д) И.Р. Бартольд
- Е) М.Н. Лазарев

62. Туризмнің халықаралық күні:

- А) 27 қыргүйек
- В) 17 қыргүйек
- С) 7 қыргүйек
- Д) 2 қараша
- Е) 15 қазан

63. Астана қаласының назар аударарлық жері:

- А) Байтерек
- В) Медеу
- С) Колизей
- Д) Эрмитаж
- Е) Прадо мұражайы

64. Белгілі бір тағамды немесе сусынды, белгілі бір тауарды алу, белгілі бір қызметті іске асыруда келішуге тапсырыс беру үшін сендіретін ой:

- А) суггестивтік сервис
- В) әлеуметтік сервис
- С) мәдени сервис
- Д) инициативті сервис
- Е) мәжбүр етуші сервис

65. Қонақ үйден ұзақ экскурсияға кетердегі туристке таңғы астың орнына берілетін құрғақ тағам:

- A) пәкет ланч
- B) бизнес-ланч
- C) түскі ас
- D) таңғы ас
- E) ланч

66. Үңгірлерді зерттеумен айналысатын ғылым:

- A) спелеология
- B) геоморфология
- C) геодинамика
- D) география
- E) архелогия

67. Белгілі бір жыл мезгіліне ғана туристтердің жеке туристік аймақтарға қатысу, бұл туризмнің түрі:

- A) Мезгілдік
- B) Аймақтық
- C) Уақытша
- D) Жылдық
- E) Күндік

68. Туризмнің бірінші кезеңі қалай аталады?

- A) Туризмнің алдыңғы тарихы
- B) Элитарлы туризм
- C) Әлеуметтік туризм
- D) Бұқаралық туризм
- E) Жеке туризм

69. Туризмнің екінші кезеңі қалай аталады?

- A) элиталық туризм және бұқаралық туризмнің пайда болуы
- B) туризмнің алдыңғы тарихы
- C) бұқаралық туризмнің алғашқы құрылуы
- D) бұқаралық туризм
- E) әлеуметтік туризмнің дамуы

70. Орта ғасырда туризмнің қай факторы күшейтілген?

- A) діни
- B) шипалы
- C) сауда
- D) дипломатиялық
- E) ғылыми

71. Қай белгі туризмге жатпайды?

- A) Өмір салты
- B) Кеңістікті жеңуі
- C) Көңіл көтеру
- D) Шипа алу
- E) Саяхаттау

72. Еңбек барысында жұмсалған демалыс, адам күштерінің бұрынғы қалпына келуі:

- A) Рекреация
- B) Анимация

- C) Релаксация
- D) Психотренинг
- E) Экскурсия

73. Жүктердің, жолаушылардың мемлекеттік шекарадан өтуіне бақылау жасайтын мемлекеттік орган:

- A) Кеден
- B) Шекаралық бақылау
- C) Туризм істерінің комитеті
- D) Туризм министрлігі
- E) Туризм қоғамы

74. Туристтік өнімді тұтыну кезіндегі туристте пайда болатын жағымды эмоция және рухани тыныштық:

- A) Туристтік әсер
- B) Туристтік акватория
- C) Туристтік индустрия
- D) Туристтік қызмет
- E) Туристтік шаруашылық

75. Белгілі бір мемлекеттен туристпен ақшаны шығарумен бірге жүретін туристтік әсерлерді елге кіргізу:

- A) Туристтік экспорт
- B) Туристтік ресурстар
- C) Туристтік әсер
- D) Туристтік өнім
- E) Туристтік импорт

76. Жағадағы туристтік назар аударарлық жерлерде демалу мақсатында теңізде, өзенде немесе көлде, маршрут немесе график бойынша ұйымдастырылған саяхат:

- A) Круиз
- B) Турне
- C) Көшпелі туризм
- D) Инклюзив-тур
- E) Экскурсия

77. Туристке өткізуге арналған турға құқық:

- A) Туристтік өнім
- B) Туристтік экспорт
- C) Туристтік импорт
- D) Туристтік маршрут
- E) Туристтік ресурс

78. Науқастарды емдеу үшін қолданылатын табиғи емдік қасиеттері бар жер:

- A) Курорт
- B) Субтропик
- C) Жағажай
- D) Таулар
- E) Жаға

79. Табиғатта демалыс пен көңіл көтеру мақсатындағы қала сыртына топпен шығу (соның ішінде көлікті қолдану):

- A) Пикник
- B) Экскурсия
- C) Демалыс күнінің бағыты
- D) Турне
- E) Круиз

80. Қасиетті жерлерге құлшылық ету үшін адамдардың сапарға шығуы:

- A) Қажылық
- B) Саяхат
- C) Экскурсия
- D) Тур
- E) Круиз

81. Белгілі бір аумақта жұмыс істеп тұрған туристік объектілер

- A) туристік аудан
- B) тур
- C) тауар
- D) турагенттігі
- E) тур фирмалар

82. Кез-келген табыстың формасынан басқа, тұрақты өмір сүруінен басқа елге немесе өз елінен тыс жерге орын ауыстыруымен байланысты іс-әрекет:

- A) саяхат
- B) экскурсия
- C) жорық
- D) рекреация
- E) іс-сапар

83. Туристерді жайғастыру, тасымалдау, тамақтандыру, экскурсиялық қызметтерді ұсыну, сонымен қатар гид – аудармашылары бар қызмет кешені:

- A) тур
- B) сервис
- C) өнім
- D) бизнес
- E) қонақ үй

84. Туристік өнімін беру фактісін мақұлдайтын құжат:

- A) жолдама
- B) куәлік
- C) келісім шарт
- D) теңдік
- E) тізім

85. Турдың құрамына кіретін туристердің қызметтерге құқығын орнататын және оны мақұлдайтын құжат:

- A) туристік ваучер
- B) туристік купон
- C) туристік фьючерс
- D) туристік акция
- E) туристік жолдама

86. Туристтерді уақытша тұратын мемлекетте туристік ресурстармен таныстыратын кәсіпті дайындалған тұлғаның қызметі:
- A) гид қызметтері
 - B) қонақ үй сервистері
 - C) администратор қызметтері
 - D) менеджер қызметтері
 - E) мейрамханалар сервис
87. Қазақстанның оңтүстік аймақтарындағы туристік- рекреационды қорлар қандай туризм түріне қолайлы ?
- A) таулы
 - B) тану
 - C) рекреационды
 - D) сулы
 - E) көңіл көтеру
88. Қазақстанның орталық аймақтарында туристік- рекреационды қорлар қандай туризм түріне қолайлы?
- A) рекреационды
 - B) тану
 - C) таулы
 - D) көңіл көтеру
 - E) сулы
89. Туризм түріндегі альпинизмнің дамуы Қазақстанның мына аймақтарында мүмкін:
- A) Алматы қаласы
 - B) Зайсан көлі
 - C) Іле Алатау таулары
 - D) Ертіс көлі
 - E) Балқаш көлі
90. Шана туризмі немен байланысты ?
- A) тартымды рельефпен
 - B) таза ауамен
 - C) температураның кішкене ауытқуымен
 - D) ылғалдылықтың кішкене ауытқуымен
 - E) табиғи жауынмен
91. Тау туризмінің негізгі алғышарттары:
- A) әр түрлі рельеф және ландшафттың сұлулығы
 - B) таза ауа
 - C) температураның ауытқуымен
 - D) ылғалдылықтың ауытқуымен
 - E) табиғи жауын
92. Туризмнің қай түрі қыс мерзіміне жақын?
- A) таулы және шаналы
 - B) сулы и өзенді
 - C) жағажайлы
 - D) велосипедті
 - E) экотуризм

93. Егер мемлекет өз азаматтарын шет елге демалысқа жібергенге қарағанда өз жеріне шетел туристерін көп қабылдаса, онда қандай туризмнің дамуы басым болады ?
- A) белсенді туризмнің
 - B) пассивті туризмнің
 - C) эксклюзивті туризмнің
 - D) этникалық туризмнің
 - E) релаксационды туризмнің
94. Демалу мен ем қабылдау мақсатындағы турды қалай атайды?
- A) рекреационды
 - B) этникалық
 - C) тану
 - D) релаксационды
 - E) турға треккинг
95. Туризмнің дамуы үшін не қажет?
- A) туристік ресурстар
 - B) климаттық шарттар
 - C) пейзаж
 - D) қонақ жайлы жерлер
 - E) туроператор и турагент
96. Шипалы туризмнің кезіндегі анықтаушы аспектінің бірі?
- A) шипалы ресурстар
 - B) пейзаж
 - C) қонақ жайлы жерлер
 - D) рельефтің бар болуы
 - E) медициналық
97. Әлемтану туризмнің анықтау аспектісінің бірі?
- A) қонақ жайлы жерлер
 - B) пейзаж
 - C) рельефтің бар болуы
 - D) шипалы ресурстар
 - E) табиғи ресурстар
98. Іскерлік туризмнің анықтау аспектісінің бірі?
- A) қонақ үйлердің бар болуы
 - B) пейзаж
 - C) қонақ жайлы жерлер
 - D) рельефтің бар болуы
 - E) жолдаманың бар болуы
99. Спорттық туризмнің анықтау аспектісінің бірі?
- A) спорттық ғимараттар
 - B) топырақтың өзгеруі
 - C) қонақ жайлы жерлер
 - D) рельефтің бар болуы
 - E) спортсмендердің бар болуы
100. Қазақстанға негізі мына елдің туристтері келеді:
- A) Ресейдің

- В) Өзбекстанның
- С) АҚШ-тың
- Д) Мексиканың
- Е) Жапонияның

Әдебиеттер

1. Қазақстан Республикасы Президентінің «Қазақстан экономикалық, әлеуметтік және саяси жедел жаңару жолында» атты Қазақстан халқына Жолдауы.- Астана, 2005 ж.
2. Қазақстан Республикасының «Қазақстан Республикасындағы туристік қызмет туралы» Заңы.- Астана, 2008 ж.
3. Қазақстан Республикасы Үкіметінің «Қазақстан Республикасында туризмді дамыту» Тұжырымдамасы.- Астана, 2001 ж.
4. Бургонов Г.Н. Гостиничный и туристский бизнес : Особенности бухгалтерского учета и налогообложения: Учеб. пособие / Бургонов Г.Н., Каморджанова Н.А. - М. : Финансы и статистика, 2000. - 352 с.
5. «Салық және бюджетке төленетін басқа төлемдер туралы» ҚР-ң Кодексі 2001 жылғы № 209-ІІ 12 маусымдағы, 21.03.2002 жылғы № 358 - ІІ және № 312-ІІ ҚР-ң 23.11.2002 ж. №358-ІІ Заңы мен өзгерістер және толықтыруларымен/ Алматы. «Бико» 2004 ж.
6. Криппендорф Л. Туризмдегі маркетинг. 1971 ж.
7. Смыкова М.Р. Экономические аспекты развития туризма в РК . –Алматы, 2003.
8. Курбанова Р. Современное состояние туризма в Казахстане: проблемы и перспективы развития /Транзитная экономика, № 3, 2005 г.
9. Гуляев В.Г. Организация туристских перевозок / Гуляев В.Г. - М. : Финансы и статистика, 2001. - 512 с.
10. Квартальнов В.А. Мировой туризм на пороге 2000 года: прогнозы и реальность. –М.: Финансы и статистика, 1998. -380 с.
11. Есмаханова А.У. Развитие туризма в РК: основные проблемы и перспективы развития. –Алматы, 2007.
12. Анискин Ю.П. Общий менеджмент. –М.: РМАТ, 1997. -120 с.
13. Браймер Р.А. Основы управления в индустрии гостеприимства /Пер. с англ. –М.: Аспект Пресс, 1995. -382 с.
14. Герчикова И.Н. Менеджмент: Учебник. –М.: Юнити, 1994. -685 с.
15. Грейсон Дж. Американский менеджмент на пороге 21 века / Пер. с англ. –М.: Экономика, 1991. -320 с.
16. Забелин П.В. Основы стратегического управления. –М.: Маркетинг, 1998. -195 с.
17. Зорин И.В. Менеджмент персонала. Планирование карьеры в туризме. –М.: РМАТ, 1997. -232 с.
18. Лобанов А.А. Человеческие ресурсы управления. –М.: Дело, 1993. -304 с.
19. Ильина Е.Н. Менеджмент транспортных услуг. –М.: РМАТ, 1997. -173 с.
20. Ильина Е.Н. Туризм – путешествия. Создание туристской фирмы. –М.: РМАТ, 1998. -170 с.
21. Зорин И.В. Менеджмент туризма. –М.: РМАТ, 1998. -230 с.
22. Толковый словарь туристских терминов / Авт.-сост. И.В.Зорин, В.А.Квартальнов. – М.: Инфогрупп, 1994. -407 с.
23. Японский менеджмент: Конспект лекций по теории управления. –М.: 1991. -203 с.
24. Сенин В.С. Организация международного туризма. Учебник. –М., Финансы и статистика, 2000. -400 с.
25. Моисеева Н.К. Стратегическое управление туристической фирмой. Учебник. –М., Финансы и статистика, 2000. -208 с.
26. Мидлтон В. Туризм основные понятия в туризме. М.: «ЮНИТИ-ДАНА», 2005.- 960 с.
27. Пузакова Е.П. Международный туристический бизнес. – М., «Экспертное бюро», 1997. -176 с.
28. Гуляев В.Г. Организация туристической деятельности. – М., «Нолидж», 1996. – 312 с.
29. Саипов А.А. Теория и практика туризма Казахстана. –А., КАО им. Алтынсарина, 1999. – 200 с.

30. Чеботарь Ю.М. Туристический бизнес. – М., «Мир деловой книги», 1997. – 68 с.
31. Баржаков М.Б. Индустрия туризма. – Спб., «Герда», 2001. – 400 с.
32. Зорин Н.В. Энциклопедия туризма. Справочник. – М., «Финансы и статистика», 2000. – 368 с.
33. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм : учебник для студ. вузов,; Рекомен. МО РФ / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз. - 4-е изд., перераб. и доп. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2007. - 1071 с.
34. Соболева Е.А. Финансово-экономический анализ деятельности туристической фирмы. – М., «Финансы и статистика», 1999. – 128 с.
35. Чудновский А.Д. Управление индустрией туризма. – М., «Кнорус», 2005. – 488 с.
36. Каурова А.Д. Организация сферы туризма. Учебное пособие. – СПб., «Герда», 2005. – 320 с.
37. Гвозденко А.А. Логистика в туризме. – М., «Финансы и статистика», 2004. – 272 с.
38. Дехтярь Г.М. Лицензирование и сертификация в туризме. Учебное пособие. – М., «Финансы и статистика», 2003. – 256 с.
39. Черновол В. Справочник туриста. – Ростов на Дону, «Феникс», 2001. – 224 с.
40. Алиева Ж.Н. Экологический туризм. – Алматы, 2002.
41. Джанджугазова Е.А. Маркетинг в индустрии гостеприимства : Учебное пособие для студ. вузов, обуч. по спец. "Социально-культурный сервис и туризм" / Е. А. Джанджугазова. - 2-е изд. испр. - М. : Академия, 2005. - 224 с.
42. Менеджмент туризма: Туризм и отраслевые системы. –М.; Финансы и статистика, 2001.
43. Калыкулов К.М., Жармаханбетов Н.С., Сарсенбаева А.А. Экономические механизмы управления туристической деятельностью: Монография. – Шымкент, 2008.-126 с.
44. Ердаuletов С.Р. География туризма. Учебное пособие. –Алматы, 2000. -172с.
45. Ердаuletов С.Р. Основы географии туризма. Учебное пособие. –Алматы, КазГУ, 1991. -172с.
46. Ердаuletов С.Р. История туризма. Развитие и научное изучение. –Алматы, 2003.
47. Менеджмент туризма: Экономика туризма. – М.; Финансы и статистика, 2001.
48. Александрова А.Ю. Международный туризм. –М.; Аспект-Пресс, 2001.
49. Папирян Г.А. Экономика туризма. –М.; Финансы и статистика, 1998.
50. Энциклопедия туриста. –М.; 1993.
51. Туризм Казахстана в 2007 году: стат. сб./ под ред. Ж Омарова.- Астана, 2008.-128 с.
52. Баржаков М.Б. Введение в туризм. –СПб.; Издательский торговый дом «Герда», 1999.
53. О туризме в РК: Статистический сборник. Алматы, 2008. – 92 с.
54. Кельбуганова Л. Казахстанский туристский продукт в кластерной политике / Экономика и статистика. – Алматы, 2005. – № 2.- с.126-129.
55. Вуколов В. Основы техники и тактики активных видов туризма. Алматы, 2006.
56. Гуляев В.Г. Организация туристской деятельности. –М.; 1996.
57. Алиев Ж. Туризм и устойчивое развитие. Экокурьер, -1997. 24 декабря.
58. Козырев В.М. Туристическая рента. –М.; «Финансы и статистика», 1998.
59. «Айқын апта», 2007 қараша. -4б.
60. Оңтүстік Қазақстан облысындағы туризм: Статистикалық жинақ.- Шымкент, 2009 ж.
61. 1-ші түркі әлемі туризм құрылтайы. Түркістан, 2005. -384б.
62. Ю.М.Чеботарь. Туристический бизнес. Мир деловой книги. – М.; 1997.
63. Агамирова Е.В. Управление персоналом в туризме и гостинично- ресторанном бизнесе : Практикум / Е. В. Агамирова. - М. : Дашков и К, 2006. - 176 с
64. Ихданов Ж.О. Совершенствование планирования общеэкономических пропорций народного хозяйства Казахстана. Алматы, КазНИИНТИ, 1998.
65. Аппенянский А.И. Рекреология: тренировочный процесс в активный туризм : Учебное пособие / А. И. Аппенянский ; Российская международная академия туризма. - М. : Советский спорт, 2006. - 196 с.

66. Здоров А.Б. Экономика туризма : Учебник / А. Б. Здоров ; Российская международная академия туризма. - М. : Финансы и статистика, 2005. - 272 с.
67. Каурова, А.Д. Организация сферы туризма : учебное пособие / Каурова, А.Д. - 2 изд., перераб. и доп. - М.-СПб : "Изд. дом Герда", 2005. - 320 с.
68. Малахова Н.Н. Инновации в туризме и сервисе : Учебное пособие / Н. Н. Малахова, Д. С. Ушаков. - М. : ИКЦ "МарТ", Ростов н/Д: Изд. центр "МарТ", 2008. - 224 с.
69. Сапрунова В. Туризм : эволюция, структура, маркетинг / Сапрунова В. - М. : Ось-89, 1997. - 160 с.
70. Новиков В.С. Инновации в туризме : учебное пособие для студ. вузов, обуч. по спец. "Социально-культурный сервис и туризм"; Рекомен. УМО по образ. в области сервиса и туризма / В. С. Новиков. - М. : Изд. центр "Академия", 2007. - 208 с.
71. Смыкова М.Р. Туризм: экономика, менеджмент и маркетинг : Учебник / М.Р. Смыкова ; М. Р. Смакова. - Алматы : "Нур-пресс", 2006. - 220 с.
72. Туризм. Безопасность в программах туров и на туристских маршрутах : пособие для студ. гум. и проф. фак-в вузов, спец. туристских организаций / И. И. Бутко [и др.]. - М. : ИКЦ "МарТ", Ростов н/Д: Изд. центр "МарТ", 2007. - 320 с.
73. Сорокина А.В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах : учебное пособие для студ. образ. учрежд. сред. проф. образ., обучающихся по спец. "Гостиничный сервис"; Допущено Минобрнауки России / А. В. Сорокина. - М. : Альфа-М: ИНФРА-М, 2007. - 304 с.
74. Состав и учет затрат в туризме : Методические рекомендации. Бухгалтерский учет. Состав затрат. - М : Изд."Ось-89", 2000. - 208 с.
75. Ушаков Д.С. Технологии выездного туризма : Учебное пособие / Д. С. Ушаков. - 2-е изд. - М. : ИКЦ "МарТ", Ростов н/Д: Изд. центр "МарТ", 2007. - 384 с.
76. Чудновский А.Д. Управление индустрией туризма : Учебное пособие для студ. вузов; Допущено МОН РФ / А. Д. Чудновский, М. А. Жукова, В. С. Сенин. - 4-е изд., испр. и доп. - М. : КНОРУС, 2007. - 440 с.
77. Экономика и организация туризма : учебное пособие; Допущено УМО по образов. в области производственного менеджмента для студентов вузов / Под ред. И.А. Рябовой, Ю.В. Забаева, Е.Л. Драчевой. - М. : КНОРУС, 2005. - 576 с.
78. Дурович А.П. Маркетинг в туризме : Учебное пособие / А. П. Дурович. - 5-е изд., стереотип. - Минск : Новое знание, 2005. - 496 с.
79. Долженко Г.П. Экскурсионное дело : учебное пособие / Г. П. Долженко. - М. : ИКЦ "МарТ", Ростов н/Д: Изд. центр "МарТ", 2006. - 304 с.
80. Боголюбов В.С. Экономика туризма : учебное пособие для студентов. - М. : Изд. центр "Академия", 2007. - 192 с.
81. Айгистова О.В. Введение в бизнес туроперейтинга : Учебно-методическое пособие для студентов направления "Менеджмент" / Айгистова О.В. - М. : РМАТ, 1996.
82. Александрова А.Ю. Международный туризм : Учеб. пособие / Александрова А.Ю. - М. : Аспект Пресс, 2001. - 464 с.
83. Биржаков М.Б. Индустрия туризма : Перевозки / Биржаков М.Б., Никифоров В.И. - М.-СПб. : Изд.дом Герда, 2001. - 400 с.
84. Биржаков, М.Б. Введение в туризм: учебник рекомендовано МО РФ / Биржаков, М.Б. - 8 изд., перераб. и доп. - СПб. : Герда, 2006. - 512 с.
85. Христов Т.Т. Религиозный туризм : учебное пособие для студ. по спец. "Социально-культурный сервис и туризм" / Т. Т. Христов. - 2-е изд., испр. - М. : Изд. центр "Академия", 2005. - 288 с.
86. Храбовченко В.В. Экологический туризм : Учеб.-метод. пособие / В. В. Храбовченко. - М. : Финансы и статистика, 2003. - 208 с.
87. Туризм и гостиничное хозяйство : Учебник / Под ред. А.Д. Чудновского. - М. : ТАНДЕМ, 2000. - 400 с.

88. Темный Ю.В. Введение в экономику туризма : Учебное пособие / Темный Ю.В. - М. : Советский спорт, 2001. - 184 с.
89. Соболева Е.А. Финансово-экономический анализ деятельности турфирмы / Соболева Е.А., Соболев Н.И. - М. : Финансы и статистика, 1999. - 128 с.
90. Сапожников Е.Н. Страноведение: Теория и методика туристского изучения стран : учебное пособие по спец. "Социально-культурный сервис и туризм" / Е.Н.Сапожников. - 2-е изд., исправ. - М : "Академия", 2004. - 240 с.
91. Саипов А.А. Теория и практика туризма Казахстана / Саипов А.А. - Алматы : Респ.изд.каб.каз.акад.образ.им.И.Алтынсарина, 1999. - 200 с.
92. Морозова Е.Я. Экономика и организация предприятий социально-культурной сферы : Учебное пособие / Морозова Е.Я., Тихонова Э.Д. - СПб. : Изд-во Михайлова В.А., 2002. - 318 с.
93. Морган,Н. Реклама в туризме и отдыхе : учебное пособие реком.УМЦ для студ.обуч.по спец."Реклама","Социально-культурный сервис и туризм" / Морган,Н. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2004. - 495 с.
94. Козырева Т.В. Учет издержек в туризме : Учебное пособие / Козырева Т.В. - М. : Финансы и статистика, 2001. - 224 с.
95. Кесікбаев М. Орысша-қазақша туристік тілашар / Кесікбаев М. - Алматы : Ана тілі, 1993. - 56 с.
96. Квартальнов В.А. Туризм : Учебник / Квартальнов В.А. - М. : Финансы и статистика, 2000. - 320 с.
97. Гуляев В.Г. Новые информационные технологии в туризме : Учеб.пособие / В. Г. Гуляев . - М. : "Изд-во ПРИОР", 1998. - 144 с.
98. Гостиничный и туристический бизнес : Учебник / Под ред. А.Д. Чудновского. - М. : ЭКМОС, 1999. - 352 с.
99. Горбылева З.М. Экономика туризма.Практикум : Учебное пособие / Горбылева З.М. - Мн. : БГЭУ, 2002. - 144 с.
100. Волков Ю.Ф. Введение в гостиничный и туристический бизнес : учебное пособие / Ю. Ф. Волков; Допущено МО РФ. - 2-е изд. - Ростов/Дону : Феникс, 2004. - 352 с.
101. Чеботарь Ю.М. Туристический бизнес : Практическое пособие для турфирм и их клиентов / Чеботарь Ю.М. - М. : Мир деловой книги, 1997. - 68 с.
102. Маркетинг в туризме : Учеб.пособие:Материалы семинара по менеджменту туризма курсов повышения квалификации преподавателей. - М. : РМАГ, 1996. - 67 с.
103. Маркетинг. Гостеприимство и туризм : Учебник для вузов / Пер. с англ. Котлер Ф., Боуэн Д., Мейкенз Д. - М. : ЮНИТИ, 1998. - 787 с.
104. Гуляев В.Г. Организация туристской деятельности : Учебное пособие / В. Г. Гуляев . - М. : Нолидж, 1996. - 312 с.
105. Койшинова Г.К. Туристический рынок и концентрация производства в туризме / Қаржы -Қаражат.- Алматы, 2008. - № 2-3. – 92-96
106. Дуйсен Г.М. Основы формирования и развития индустрии туризма в Казахстане. – А., 2002. – 94 с.
107. Козырев В.М. Туристическая рента. –М.; «Финансы и статистика», 1998.
108. Экономико-математические методы и прикладные модели: /Под ред. В.В. Федосеева.- М.: ЮНИТИ. 1999, - 391 с.
109. Экономико-математические методы и модели: / Под ред. проф. А.В. Кузнецова, Минск БГЕУ, 1999,-413 с.
110. Эконометрика. Под ред. Елисеевой И.И. –М.:Финансы и статистика, 2001.254 с.
111. Практикум по эконометрике. Под ред. Елисеевой И.И.-М.: Финансы и статистика, 2001г ,160 с.

Айменова Шамшибану Ануарбеккызы, Әймен Әнуарбек Талхаулы,
Молдашева Алтынай

Туризмді ұйымдастыру. (Оқу құралы)

Басуға 22.01.2010 ж. қол қойылған. Пішімі 60×84 1/16. Шартты б.т. 5,56

Таралымы 500. Тапсырма 68.