

ӘЛ-ФАРАБИ атындағы ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ

С. М. Баяндинова

САЯХАТ ИНДУСТРИЯСЫ

Оқу құралы

Алматы
«Қазақ университеті»
2015

ӘОЖ 796.5(075)

КБЖ 75.81я73

Б 34

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

Пікір жазғандар:

география ғылымдарының кандидаты, доцент *А.С. Ақтымбаева*
география ғылымдарының кандидаты *Р.Ю. Тоқмағамбетова*

Баяндинова С.М.

Б 34 Саяхат индустриясы: оқу құралы / С.М. Баяндинова.
– Алматы: Қазақ университеті, 2015. – 126 б.

ISBN 978-601-04-1223-1

Оқу құралында саяхат индустриясының түсінігі, даму тарихы қарастырылып, қазіргі жағдайы мен болашақ даму тенденцияларына болжау жасалады. Әртүрлі статистикалық мәліметтер келтіріліп, саяхат индустриясын құраушы жүйелерге толықтай сипаттама беріледі.

Оқу құралы студенттерге, магистранттарға, докторанттарға, оқытушылар және саяхат индустриясының дамуы мен оның әлемдік экономикалық өзгерістеріне қызығушыларға арналады.

ӘОЖ 796.5(075)

КБЖ 75.81я73

КІРІСПЕ

Саяхат индустриясы – функционалдық-компоненттік құрылым, интеграциялық салалар жүйесі, өндірістер және іс-әрекеттің барлық түрлері.

Саяхат индустриясы – қонақжайлылық қызмет дамуының негізі. Ұлттық нарықта қонақжайлылық қызметті қалыптастырудың нәтижесі ішкі және сыртқы әлеуметтік-экономикалық қатынастардың арақатынасы. Қонақ үй бизнесі туристік бизнеспен тығыз қарым-қатынаста. Туристерге қызмет көрсетуде түскен пайданың 60–70%-ы қонақ үй кәсіпорындарына тиесілі. Сондықтан да бұл қызмет түрлерін бөліп қарастыра алмаймыз, қонақ үй ді туристік қызметтер кешені ретінде пайдаланамыз.

Туристік саладағы кәсіпорындардың негізгі функциясы – туристік қызметтерді құрастыру, жүзеге асыру, қызметті пайдалануды ұйымдастыру. Туристік сала ұқсас кәсіпорындар қызметін біріктіреді және қызмет көрсету технологиясын, кәсіби даярланған кадрлар құрамы мен оған қойылатын талаптарды, орналастыру ерекшеліктерін, туристік қызметтердің нарықтағы орнын анықтайды.

Туризм индустриясына әлемдегі жұмыс істейтіндердің жалпы көрсеткішін пайыздық қатынаста алғанда 8,7 %-ы тиесілі.

Болжамдарға сүйенсек, 2023 жылы 340 млн жұмыс орны пайда болады. Туризм индустриясы 2010 жыл мен 2020 жыл аралығында жыл сайын 4,4 %-ға артып отырады. Саяхат және туризм бойынша әлемдік кеңестің, жылдық есептеулері мен «Саяхат және туризм индустриясының экономикалық көрсеткіштерінің» 2013 жылғы мәліметтеріне сәйкес: 2012 жылы Бразилия 8,5 млн саяхатшыларды қабылдады. Бұл көрсеткіш 2011 жылмен салыстырғанда 7,6 %-ға көп. Ал ішкі туризм ағымы 60 млн адамға жетіп, рекордтық көрсеткішке ие болды.

Жоғарыда келтірілген мәліметтерді сараптасақ, саяхат немесе туризм индустриясы – бұрыннан қалыптасқан және қазіргі күні үлкен болашақтың даму тенденцияларына ие экономикалық ірі күш.

Саяхат индустриясы – күрделі жүйе. Ондағы жүйе элементтерінің өзі жеке-дара индустрияларды қалыптастырады.

Соңғы жылдардағы адамзат өміріндегі өзгерістер, технологиялық-коммуникациялық жетістіктер саяхат индустриясының жаңа тенденцияларын қалыптастырғаны анық.

Оқу құралының негізі ретінде автордың әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті география және табиғатты пайдалану факультетінде оқитын дәріс курстары алынды. Оқу құралы «Саяхат индустриясы» және «Туризм индустриясы» бағдарламасына сәйкес келеді.

І т а р а у

ЕРТЕДЕГІ САЯХАТТАР ЖӘНЕ САЯХАТ ИНДУСТРИЯСЫНЫҢ ҚАЛЫПТАСУЫ

1.1. Ертедегі алғашқы саяхаттар, саяхат ұғымы және құрылымы

Адамның өзін қоршаған ортасын жан-жақты деңгейде тану үдерісі саяхатпен байланысты. Сауда қарым-қатынасын орнату қажеттілігі адамдарды бұрын барып көрмеген, аяқ баспаған жерлерге сапар шектіруге мәжбүр етті. Саяхаттар мен олардың рөлдері туралы алғашқы мәліметтер біздерге ұлы мәдениеттердің пайда болуы туралы мифтерден, аңыздардан, библиялық жазбалардан және көне авторлардың деректерінен жеткен.

XVII ғасырда Таяу Шығыста әлем мәдениетінің ұлы орталығы – өзен аңғарлары мен Месопотамия болғандығын дәлелдейтін балшықтан жасалған сына жазулы тақтайша табылды. Бұл жазбаларда алғашқы саяхатшылар туралы мәліметтер бар. Саяхат туралы алғашқы деректер Шумер-Аккад мәдениетінің ескерткіші – «Гильгамеш туралы аңызда» айтылады. Мұнда Урук қаласы онымен жаулас Киш қаласы екеуі арасындағы сауда қатынасы мен бейбітшілікті орнату барысы толықтай сипатталады. Саяхат екі аптаға созылған және өте қауіпті оқиғаларға толы болған.

Осы жазбаға сәйкес шумер мәдениеті өте көне мәдениеттің бірі болып саналады. Деректерге сәйкес, алғашқы елшілер б.з.д. X–IX ғасырларда оңтүстік Месопотамияда пайда болған. Шумерлер Парсы шығанағының бір аралдарын өздерінің отандары деп білген. Шумерлер «үлкен жерге» келу арқылы өзен қайықтарын басқару шеберлігін үйренді. Б.з.д. мыңжылдықтың IV ғасыр аяғында шумерлік қалалар пайда болып, олар сауда мен қолөнердің орталықтарына айналды. Қазіргі уақытта Ирак-

тың ұлттық мұражайында сақтаулы тұрған балшық тақтайшадан бір қаладан екінші қалаға дейінгі арақашықтық, оған кететін уақыт, соғыс жорықтары, билеушілердің өмірбаяндары туралы мәліметтер алуға болады. Тіпті, Шумер патшалығының көне жері суреттелген географиялық карталардың бөлшектерін де кездестіруге болады. Шумерлер тек Ирактың шөлдерімен ғана емес, Үндістан табиғатымен де таныс болған. Балшық тақтайшадағы мәтіндердің мағынасын анықтау арқылы мынадай мәлімет алынған: «шумерлер Мелуха (Үндістанның Солтүстік-Батысындағы жартылай аралдық мемлекет солай аталған) мемлекетімен белсенді сауда қарым-қатынасын жүргізген». Мұнда пілдер мен қолтырауындар бейнеленген шумерлік цилиндрлік таңба табылған.

Месопотомияның ең танымал қаласы – Евфрат өзенінің бойында орналасқан Вавилон. Бұл қаланың атауы «Құдай қақпасы» деген мағына береді. Сол уақытта бұл қалада 1 млн адам тұратын. Вавилон, сонымен қатар саяхаттаушылар мен көпестердің алаңы болды. Бұл Таяу Шығыстағы мәдениеттің өркендеген орталығы еді.

Көне Шығыста саяхат адамдардың күнделікті өмірінің бір бөлігі іспеттес саналды. Саяхат жасау өте қауіпті, сондықтан алдын ала міндетті түрде құрбан шалынатын болған. Бұған Гильгамеш аңызынан да мысалдар бар. Библиялық саяхатшылар қатарында Мойсей әулиені айтуға болады. Ол өзінің халқын шөл даладан құтқаратын жер іздейді.

Әлемдік өркениеттің тағы бір орталығы – Көне Мысыр. Табиғаттың елдің оңтүстігінен солтүстігіне дейін кесіп ағатын Ніл өзенімен олардың бағытын анықтап берді. Осының арқасында мысырлықтар Нуби елінің оңтүстігімен және жерортатеңіздік мемлекеттермен жақсы қарым-қатынас орната білді. Елдің орталық бөлігінен керуен жолы басталып, ол Қызыл теңізге, содан әрі Пунт еліне апаратын болды. Пунт (анығында Пуин) деп көне мысырлықтар Шығыс Африкада Аден шығанағында орналасқан елді атаған. Қазіргі уақытта бұл – Сомали мен Йемен мемлекеттерінің аумағы. Пунттан алып келетін негізгі заттар құлдар, алтын, қара ағаш, піл сүйектері және әлем ағаштарының хош иісті шайырлары. Бұл керуен жолы бойында демалуға арналған және астық қорларын толтыру орындары болған.

Мысырдың папирустағы жазбалары Пунт мемлекетіне саяхаттардың б.з.д. IV мыңжылдықта Асса фараонның кезінде, мы-

сырлық әскербасы Урудтың соғыс жорығымен жасалған. Бұл кезде олар Мысырға көптеген құлдарды алып келген. Екінші бір мысырлық саяхатшы Киркуф Пунт елінің барлық аумағын өзіне қаратқан. Ал алғашқы мысырлықтардың Пунт еліне кеме жіберуі б.з.д. X–XVI ғасырларда Сахур фараон кезінде жасалғандығы тарихи дәлелденген. Бірақ та ең танымал және толықтай сипаттамасы сақталған саяхат – Синухеттің саяхаты. Ол шамамен б.з.д. 2000-1960 жж. жасалған. Бұл фараон I Аменемхета билігі кезі болған. Синухет Кедем еліне саяхат жасады. Бұл туралы белгісіз автормен повесть жазылған, оны мысырлықтар өте қатты бағалаған және папирустан папирусқа сақтап келген. Бұл папирустың 4 беті Мәскеуде А.С. Пушкин атындағы бейнелеу өнері мұражайында. 1915 жылы академик Б.А. Тураев алғаш рет Синухет саяхатын аударды.

Мысырлықтарда кеме жасау өте ертеден дамыды. Мысырлықтардың көне қорғандары қабырғаларынан папирустан жасалған қайықтардың құрылысын бейнелейтін суреттер кездеседі. Фараондардың XI династиясында оңтүстік елдерге, ал XII династиясында Ніл өзенінің жоғары жағына экспедициялар жасалды. Мысалы, фараон III Узертезен Ніл өзенінің бастау алар жеріне «Ешкім де бұл сызықтан не жаяу, не сумен солтүстікке бағыт алып өтпесін» деген жазу жазылған тас бағандар орнаттырған. Сонымен қатар б.з.д. 2750 жылы мысырлық Ханнаның Қызыл теңіз жағалауларына асыл тастар, піл сүйектері мен хош иісті шайырлар үшін экспедиция жасағаны туралы мәлімет сақталған.

Пунт мемлекеті ғасырлар бойы өмір сүрді. Синухеттің саяхатынан түп-тура мың жыл өткеннен кейін б.з.д. 1493 жылы Фивакта тұратын (көне Луксор қаласы) Хатшепсут патшайымның нұсқауымен Пунт қаласына құрамында 5 үлкен отыз ескекті кемелі теңіз экспедициясы аттанды. Саяхатшылар Қызыл теңізбен 2000 шақырым жол жүрді. Бұл саяхат барлаушы мақсатында жасалған саяхаттардың алғашқысы болып саналады.

Бұл саяхаттың бастауы өте қызық. Хатшепсут патшайым Дейр-Эль-Бахри ғибадатханасының террасасына Амо құдайының құрметіне хош иісті шайыр бөлетін ағаш орнатқысы келеді. Ал мұндай ағаш Мысырда өспейтін. Сол кезде Амон құдайының сәуегейі Пунт қаласына экспедиция жинақтап, содан алып келу туралы кеңес айтады.

Саяхатшылар 31 хош иісті шайыр шығаратын ағаш сатып алып, аман-есен елдеріне оралады. Осының құрметіне Дейр-Эль-Бахри ғибадатханасының қабырғаларына экспедицияның бедерлі суреттері бейнеленген. Бірақ та Мысырдың құрғақ ауа райына ағаштар шыдай алмаған, дегенмен ғибадатхананың қабырғасындағы суреттер б.з.д. сақталған. Арада 3500 жыл өтсе де олар әлі күнге дейін өздерінің көркемдігімен туристерді таңғалдыруда.

Хатшепсут заманынан тасымалдауға арналған аса ірі кемелер жасалынды. Ашық теңізге шығу елдер арасындағы байланыстарды нығайтты. Қажетті ағаштарды Сирия мен Ливаннан әкелген. Қызыл теңізден кемелер Араб аралдарына, Үндістанға, Қытайға аттанған. Шығыс Африка елдерімен сауда белсенді болған. Ол жақтан алтын, піл сүйектері, тас пен жананнан жасалған бұйымдар әкелінген.

Алғашқы теңізшілер болып финктер саналады. Олардың мемлекеттері Жерорта теңізінің шығысында орналасты. Финктер үлкен және мықты кемелер жасады. Жерорта теңізі бассейнінің шекарасынан тыс жерлерге Еуропа мен Африкаға жүзді.

Б.з.д. VI ғасырда Мысыр фараоны Нехоның тапсырмасымен финктер Африканы айналып саяхат жасады. Финктер Эритрей теңізінен (Қызыл теңіз) және Оңтүстік теңізге (Үнді мұхиты) шықты. Күз мезгілінің басталуымен олар қыстауға жағада қалатын болды. Жағада олар тұрақтар орнатып, егін егіп, содан әрі қарай жүзетін болған. Осылай екі жыл бойы жүзіп, үшінші жылы Африканы айналып, «Геркулес бағандары» арқылы жүзіп өтіп Мысырға оралған. Гибралтар бұғазы осы финктердің арқасында ашылған. Содан Еуропаның, Британ аралдары және Африканың Батыс жағалауларына шығу мүмкіндігі пайда болған. Олар Атлант мұхитындағы Кадир (Кадис) қаласы мен Тингис (Танжер) қаласын басып алған.

Финктердің географиялық ашылулары, олардың саяхаттары туралы толықтай сақталған мәліметтер жоқ. Тек көне грек тарихшысы Геродоттың финктердің ұлы жүзулері туралы деректері ғана мәлімет бере алады.

Соған қарамастан финктердің географиялық ашылулар саласындағы еңбектері елеулі. Ең алдымен, финктер Ескі дүниенің екі құрлығының атын берді. Жерорта теңізімен жүзе отырып, олар алғашқы болып, теңізден шығысқа қарай орналаса жатқан елді «ас-са», ал Жерорта теңізінің Солтүстік-Батыс бөлігінде орналасқан

елді «эреб» деп атады. «Эреб» сөзі «күннің батуы» деген мағына берсе, «асса» сөзі «күннің шығуы» деген мағына береді. Осыдан көне гректерде «Азия» және «Еуропа» деген атау қалыптасқан.

Финктердің тағы бір еңбегі иероглифтерді алфавит әріптерімен ауыстыру еді.

Саяхаттар мен жаңа ашылулар барлық әлем халқымен жүргізілді. Бұдан адамзат өркениетінің отандары болған Қытай мен Үндістан да шет қалмады.

Көне Қытай өркениеті Хуане өзені бассейнінде б.з.д. II мыңжылдықтың ортасында қалыптасқан. Қытай саяхатшыларына Қытайдың географиясы жақсы таныс болған. Олар тек өздерінің өзендерінде ғана жүзбей, өз кемелерімен Тынық мұхитына да шығып отырған.

Шань-Инь династиясы кезінде (б.з.д. XVII-XII ғ.) Қытай мемлекеті өзіндік теңіз колонналарына ие болған.

Көне Қытай өмірінің бір бөлігін теңіз саяхаттарының құрасытырғаны туралы келесі дәлелдер растайды. Ци патшалығының патшасы б.з.д. VI ғасырда алты ай бойы зерттеу мақсатында кемеде жүзген. Қытай философы Конфуций 13 жылын елтанушы ұстаз ретінде өткізген.

Сауда және серуен кемелерінен басқа көне Қытайда мықты соғыс кемелері де болған. Жылнамашылар У мен Ци патшалықтарының арасындағы б.з.д. 485 жылы болған ірі теңіз қақтығысы туралы хабарлайды.

Көне Қытайда сауда қарым-қатынастарын белсендіру мақсатында б.з.д. VII ғасырда нақты географиялық шолулар жасалған. Оларды жолсілтемелердің алғашқы бейнесі деуге болады. Онда тек табиғи жағдайлар ғана емес, шаруашылығы, көлік және т.б. сипатталған.

Чжаньго кезеңінде Қытайда діни және ғылыми туризм пайда болады. Абыздар Бохайвань (Сары теңіз) шығанағына Пенлай және Инчжоу аралдарына мәңгілік өмір құпиясын білетін үлкендермен кездесуге барған.

Сонымен қатар қытайлықтардың географиядағы білімдерін мойындатқан Ұлы Қытай қорғанының салынуы еді. Оның құрылысы б.з.д. IV ғасырда басталған. Қорған шаруалар, көшпенділер өмір сүретін дала аудандарын бөлетін шекарамен түп-тура салынған.

Саяхаттың интенсивті дамуы б.з.д. III ғасырда Хань династиясы кезінде белең алды. Бұған екі фактор әсер етті:

- а) елдегі жақсы дамыған жолдардың болуы;
- ә) саяси өмірдегі либерализация.

Көне Қытайдағы аса танымал саяхатшы Сыма Цянь болды. Сыма Цяньның танымал үш саяхаты б.з.д. 125-120 жылдары жасалынған.

Біріншісі – Қытайдың Оңтүстік-Батыс және Солтүстік-Батысына жасаған саяхаты. Хуанхэ өзенінің төменгі ағысымен Сыма Цянь Хуайхэ және Янцзы өзендер алқабымен Тайху өзеніне дейін барған. Одан әрі қарай оңтүстік Янцзы және Чжеэцзян арқылы Қытайдың оңтүстігіндегі Хунань провинциясына жеткен. Кері жолда Сянцзян өзенімен, Дун-тинху көлі, Янцзы өзенінің төменгі ағысы және әрі қарай солтүстікке жүзген.

Екіншісі – қытайлар жаулап алған Оңтүстік-Батыс өңір. Сычу-ань және Юньнань арқылы Сыма Цянь Қытайдың Бирмамен шекарасына жетті.

Үшіншісі – Солтүстік-Батысқа Ұлы Қытай қорғанынан Ганьсу провинциясына дейінгі саяхаты.

Сыма Цянь тек қана саяхат жасап қоймай, өз саяхаттары туралы нақты жазып отырды. Оны «қытай тарих жазбасының атасы» деп атайды, ал еуропалық әдебиеттерде «қытайлық Геродот» деп құрметтейді. Оның «тарихи жазбалары» өз кезегінде жалғастырушы тарихшылар үшін эталон болды.

Көне Үндістан жерінде, нақтырақ айтқанда, Үндістанның жартылай аралының Солтүстік-Батысында б.з.д. үшінші мың жылдықта өркениеттің екі орталығы болды: оның бірі – Хараппа, екіншісі – Мохенджо-Даро. Бұл орталықтар туралы мәліметтер жоқтың қасы.

Біздің дәуіріміздің басында үндістер Суматра, Ява аралдарында сауда қарым-қатынастарын жүргізе бастады.

Осы себепті барлық көне өркениет орталықтарында әртүрлі мақсаттағы жорықтар мен саяхаттар белсенді жүргізілген. Көне Үндістандағы саяхаттар мен елшілік жорықтар туралы мәліметтердің аздығы сол аумақтағы халықтардың жазу-сызуды меңгеруіне байланысты болды. Көне өркениет орталықтарының барлығы өзінше ерекше және бірегей. Қазіргі мәдениеттің төл бесігі осы антикалық мәдениет екені айдан анық.

Саяхат индустриясы – қонақжайлылық қызмет дамуының негізі. Ұлттық нарықта қонақжайлылық қызметті қалыптастырудың нәтижесі ішкі және сыртқы әлеуметтік-экономикалық қа-

тынастардың арақатынасы. Қонақ үй бизнесі туристік бизнеспен тығыз қарым-қатынаста Туристерге қызмет көрсетуде түскен пайданың 60-70%-ы қонақ үй кәсіпорындарына тиесілі. Сондықтан да бұл қызмет түрлерін бөліп қарастыра алмаймыз, қонақ үй туристік қызметтер кешені ретінде пайдаланамыз.

Туризм индустриясы әлемдік шаруашылықта жоғары пайда әкелетін ең маңызды салалардың бірі және қазіргі уақытта өте қарқынды дамуда. Бұған дәлел әлемдік ұлттық өнімнің 10-12 %-ын, әлемдік инвестицияның 7 %-ын, әрбір 16-ншы жұмыс орнын, 11 % әлемдік тұтыну шығындарын, 5 % салық түсімдерін, 30-35% халықаралық сауда қызметін құрайды. Туризм валюталық кірістердің мемлекеттің бюджетіне түсуін қамтамасыз етеді.

Әрбір шетелдік турист орта есеппен 300–600\$ тамақтануға, қонақ үйге орналасуға, экскурсиялық қызмет көрсетулерге және әртүрлі тауарларды алуға жұмсайды. Саяхатқа сұраныс нарық механизмі мен экзогенді факторлармен анықталады, олар демографиялық және әлеуметтік өзгерістерді, елдің экономикалық және құқықтық жағдайын, сауда қатынасының дамуын, транспорт инфрақұрылымын, ақпараттық технологияларды және келушілердің қауіпсіздік шараларының жоғарылауын қамтиды.

Туризм индустриясының салааралық шаруашылық кешен ретінде негізгі мағынасы – қонақжайлылық қызметтің дамуы – турөнімді құрастыру, сол өнімнің немесе қызметтің жүзеге асуы туристік іс-әрекеттің туристік белгісін көрсетеді. Туристік саладағы кәсіпорындардың негізгі функциясы турөнімді құрастыру, жүзеге асыру, қызметті пайдалануды ұйымдастыру және тауардың туристік мәнге ие болуын қалыптастыру. Туристік сала ұқсас кәсіпорындар қызметін біріктіреді, қызмет көрсету технологиясын, кәсіби даярланған кадрлар құрамы мен оған қойылатын талаптарды, орналастыру ерекшеліктерін және туристік қызметтердің нарықтағы орнын анықтайды.

Көлік кешені, орналастыру құралдары, қоғамдық тамақтану және ойын-сауық объектілері туризм индустриясына кіретін туристік қызметтегі бірінші өндіріс орындары болып табылады.

Туризм индустриясы функционалдық-компоненттік құрылым, интеграциялық салалар жүйесі, өндірістер мен іс-әрекеттің барлық түрлерін қамтиды.

Бақылау сұрақтары:

1. Ертедегі алғашқы саяхаттарды сипаттаңыз.
2. Көне өркениеттердегі саяхаттардың басты мақсаттары қандай болған?
3. Ежелгі саяхаттардың бүгінгі саяхат индустриясының дамуына қандай әсері болды деп ойлайсыз?
4. Саяхат ұғымын қалай түсінесіз?
5. Саяхат индустриясын нелер құрайды?

**1.2. Ұлы географиялық ашылулар,
оның саяхаттың дамуына әсері**

Ұлы географиялық ашылулар, жаңалықтар – XV ғасырдың соңы мен XVII ғасырдың ортасы аралығында еуропалық саяхатшылардың жаңа жерлерді, құрлықтар мен аралдарды, мұхиттар мен теңіздерді, аса маңызды теңіз жолдарын ашу кезеңі. Бұл кезең тарихқа Ұлы географиялық ашылулар заманы деген атпен енді. Жаңа жерлердің көптеп ашылуы Еуропадан Оңтүстік және Шығыс Азия елдеріне теңіз жолдарын іздеумен тікелей байланысты болды.

XV ғасырдың ортасына қарай Еуропа елдерінде өнеркәсіп пен сауданың мықтап өркендеуі, Еуропаны Шығыс Азиямен байланыстыратын құрлық жолын және кеме қатынасы өркендеген Жерорта теңізінің шығыс жағалауын түріктердің басып алуы, ашық мұхитқа шығып, алысқа жүзе алатын берік кемелердің жасалуы, ғылым мен техниканың жандануы саяхаттардың дамуына қолайлы жағдай туғызды. Араб саяхатшысы Әбу-Абдалла Мұхаммед ибн Баттута Еуропа саяхатшыларына дейін 30 жыл бойы саяхат жасап, Африканың солтүстік жағалауын бойлай жүзіп, Танжер қаласынан (Марокко) бастап Египет, Арабия, Кіші Азия түбегін, Қырым, Ресей, Орта Азия, Иран, Ауғанстан, Үндістан, Қытай, Индонезия, Испанияда болған. Ұлы географиялық ашылуларды сол кезде күшті дамыған елдер – Португалия мен Испания бастады.

XV ғасырдың 2-жартысында Португалия ханзадасы, теңізші Генрих (Энрико) Африка жағалауына көптеген экспедициялар ұйымдастырып отырды. Португал теңізшілері құрлықтың батыс және оңтүстік жағалауын бойлай жүзді.

1488 ж. Б. Диаш Африканың оңтүстік шетіндегі Қайырлы Үміт мүйісіне жетті. Португалдардың бұл саяхаттары Ұлы география-

лық ашылулардың бастамасы еді. Олармен бәсекелес испандықтар Шығыс Азияға апаратын теңіз жолын батыстан іздеуге тиіс болды. Орта ғасырларда ежелгі дүние ғалымдарының Жерді шар тәріздес деген ұмытылған пікірі қайта жандана бастаған еді. Осыған сәйкес бірқатар ғалымдар мен теңізшілер Испаниядан шығып үнемі батысқа қарай жүзе берсе, Азия жағалауына жетуге болады деп есептеді. Неміс картографы М. Бехаймның глобусында (1492 ж.) және Италия космографы П. Тосканеллидің картасында (15 ғасырдың 2-нші жартысы) Еуропаның батыс жағалауы мен Азияның шығыс жағалауы арасы ешқандай құрлықсыз және мұхиттың ені кішірейтіліп көрсетілген. Х. Колумб осы пікірге негізделіп ұйымдастырылған экспедициясында 1492 ж. Американы ашты. Оның 4 саяхатының (1492-1504 ж.) нәтижесінде Орталық Америкадағы Багам, Үлкен Антиль және Кіші Антиль аралдары, Оңтүстік Американың солтүстік жағалауы ашылды.

1497-1499 ж. португал теңізшісі Гама (Васко-да-Гама) Африканы оңтүстігінен айналып өтіп, Үндістанға апаратын теңіз жолын ашты (экспедицияны Африка жағалауынан әрі қарай араб лоцманы Ахмет ибн Мәжит бастап барды). 1497 ж. ағылшын теңізшісі Джон Каботт Үндістан мен Қытайға Солтүстік теңіз жолын іздеу кезінде Нью-Фаундленд аралдарына және Лабрадорға жүзіп барып, Солтүстік Американы ашуды бастады. Х. Колумбтан кейін испан және португал теңіз саяхатшылары А. Веспуччи Америка құрлығы жағалауларына бірнеше рет жүзіп барып, оны жаңа дүние ретінде сипаттап жазды. Бұдан әрі испан конкистадорлары Солтүстік және Оңтүстік Американың ішкі аудандарын жаулау кезінде бірқатар жаңа жерлер ашты (Э. Кортес, Х. Писарро). 1503 ж. В. Нуньес де Бальбоа Панама мойнағы арқылы Тынық мұхит жағалауына шықты. Бальбоаның жаңалығы Атлант мұхитынан «Жаңа дүниені» айналып, «Оңтүстік теңізге» (мойнақтан қарағанда оңтүстікте көрінетіндіктен саяхатшылар солай деп атаған) асатын жолды іздеу туралы ой тудырды. Бұл идеяны Ф. Магеллан басқарған испан экспедициясы жүзеге асырды. Магеллан және оның серіктері Атлант мұхитынан жол тауып, Тынық мұхитқа өтті, онан әрі дүние жүзін айналып шықты (1519-1522 ж.). XVI ғасырдың ортасында Ұлы географиялық ашылулар заманының бірінші кезеңі аяқталды. XVI ғасырдың 2-нші жартысынан XVII ғасырдың 2-нші жартысына дейін созылған екінші кезеңнің басында Шығыс Азия елдеріне Еуразияның және Солтүстік

Американың солтүстік жағалауын айналып жүретін теңіз жолын (Солтүстік-Шығыс және Солтүстік-Батыс жолдарын) іздеуге байланысты географиялық ашылулар жасалды. Еуропадан Үндістан мен Қытайға баратын Оңтүстік теңіз жолдары Испания мен Португалияның қолында қалғандықтан жаңадан өркендеп келе жатқан Англия мен Голландия теңіз жолын басқа жақтан, солтүстіктен іздеуге мәжбүр болды. Жер шарында ұлы географиялық зерттеулер XV ғасырдан басталады. Бұл жерде Еуропа саяхатшыларының мақсаты аңызға айналған Үндістан жерін ашып, онымен сауда, қарым-қатынас жасау болды. Бірақ саяхатшылар Үндістанның қай жерде екенін білмеді, оған еуропалықтар Африканы жүзіп бармақ болды. Бұл ғасырда әр елде теңізде жүзу етек ала бастады. Алысқа мұхит толқынына жүзе алатын кемелер жасалды. Кеме шаруашылығын өркендетуде Португалия мен Испания бәсекелесіп, Атлант мұхиты арқылы жүзіп, бірқатар жерлерді, белгісіз аралдар мен түбектерді ашып, оларды өздерінің отарына айналдырды. Міне, осы кезде Үндістанды, Шығыс Азияны Батыс теңіз жолы арқылы ашу керек деген жаңа жоспарды Христофор Колумб ұсынды. Жер шар тәрізді болғандықтан, олар Батысқа қарай жүзе берсе Азияның Шығысына шығатынын айтты. Бірақ оның айтқанын Батыс елдері бірден қабылдамады, көп қиыншылықтардан соң ол өз дегеніне жетті. Колумб Еуропада бірінші болып Шығыстан Батысқа қарай Атлант мұхитын жүзіп өтіп, белгісіз жерді, көптеген аралдарды ашты. Ол ашқан жерлерін Шығыс Азия, Үндістан жері, Жапония аралдары деп ойлады, Американы ашқанын өзі білмей кетті.

Ұлы географиялық ашылулар заманында көптеген жерлер ашылды. Бірақ бұл материктер толық зерттелмеген еді. Ендігі кезең материктердің зерттелуін қамтиды (XVII-XVIII ғ.). Бұл еңбекте Христофор Колумбтың экспедициялары, Васко да Гамманың географиялық еңбектері, Фернандо Магелан саяхаты, Америго Веспуччидің, Уильям Дампир, Генри Гудзон, Джеймс Кук, Лаперуздың географиялық ашылулары қамтылды.

Колумб 1436 жылы Генуя қаласына жақын жердегі тоқыма өнеркәсібінде істейтін Доминико Колумб отбасында туған. Колумбтың жас кезінде қайда оқығаны белгісіз, әйтеуір итальян, испан, португал және латын тілдерін жақсы білгендігі анық. Он төрт жасында Колумб теңіз қызметіне кетеді. Жасында Жерорта теңізінде, Еуропа жағалауларына саяхат жасаған сауда кемеле-

рінде болып, теңіз жағдайларын жақсы біліп алады. Колумб Генуяда тұрғанда географиялық карта сызумен шұғылданады. Ол бұл мамандықты меңгеріп алған соң, інісі Бартоломей Колумбпен бірге Лиссабонға келеді. Португалияның Лиссабон қаласы теңіз шаруашылығының орталығы болды. Оған барлық жерден ғалымдар, теңізшілер, географтар жиналатын. Мұнда келгеннен кейін де ағайынды Колумбтар карта жасаумен айналысады және бір-қатар теңізде жүзу жұмыстарына қатысады. Колумб Лиссабонда тұрған кезінде Феници Леониде Полестерелло дейтін теңізшінің қызымен танысып, соған үйленеді. Колумб үйленген соң Порто-Сонто аралына келіп, қайын атасының үйінде тұрады. Мұнда ол атасынан қалған географиялық карталарды, теңіз жұмысы туралы жазбаларын тауып алып, сол материалды мұқият зерттейді. Міне, осы кезден бастап Колумб Батыс жолымен Үндістанды ашу мәселесіне кіріседі. XV ғасырда ежелгі ғалымдардың Жер шар формалы деген болжаулары теңіз саяхатшыларының назарын аударды. Кейбір ғалымдар батысқа қарай жүзу арқылы Жерді айналып өтіп, Үндістанға жетуге болады деген пікір айтты. Бұл жолды Африканы айналып өтуге қарағанда, қысқа жол деп қате есептеді. Үндістанға батыс жолмен жетуге әрекет жасаған еуропалық тұңғыш теңіз саяхатшысы Христофор Колумб (1451-1506 ж.) болды. Христофор Колумб өзінің Үндістан мен Қытайға апаратын теңіз жолын іздеу сапарын Африканы айналып жүретін Шығыстан емес, әлі зерттелмеген, Атлант мұхитын басып өтетін батыстан бастау керек деп шешті. Ол Жердің шар іспетті екенін білетін-ді. Егер олай болған күнде Батысты бетке алып жүзе берсе Үндістаннан барып шығатынын топшылады. Оның бұл жоспары ол кезде «ақымақтың ісі» саналатын. Әлі ешкім сырын білмейтін мұхит арқылы кіп-кішкентай кемемен жүзіп өтемін деу, шынында, көзсіз ерлік еді. Ұзақ жылға созылған айтыс, таба болу мен торығудан кейін, ақыры Колумб алтын мен жаңа жер байлығына күштар испан корольдерінің бетін өзіне бұрды.

Колумб жол бастаушы «Санта Мария» және «Нинья», «Пинта» деп аталатын үш кемемен 1492 жылы тамызда Испания жағалауындағы Полос қаласынан сапарға шығады. Бұлар аттанғанда ауа райы ашық болды. Пассат желі бір қалыпты соғып, кемелер батысқа қарай еркін сырғи жөнелді. Бұрын мұндай ашық теңізге шығып көрмеген теңізшілер алғашқыда үрейлене бастады. Кенет

көкжиектен жасыл белдеу көрінгенде олар қатты қуанып қалады. Алайда ол жер емес, бетін балдыр басқан Сорогос теңізі болып шығады. Бұл Колумбтың Атлантикадан ашқан бірінші жаңалығы еді. Күн артынан күн жылжып өтіп жатады. Көкжиекке ұласқан көк теңізден басқа көзге ілінер ештеңе көрінбейді. Теңізшілердің ішінде торығу байқала бастайды. Дегенмен олар Колумбтың есебі бойынша осы кезде Үндістанға жетуге тиіс екендерінен мүлде бейхабар болатын. Алайда жуық маңда көрінетін жер жоқ еді. Колумб ұстамдылық танытып, тұнжыраған теңізшілердің көңілін көтеріп, оларға алтын мен дәмді тағам бергізеді. Ақыры одан да ештеңе шықпай, теңізшілер мұны тыңдауын қойып, «Егер енді үш күннен кейін жер көрінбейтін болса, кеменің бетін кері бұрамыз» деген шарт қояды. Колумб амалсыз көнеді. Айтылған мерзім бітер күннің түнінде сағат екіде кеме вахтасында тұрған теңізшінің «Жер! Жер көрінді!» деген айғайы естілді. Бұл бір шағын арал еді. Оны Колумб Сан-Сальвадор деп атады. Одан кейін бұлар Кариб теңізіндегі жұпар Куба, ғажайып Гаити аралы, тағы-тағы толып жатқан аралдарды басып өтті. Теңізшілер бұл өңірден алғаш рет жүгері, картоп, темекі сияқты Еуропада жоқ өсімдіктерді кездестірді. Бұларды қай жерде болмасын сұлу келген бойшан адамдар қарсы алды. Дегені қабыл болып тұрған, өзін Үндістандамын деп ұйғарған Колумбтың айтуынша, бұларды саяхатшылар үндістер деп атап кетті. Колумб ешкім білмейтін жаңа құрлық емес, Үндістанға баратын батыс жолын таптым деп топшылайды. Ақыры үшінші, одан кейінгі төртінші сапарында өмірінің соңғы жылдарында өзінің «бөтен бір дүние бөлігін» ашқандығы жайында ойлана бастайды.

Колумб Американы ашқаннан кейін испандықтар жаңа жерді жаулап ала бастайды, онда өз қоныстарын салып, жергілікті халқын құл етеді, қырып-жояды. Колумбтың өзі көп кешікпей король сарайында жүріп жазаға тартылады да, оның қалай өлгенін ешкім білмей қалады. Ал тарихтың әр нәрсені өз орнына қоятыны белгілі. Біз қазір Колумб есімін құрмет тұтып, оны жаңа жер ашқан қаһарман теңізші деп білеміз.

Мұхиттың арғы жағындағы қазынасы мол, жаңа жерлер испандарды қызықтырды. Сол жерге барып орнығамын деушілерге король 1497 жылдан бастап рұқсат берді. Бұл байлығы мол жерге көпестер, кедейленген дворяндар, үкіметке наразылар, айыптылар көшіп кетпекші болды. Король үш экспедиция ұйымдасты-

рып, көп адам жіберді. Солардың ішінде Колумб ашқан жерді көруге Америго Веспуччи де аттанды.

Америго Веспуччи. 501 жылы Португалия королінің келісімімен «жаңа жерге» екінші рет барды. Веспуччи Пинсон, одан кейін Кобрал ашқан Бразилия жағалауын зерттеп қайтады. 1503 жылы Веспуччи үшінші рет «жаңа жерге» саяхатқа шығады. Ол енді Бразилия жағалауымен Үндістанға өтпек болады да, 20° оңтүстік ендікке дейін жүзіп барып Колумб ашқан, одан кейін көптеген испания саяхатшылары зерттеген «жаңа жер», «бұл Азия аралдарының тізбегі емес, осы күнге дейін белгісіз материк» деген дұрыс қорытындыға келеді.

1507 жылы космограф Мартин жер жүзін Еуропа, Азия, Африка материктеріне бөліп, жаңадан Америго ашқан жерді оның басқа материктерімен ұқсастығына қарай «Америка деп атау керек» дейді.

Ол кезде Американы «Тоты құстар жері» дейтін. Сөйтіп, жаңа құрлықтың жартысы Америго Веспуччи есімімен аталып кетті. Ол материкті негізінде тұңғыш ашқан атақты Христофор Колумб еді, бірақ ол өмірінің ақырына дейін жаңа материк ашқанын білмеді. Ол жердің жаңа материк екендігін дәлелдеген Америго Веспуччи болды. Осыдан кейін еуропалықтар Американың жаңа материк екеніне сенді. Енді отаршылар Америка байлығын иемденуге жанталасып, жергілікті халықты қырғынға ұшыратты, бірсыпырасын Еуропаға апарып құлдыққа сатты. Аралдардың кейбір байырғы халықтарын еуропалықтар осы ретпен құртып жіберді. Бұдан кейін еуропалықтар Мексиканы, Перуді, Оңтүстік және Солтүстік Американың басқа жерлерін өздеріне қаратып, бейбіт халықтарын тонап, олардың ғасырлар бойы қалыптасқан мәдениетін, салт-сана, әдет-ғұрпын аяққа басты. Сөйтіп, Колумб, Васко да Гама, тағы басқалардың белгісіз жерлерді ашуы география ғылымы үшін үлкен жаңалық болса, ал еуропалықтардың одан кейінгі саяхаты басып-жаншуды, отарлау саясатын көздеді.

Колумб батыс теңіз жолымен Үндістан, Қытай, Жапон аралдарын ашамын деп барып, жаңа жерді – Американы ашып жүргенде, Васко да Гама Африканы айнала жүзіп, Үндістанды ашты, содан бастап Португалияның Азияны отарлауы басталды.

Васко да Гама. Васко да Гаманың нақты қай жылы туғаны белгісіз, дегенмен кейбір деректерге қарағанда 1469 жылы туған деп шамалайды. Ол жасында Португалияның Испанияға қарсы

соғысында ерлік көрсеткен, бірнеше рет Гвинея жағалауын айнала жүзіп шыққан. 1492 жылы Васко да Гама II Жуан корольдің тапсырмасын орындап, оның Францияда қалған алтын тиеген кемесін Португалияға алып келеді, содан оның аты әйгілі болады. 1497 жылы 8 маусымда Васко да Гаманың төрт кемелі экспедициясы Лиссабон портынан шығады. Кемелерді ол мұқият қарап, оған керекті адамды өзі таңдап алады да, әрбір кемеге тәжірибелі адамдарды капитан етіп тағайындайды. Бір апта жүзген Васко да Гама эскадрасы Канар аралдарына келеді. Содан кейінгі сапары сәтті болып, 4 қарашада Африка жағалауына жетіп, зәкір тастайды. Бұл жерді адмирал «Әулие Елена» қойнауы деп атайды. Мұнда саяхатшылар сегіз күн аялдап, айналаға географиялық зерттеулер жүргізеді. Адмирал өз күнделігінде «Африка жағалауындағы тұрғындар құлаққа тағатын мыстан басқаны бағаламайды және өздері шетінен батыл келеді» деп жазады.

Бұдан әрі жүзіп, өздерімен бірге келе жатқан Бартоломеудің жол көрсетуімен Африка материгінің оңтүстік нүктесі «Қайырлы Үміт» мүйісін айналып өтіп, Васко да Гама белгісіз теңізбен жүзе береді. Эскадрада ауыз су азайып, екі кемені жөндеу қажет болып, енді бұлар беймәлім бір жағаға зәкір тастайды. Бұл жердің халқы кафирлер деп аталады екен, олар саяхатшыларды жылы шыраймен қарсы алады. Сондықтан бұл жерді Васко да Гама «жақсы адамдар жері» деп атайды. 1498 жылы 23 қаңтарда эскадра Замбези өзені сағасына жетіп, мұнда бір ай бөгеледі. Үнді мұхитынан жүзіп өтуге дайындық жасайды. Кемелерін бүтіндейді, ауырып өлген матростарды жерлейді. Васко да Гама Үндістаннан Португалияға келген соң король оны Үндістанды жаулап алуға 20 соғыс кемесін беріп аттандырды. 1502 жылы 10 ақпанда Лиссабоннан шыққан бұл әскери экспедиция күзге қарай Каликутке жетеді. Каликут раджасы мұндай жауға қарсылық көрсетпей, олардың айтқанын істеп, сауда жасауға келісім береді. Васко да Гама төрт сағат ішінде қала маған бағынсын деп раджаға елші жібереді. Ол бұған жауап қайтармайды, өйткені ол бейбіт жатқан елге сауда жасау үшін келген еуропалықтар соғыс ашады деп ойламаған-ды. Айтулы төрт сағат өткен соң Васко да Гама оның айлақтарындағы бүкіл бейбіт тұрған кемелерді басып алып, бейбіт қалаға зеңбіректен оқ жаудырады, ғасырлар бойы тұрған сәулетті күмбезді үйлерді талқандап, еркін елді қырғынға ұшыратады. Мұндай озбырлық, еркін елді қанға бояу бөгде елді отаршылардың ежелгі әдеті болатын. Васко

да Гама бұдан әрі Цейлон, Суматра, Ява аралдарына дейін барып бейбіт елді қырғынға ұшыратты. Мұны көрген қытай халқы өзіне қарайтын бұл аралдардан португал басқыншыларын қуып шығады. Португалияның географиялық зерттеулері Васко да Гаманың осы екінші экспедициясымен аяқталды. Енді олар біржола отарлау саясатына көшті. 1519-1522 жылдары Азияға батыс жолмен жету мақсатымен Испания ірі теңіз саяхатын ұйымдастырды. Экспедицияны ер жүрек, тәжірибелі теңізші, қайтпас жігерлі адам Фернан Магеллан басқарды. Бес кемеден құралған экспедиция Оңтүстік Америка жағалауына жетіп, материк пен Отты жер аралы арасындағы бұғаз (қазіргі Магеллан бұғазы) арқылы Оңтүстік Американы айналып өтеді. Одан әрі Тынық мұхитты кесіп өтіп, Филиппин аралдарына жетеді. Осында жергілікті тұрғындармен қақтығыс кезінде Магеллан қаза табады. Оның серіктері Тынық мұхитпен жүзіп, Оңтүстік Африканы айналып, Испанияға жалғыз ғана кемемен қайтып оралады. Осы дүние жүзін айналып өткен тұңғыш саяхат Жердің шар тәрізді екенін, дүниежүзілік мұхиттың біртұтастығын және жер бетінің басым бөлігін су басып жатқанын біржолата дәлелдеді.

Географиялық ашылулардың нәтижелері. Географиялық ашылулар сауданың бұрын болып көрмеген дәрежеде ұлғаюына себепкер болды. Жеке материктер арасында байланыс орнап, дүниежүзілік сауда өріс алды. Отар елдерден еуропалықтар көптеген өнеркәсіп тауарын, қару-жарак, мата және басқа да бұйымдар алып тұрды. Еуропаға енді Америкадан темекі мен какао, Азиядан шай мен кофе, отар елдерден Еуропаға көптеген алтын мен күміс әкелінді. Осы бағалы заттардың көбі Испания мен Португалия корольдері мен феодалдарына тиді. Бірақ бұл елдер мешеу болатын, олардың өз өнеркәсібі жоқтың қасы еді. Сондықтан алтын феодалдардың басқа елдерден сатып алған бұйымдарының төлеміне жұмсалып жатты. Ұлы географиялық ашылулар отарлардан тоналып алынған бағалы заттар көпестердің, банкирлердің, аса дамыған Еуропа елдерінің ірі кәсіпорын иелерінің қалталарына түсті. Географиялық ашылулар және отарлық басқыншылық Еуропада тауар өндіруді жеделдетуге біршама ықпал етті. Алайда Американың, Азия мен Африканың халықтары үшін бұл отарлық езгіге түсудің бастамасы еді.

1497 ж. ағылшын теңізшісі Джон Каботт Үндістан мен Қытайға Солтүстік теңіз жолын іздеу кезінде Нью-Фаундленд арал-

дарына және Лабрадорға жүзіп барып, Солтүстік Американы ашуды бастады. Х. Колумбтан кейін испан және португал теңіз саяхатшылары Оңтүстік А. Веспуччи құрлықтың жағалауларына бірнеше рет жүзіп барып, оны жаңа дүние ретінде сипаттап жазды. Бұдан әрі испан конкистадорлары Солтүстік және Оңтүстік Американың ішкі аудандарын жаулау кезінде бірқатар жаңа жерлер ашты (Э. Кортес, Х. Писарро).

1503 ж. В. Нуньес де Бальбоа Панама мойнағы арқылы Тынық мұхит жағалауына шықты. Бальбоаның жаңалығы Атлант мұхитынан «Жаңа дүниені» айналып, «Оңтүстік теңізге» (мойнақтан қарағанда оңтүстікте көрінетіндіктен саяхатшылар солай деп атаған) асатын жолды іздеу туралы ой тудырды. Бұл идеяны Ф. Магеллан басқарған испан экспедициясы жүзеге асырды. Магеллан және оның серіктері Атлант мұхитынан жол тауып, Тынық мұхитқа өтті, онан әрі дүние жүзін айналып шықты (1519-1522 ж.).

XVI ғасырдың ортасында Ұлы географиялық ашылулар заманының бірінші кезеңі аяқталды.

XVI ғасырдың 2-жартысынан XVII ғасырдың 2-жартысына дейін созылған екінші кезеңнің басында Шығыс Азия елдеріне Еуразияның және Солтүстік Американың солтүстік жағалауын айналып жүретін теңіз жолын (Солтүстік-Шығыс және Солтүстік-Батыс жолдарын) іздеуге байланысты географиялық ашылулар жасалды. Еуропадан Үндістан мен Қытайға баратын Оңтүстік теңіз жолдары Испания мен Португалияның қолында қалғандықтан, жаңадан өркендеп келе жатқан Англия мен Голландия теңіз жолын басқа жақтан, солтүстіктен іздеуге мәжбүр болды. Солтүстік-Батыс жолды іздеу барысында Американың арктикалық бөлігінің аралдардан тұратынын анықтады.

Ағылшындар мен голландықтардың Солтүстік-Шығыс жолды іздеуі (Барроу 1556 ж., Пит пен Джекмен 1580 ж., Баренц 1594 ж., Флеминг 1664-1668 ж.) нәтиже бермеді. Олар Баренц және Қара теңіздерінде жүзіп Ямал түбегіне дейін ғана жете алды. XVI ғасырдың соңы мен XVII ғасырдың бірінші жартысында орыстар көптеген географиялық жаңалықтарға қол жеткізді. Орыс казактары бас-аяғы 50 жылдай уақытта Оралдан (1584) Тынық мұхитқа дейін (1639) жетті.

1639 ж. И. Москвитиннің отряды Охота теңізінің жағалауына шықты.

1644-1645 ж. В. Пояров Амурды бойлап, оның сағасына дейін барды. Көп ұзамай-ақ Е. Хабаров 1647-1651 ж. Амур өлкесіне бірнеше жорық жасады.

1648 ж. С. Дежнев пен Ф. Попов Азияның Солтүстік-Шығыс жағалауын бойлай жүзіп, Азияны Америкадан бөлетін бұғазды ашты. Осы ашылулармен бір уақытта француздар (С. Шамплен, Э. Брюле, т.б.) Солтүстік Американың ішкі бөлігіне өтіп, Аппалачтың солтүстігіндегі Ұлы көлдерді ашты. Бұл кезде голландтар оңтүстік жарты шарда «Белгісіз оңтүстік жерді» (Terra incognita Australis) іздеумен айналысты.

1605 ж. олар Үнді мұхитымен жүзу кезінде Австралияның Солтүстік-Батыс жағалауын көрген болатын.

1641-1643 ж. А. Тасман Австралияны айнала жүзіп, оның полюстік аймақты түгел қамтитын қиялдағы «Белгісіз оңтүстік жерден» бөлек екенін анықтады, Жаңа Зеландияны және бірнеше топаралдарды ашты. Ұлы географиялық ашылулар нәтижесінде адамдардың Жер туралы түсінігі түбегейлі өзгерді. Картаға «Ескі Дүниеге» қосымша жаңа дүние бөліктері – Америка мен Австралия, Жер шарындағы ең үлкен – Тынық мұхит, көптеген аралдар, теңіздер мен бұғаздар енді. Жердің шар тәрізді екендігі түпкілікті дәлелденді. Жер бетінде ежелгі ғалымдар ойлағандай құрлық емес, судың басым екендігі анықталып, біртұтас дүниежүзілік мұхит ұғымы қалыптасты. Ұлы географиялық ашылулар түрлі ғылым салаларын дамытуға негіз салумен бірге әлем елдерінің әлеуметтік-экономикалық дамуына ықпал жасады. Жаңа ашылған жерлердегі елдерді жаулап алу әлемдік отарлау үдерісіне бастама берді.

XVII ғасырда оңтүстік жарты шарда голландық Абель Тасман кейін өз атымен аталған аралды, XVIII ғасырда ағылшын саяхатшысы Джеймс Кук Жаңа Зеландия аралы мен Австралияның шығыс жағалауын ашты. Куктың зерттеулері Жер шарындағы су мен құрлықтың арақатынасы туралы және Тынық мұхит пен оның аралдары туралы көптеген мәліметтер берді.

XVIII ғасырдағы орыс экспедициясы құрамындағы В. Беринг пен А.И. Чириков Американың Солтүстік-Батыс бөлігі мен Алеут аралдарын ашты.

1803-1806 жылдар аралығында И.Ф. Крузенштерн мен Ю.Ф. Лисянскийдің Тынық, Үнді, Атлант мұхиттары арқылы жүріп өткен экспедициясы Тынық мұхиттың көптеген жаңа аралдарын ашты.

1819-1821 жылдар аралығында Ф. Белинсаузен мен М. Лазарев басқарған экспедиция 1820 жылы 28 қаңтарда Антарктика материгін ашты.

1909 жылы америкалық Р. Пири Солтүстік полюске, 1911 жылы Норвег Р. Амундсен Оңтүстік полюске жетті.

Бүгінгі таңда Жер шарында ашылмаған жер жоқ деуге де болады, бірақ онымен географиялық ашылулар тоқтады деген ұғым тұмау керек. Жаңа географиялық зерттеулерде ғылым мен техниканың соңғы жетістіктері: ғарыштық және аэро кескіндеулер, геофизикалық зерттеулер, ақпаратты компьютерлік өңдеу және т.б. кеңінен пайдаланылады. Қазіргі заманғы география ғылымы табиғи органы қорғау мен табиғат қорларын тиімді пайдалану, мұхит табиғатын жаңа құралдар мен әдістер көмегі арқылы танып-білу, адамзат пен табиғат арасындағы өзара байланыс, табиғат апаттарын болжайды.

Бақылау сұрақтары:

1. Ұлы географиялық ашылулардың саяхатқа әсері.
2. Ұлы географиялық ашылулардағы саяхатшылар және олардың ашылулары.
3. Ұлы географиялық ашылулардың нәтижелері қандай болды?
4. Географиялық ашылулар бүгінде өз жалғасын тапқан ба?

1.3. Саяхат индустриясы қалыптасуының тарихи кезеңдері

Соңғы жылдары саяхат технологиясы технологияларды пайдаланудың басты себептеріне байланысты өзгерді. Оларды біз 1400 жылдан бастап бүгінгі күнге дейін 4 кезеңге бөліп қарастырамыз.

- тасымалдауды ұйымдастыру;
- тасымалдауды басқару;
- сатылым және таралым;
- алдыңғы қатарлы ашылулар.

Тасымалдауды ұйымдастыру. Мұның барлығы 1400 жылға дейін, яғни Англия мен Франция қонақ үйлері мен отельдеріндегі тұрғындарды тіркеу туралы заңнама қабылданғанға дейін болған. Мәні жағынан, алғашқы ресми отельдер индустриясындағы

клиентпен арадағы байланысты рәсімдеу болған. Бұл уақытта Англияда ресми тіркелген қонақ үй саны – 600. Олардың басым көпшілігі қаланың негізгі жолдарында орналасқан. Қалалық қонақ үйлердің осы тіркелген топтары алғашқы саяхатшыларға арналған жол сілтемеге енгізілген.

1760 жылы өндірістік революцияның басталуы Солтүстік Америкадан Еуропаға теміржол инфрақұрылымын кеңітті. Бұл өз кезегінде қоғамдық көліктердің жалпылама пайдаланудағы жаңа кезеңін бастады. Сондықтан да болар, қала орталықтарындағы отельдер саны арта бастады.

1841 жылы Томас Кук мидландық теміржол басқармасымен 540 адамды пойыздағы саяхатқа алып шығу келісіміне қол жеткізді. Теміржолшылар пойыздағы билет пен ланч (түскі ас) үшін 1 шиллинг (қазіргі 70 АҚШ доллары) ұсынды. Осы билеттерді сату арқылы Кук теміржолдан комиссиялық сыйақы алды. Осылайша, ол алғашқы қоғамдық экскурсия ұйымдастырушысы және туроператорлық істі қолға алушы болып тарихта қалды. 1845 жылы Кук 165000 адамға арналған саяхат ұйымдастырды.

Ал әуе тасымалына келсек, 1920 жылы «Queensland and Northern Territory Aerial Service» және бүгінде «Qantas», «Delta», «American Airways» («American Airlines») деп аталатын әлемдік әуе компаниялардың негізі қаланған. Коммерциялық әуе тасымалының жаңа кезеңі басталды. Ұшақтар – ең көп танымалдылыққа ие болған көлік құралы. Ал автокөліктер өнімділік пен жалпы қолданыстың құралы болды. Алғаш рет Сандерс, Омахидан шыққан кәсіпкер, «Жалға берілетін автокөліктер» бизнесін бастады. Содан соң он жылдан кейін Сандерске бәсекелес Джон Герц «Hertz Drive-Ur-Self System» жүйесінің негізін қалады. 1930 жылы әуе көліктері жаңа маршруттар мен әуежайлардың жаңа инфрақұрылымдарының пайда болуына байланысты кеңінен дамыды.

1946 жылы «Avis Rent a Car» компаниясы алғашқы автокөліктерді жалға беруші әуежай ретінде өз бизнесін бастайды.

Тасымалдауды басқару. 1950 жылдардың басында әуе компаниялар брондаудың автоматтандырылған құралдарына аса көп көңіл бөлді. Олар сол кездегі бір билетті рәсімдеуге кететін 90 минуттық уақытты мейлінше азайтты. 1952 жылы «American Airlines» электрмеханикалық жүйе «Magnetronic Reservisor»-ды

орнатты. Ол компанияға орталықтандырылған жүйе негізінде бос орындар туралы ақпараттарды сақтауға мүмкіндік берді.

Дәл осы уақытты «Trans Canada Airlines» (ТСА) Торонто Университетімен «Ferranti Systems»-пен бірлесіп, әлемдегі алғашқы компьютерленген «Reservec» атты брондау жүйесін ойлап тапты.

«American Airlines» компаниясы өзінің брондаудағы жаңалықтарын жетілдіре отырып, «Sabre» атты жүйені енгізді. Ол өзінің бәсекелесі «Reservec» жүйесінен он есе қымбат болды. «Reservec» жүйесі өзінің технологиялық артықшылықтарына қарамастан «Sabre» жүйесіндей нарықта орныға алмады.

Сатылым және таратылым. Әуе компаниялар санының артуымен қатар саяхат бюроларының да саны көбейе бастады. Олардың көбі әуе компаниялар үшін маңызды сатылым мен билеттерді брондау арналарына айналды. Бұл әрекеттердің барлығы әуе компаниялардың компьютерленген жүйелеріне мүмкіндік беретін брондау жүйелері арқасында жүзеге асты.

1980 жылы АҚШ-тың «Sabre» брондау жүйесіне қарсы еуропалық біріккен компаниялардың «Amadeus» брондау жүйесі енді. Ал 1987 жылы «Fidelio» өзінің алғашқы қонақ үйлерді брондау жүйесін енгізді. 1990 жылдары ғаламтордың коммерциялық функциясының артуы нәтижесінде туристік брендтер өздерінің веб-сайттарын жасақтай бастады. 2001 жылы «OpenTravel» хабарламалар топтамасы жарық көрді. Дәл осы жылы ірі әуе компаниялар бірігіп, өздерінің интернет агенттіктерін құрды. Ол «Orbitz» деп аталды.

Алдыңғы қатарлы ашылулар. Туризм және интернет. Интернет туризм индустриясының дамуын өте тездетті. Салыстырмалы түрде қысқа уақыт аралығында электрондық жүйелер дамудың ұзақ жолынан өтті. Жекелеген жұмыс операцияларының автоматтандырылуынан бастап, жаһандық ақпараттық желі – интернет соңғы уақытта халықаралық туризмнің дамуына аса қатты әсер етуде. Интернет өз бастауын 60-жылдардың соңында АҚШ-тың әскери кешендерінде пайда болған, «АРПАНЕТ» байланыс жүйесінен бастау алады. Туризм индустриясы бүгінде Әлемдік ақпараттық тор (WWW) арқылы барлық тұтынушыларға қол жетімді болып табылады. Интернет – өзара байланысқан компьютерлер мен терминдерді байланыстырушы мыңдаған ақпараттар желісі.

Ақпараттарды толықтай тарату үрдісі үш кезеңге бөлінеді. Алғашқыда, ақпараттар бөліктерге бөлінеді, содан кейін кодта-

лады. Одан кейін ақпараттардың жекелеген бөліктері таратыла бастайды. Соңғы кезеңде ақпараттар реттеліп, кодталып нақты адресаттарға жеткізіледі.

Интернет гигантты ақпараттардың қоймасы іспетті. Радиоға 50 млн адам тыңдаушы аудиториясын жинау үшін 38 жыл кеткен болса, интернетке бар болғаны 4 жыл уақыт қажет болған. Интернетті қолданушылардың саны айына 15%-ға артып отырған. Кейбір зерттеулерге сәйкес 2001 жылы интернетті пайдаланушылардың саны 1,5 млрд адамға жеткен деген болжам бар.

Туристік өнім интернетте сұранысқа ие, танымал өнімдердің бірі болып саналады. Батыста саяхаттайтын мемлекет, турларды брондау мен іздестіру, орналастыру құралдары туралы алғашқы ақпараттарды алу кезінде интернетті пайдалану өте жиі кездеседі. 1999 жылдың бақылау нәтижесі бойынша бизнесмендердің 60%-ы интернет арқылы саяхаттауға брон жасауға сенімді екенін айтса, 56%-ы глобальдық желінің тиімділігі туралы айтқан. Еуропада корпоративтік туристердің 58%-ы интернетті саяхаттаушы мемлекет туралы ақпарат алуда негізгі ақпарат көзі деп санайды. 1996 жылы қаңтар айында туризмге тиісті 5 мыңдай сайт болған, қазіргі уақытта бұл көрсеткіш 80 мыңға жеткен.

Туристік сайттар өз арасында тек мазмұндары ғана емес, сипаты мен басқарылуы бойынша да айырмашылықтар жасайды. Кейбір жағдайда өздері туристік қызметтерді жеткізуші саналса, кейде «Ай-Ти-Ти Шератон», «Мариот Интернейшнэл», «Хилтон Хоутлз Корпорейшн», «Аккор» сияқты ірі қонақ үй желілерінің делдары ретінде көрінеді. Сонымен қатар ірі автомобиль жалға берушілердің де өздері басқаратын сайттары бар.

Интернет ақпараттарды тарату мен алмастыру функциясын атқарады. Интернет базасында коммерциялық әрекеттерді жүзеге асыруға салыстырмалы түрде ұзақ уақыт болмады. Интернет дәстүрлі және классикалық жылжыту арналарында үлкен бәсекеlestік тудыруда. 1997 жылы интернет арқылы көлік билеттерінің сатылу құны 800 млн АҚШ долл. сомасын құраса, 2002 жылы 8,9 млрд долларға дейін өседі деп болжанған. Тура сату Батыс нарығында ерекше орын алған.

2000 жылы Германияда Берлин қаласында болған Халықаралық туристік биржа интернет арқылы туристік өнімдердің сатылуы турагенттіктердің қолайлы жағдайларына кері әсері болатынын мойындады. Көрмеге қатысқан компаниялардың көбінде

әлемдік ақпарат торында жеке сайттары бар. Мамандардың айтуынша, Германиядағы туристік қызметтердің сатылымындағы революцияға немістік турбизнес гиганттары ТУИ, «Конкорд + Неккерманн» (С+Н) және «Люфтганза» әуе компаниясы әсер етті.

Немістік фирма «Трэвел 24.ком» глобалдық ақпараттарды іздестіру желілерінің ішіндегі ең ірісі саналады. Ол туристік қызметтердің барлық саласын ұсынады: әуе және теміржол билеттерін сатуды ұйымдастыру, әртүрлі отельдерде нөмірлерді брондау, концерттер мен спектакльдердің билеттеріне тапсырыс алу, сонымен қатар барлық туристік бағыттар туралы ақпараттық қызметтер көрсету.

Интернет арқылы туристік өнімдерді сату өте аз. 1999 жылы бұл көрсеткіш тек 1 %-ды ғана көрсеткен. Соған қарамастан, абсолютті түрде бұл 350 млн АҚШ долларын құраған. Компания ТУИ Германиядағы ғана емес, бүкіл Еуропадағы алдыңғы қатарлы туропреатор. Бұл компания өз өнімдерінің пайызын интернет арқылы сатуға ниетті. Онымен бәсекелес саналатын «С+Н» өз айналымын 2002 жылы 28 млн АҚШ долларынан 76,7 млн-ға дейін жеткізуді көздейді.

Ұлыбританияда бүгінде 9 млн-нан астам интернет пайдаланушылары бар. 2005 жылы олардың саны 400 млн адамға артқан. 1997–1998 жылдар аралығында 1 млн-дай британдық интернет арқылы әртүрлі саудалар жасаған. Кейбір бағалауларға сәйкес 2001 жылы интернет арқылы сауда құны 6,5 млрд АҚШ долларын құрайды.

АҚШ–та интернет көздерін пайдалану жақсы жағдайда емес. Әуе билеттерді интернет арқылы рәсімдеу 1 АҚШ доллары тұрса, турагенттер арқылы рәсімдеу 8 АҚШ долларын құрайды.

Интернет пен турагенттіктер арасындағы айырмашылық турагенттер клиенттерге өз іс-тәжірибелерін нақты түрде эксперттер ретінде көрсете алады. Кейбір турагенттіктер өз қызметтерін түбегейлі бет бұрыстарға бұра алады. Бил Фишер, Нью-Йорк сияқты компаниялар туристерге ақпараттық-кеңестік қызметтер ұсынады. Оның дамығаны соншалық, интернет коммерция белең алды. Интернеттің белең алуының жалғасы ұялы телефондар арқылы веб-контактіге қолжетімділік пайда болды. Туризм индустриясында алғаш рет Blackberry және Nokia смартфондарында қосымшаларға жол ашылды. Яғни бұл ұялы жолсілтемелер болды. Сонымен қатар бүгінде әлеуметтік желі парақшаларын пайдалану ерекше орын алады.

Бақылау сұрақтары:

1. Саяхат индустриясының даму кезеңдерін атап беріңіз.
2. Саяхат технологияларының дамуын түсіндіріңіз.
3. Туристік сайттардың туристік өнімді жылжытудағы рөлі.
4. Әуе тасымалының туризмдегі маңыздылығы.

1.4. Ерте және орта ғасырлардағы Еуропа елдеріндегі саяхат индустриясының құрылымдық ерекшеліктері

Туристік саяхаттар сауда-саттық сапарлар өзінің мәнін жоғалтқанда басталады деп саналады. Біздің заманға дейінгі 4-нші мыңжылдықта ескі Египет аталынып жүрген жердегі алғашқы көшіп-қонушылыққа жататыны – діни негіздегі саяхаттар. Б.з.д. VI ғасырда Египет фараоны Нехао, Африка төңірегінде атақты 3 жылдық саяхатын құрған.

Ертеректе туристік саяхаттар қалаларды көріп, жасанды көлдер, шипалы бұлақтарға барумен байланысты болды. Кейініректе, жиілеп салына бастаған пирамидалар, саяхаттаушылардың назарын аудара бастады. Алайда жақсы дамыған жол торлары мен сапалы түнеу үйлері және арзан асханалардың тек қана ежелгі Грекия мен Римде пайда болуы бұл саяхаттарды белгілі мөлшерде тежеді. Ол кездері туризм ешқандай табыс көзін әкелмеді.

Жол тораптарының маңызын тек қана парсылар айтарлықтай ұғынып, өз мемлекеттерінің территориясында қатынасу жолдарының жүйесін құрды. Бұл қатынас жолдары дегеніміз – ұзындығы 3 мың шақырым болатын, жақсы қалыптағы патшалық жолдар. Бұл жолдар Вавилон, Сузы және Экбатан қалаларын мемлекеттің шеткі аймақтарымен байланыстырып тұрды. Әрбір 30 мильден кейін парсы жолдары бойында саяхатшыларға демалыс жағдайларын қамтамасыз ететін тұрақтар – керуен сарайлар орналастырылды. Көрсетілген қызметке төленетін ақы байлар мен кедейлерге бірдей болды.

Ертедегі гректер б.з.д. VIII ғасырда саяхаттар жасады. Олар көне олимпиадаларды көрушілер немесе ойыншылар ретінде қатынасты. Мысалы, ертедегі Грекияда олимпиядалық ойындарға өнерсүйгіштер мен спорт адамдары арасынан көптеп келушілер болды.

Егер саяхат индустриясы жайында кең мағынада әңгіме қозғар болсақ, ежелгі Рим дәуіріне жүгінеміз.

Мұнда саяхаттар керемет жол тараптарының болуы арқасында іске асты. Әрине, римдіктер жолдарын әскери қажеттіліктері үшін дамытты. Әскерлер империяның орталық аудандарынан шекараларына санаулы күндерде жетіп отырды. Бұл жолдар тек Римнің дамуына ғана әсер етіп қоймай, бүкіл еуропалық өркениеттің дамуына әсер етіп, тарихшы Прокопийдің Римнен Капуяға алып баратын бірінші жолды, яғни Аппий жолын, Әлем ғажайыптарының бірі деп есептеуіне себеп болды.

Римдік жолдар инженерлік өнердің барлық ережелеріне байланысты салынып отырды. Олардың құрылысы біздің заманның 312 жылы император Константиннің билігі кезінде басталды. Әрбір жол үшін алдын ала жоспар құрылып, содан соң таспен толтырылған.

Саяхаттарды жол бойында орналасқан жақсы ұйымдастырылған және керуен сарайлар торы қолайлы етіп отырды. Бұл керуен сарайлар кейде бір–бірінен 5 шақырым қашықтықта орналысып, өзінің заманына қарай үлкен шеберлікпен салынып, өте жайлы болып келді.

Ежелгі Римде жол нұсқаулықтары болып тек белгілі бір жер көрсетіліп қоймай, сонымен қатар жолда кездесетін көрікті жерлермен бірге қонақ үйлер де белгіленіп, бағалары көрсетілген. IV ғасырда дайындалған, Бордодан Иерусалимге саяхаттайтын табынушылар үшін жол нұсқаулықтың бар болғаны белгілі. Б.з.д. I ғасырда пайда болған туристік бюролар қалаушыларды жол нұсқаулық және анықтама кітаптарымен жабдықтаған.

Туристік саяхаттардың ерекше формасы емдік жерлерге сапар шегу болды. Алғашында, қалада тұратын бай гректер мен римдіктер қала сыртындағы ауылды мекендерге шығып отырса, кейініректе бұл саяхаттардың географиялық шектеулері кеңейе түсті. Минералды бұлақтар мен храмдардың қасында қазіргі санаторийлерге ұқсас объектілер салына бастады, ал емдік жерлер жоғары қолайлы жағдайлары және ойын-сауықтың көптүрлілігімен әйгілі болды.

Ол кездерде ең әйгілілерден Байедегі Кампания (қазіргі Италия) шомылу орындары болды. Емханалардан басқа римдік провинцияларында бұл кезде *Aquae Cal dae* (қазіргі Виши, Франция), *Aquae Helveticae* (қазіргі Баден, Швейцария), *Aquae Herculi* (қа-

зіргі Байе Херкулан, Румыния), Aquae Solis (қазіргі Батыс Ұлы-британия) әйгілі болды.

Емдік жерлерге саяхатпен қоса, римдіктер таулы, теңіз жағалауындағы жерлерге сапар шегуді де ұнатты. Бұл тұрғыда ең қалаулы орындардың бірі неополитандық бұғаздың үстінде орналасқан жерлер болды.

Рим империясының құлауы саяхатшылар мен сапар шегушілердің санын азайтып жіберді. Орта ғасырларда саяхат жасау қиын әрі өмірге өте қауіпті болды.

Еуропада туристік саяхаттардың ұзақ уақыт тоқырауда болуына көптеген себептер, олардың ішінде феодалдық жүйеге байланысты Еуропаның көптеген аймақтарындағы шаруашылықтың күйреуі, бұрынғы жол тораптарының және сол жолдар бойындағы түнеу орындарының түгелімен жойылып кетуі, саяхатшылардың қорғаныс дәрежесінің төмендеуі, сонымен қатар қалалардың күйреуі әсер етті. Б.з. III және IV ғасырларында діни табыну саяхаттары қайта жанданып, аз уақыт ішінде діни туризмнің жақсы дамыған түріне айналды. Пилигримдердің Палестинаға саяхаттары б.з. III-IV ғасырларының өзінде-ақ басталды. Иерусалимде Император Константин кезінде, дәлірек айтқанда, шіркеулер Иса пайғамбардың табытының үстінде салынды.

Б.з. VII-VIII ғасырларында саяхаттар діни мақсаттар үшін қайтадан жаңаша бастау алды. Мұндай саяхаттарға қатысушылар әртүрлі еуропалық елдердің тұрғындары болды. Олар Италия (Рим), Испания (Сантьяго де Компостела) және Палестина елдерінің қасиетті жерлеріне саяхаттар жасады.

Орта ғасырлардың соңы мен жаңа замандарға дейін туристік қозғалыстың ауқымды бөлігін діни табыну мен университет орталықтары құрады. Онымен қоса қайта өрлеу кезеңінде көпестер мен ұсталар саяхаттарының маңызы арта бастайды, алайда туристік саяхаттарға олардың бір бөлігін ғана жатқызуға болады.

Адамдар орта ғасырларда көп саяхаттай бастады және жолшыбай керуен сарайлардың саны күрт өседі.

XIV ғасырдың өзінде-ақ қарапайым қонақ үйлік нысандар сол заман үшін өте жайлы түнеу орындарына айналды. Қонақ үй кәсібінң дамуы, кейбір қалалардағы XIV ғасырдың өзінде қонақ үйлер қожайындары өзара бірігіп, ортақ жарғыларын құруына алып келді. Осындай ең бірінші цех 1356 жылы Венецияда және осы тектес цехтар XIV ғасырда Римде, Сиякада, Флоренцияда да құрылды.

XVI ғасырдың екінші жартысында танымдық сипаттағы саяхаттар жасала бастады, ал ең қалаулы ел болып Италия саналды. Мұнда көбіне Испания, Франция және Германиядан шетелдіктер келіп отырды.

XVI ғасырдың соңынан бастап Англияда «гранд-тур» әйгілі бола бастады. Бұл ауқатты адамдардың континенттерге саяхаты еді және «гранд-тур» арқылы адамдар оқуын бітіріп, Жерорта теңізі мен өркениеттің шығу тегін көріп, сауаттанып қайтуына мүмкіндіктер туды. Әлеуметтік құбылыс сияқты туризмнің дүниеге қайта келуі XVII ғасырдың соңы мен XVIII ғасырдың басына жатады.

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

Бұл кезеңде адамдар үшін көлік түрлері экипаждар болып, саяхатшыларға жағдай жасау мақсатымен әрдайым дамытылып, жақсартылып отырды.

Қысқа мерзім ішінде көліктік қызметтің көптеген түрлері пайда болып, жолдардың техникалық жағдайы жақсартыла бастады.

Жолдар мен көлік құралдарының дамуы туристік миграциялардың географиялық шектерінің ұлғая түсуіне алып келді. Италияда дәстүрлі орталықтар – Рим, Венеция, Флоренция және Падуямен қатар XVIII ғасырда Неапольға да келушілердің саны күрт өсті.

Еуропадағы ең алғашқы қонақ «үйлердің бірі – 1788 жылы Нант қаласында «4-нші Генрихтің отелі» салынды. Оның құрылысына ол кездер үшін ауқымды сома 17500 долл. қаржы жұмсалды.

XVIII ғасырдың шегінде Англиядан еуразиялық континентке жасалатын саяхаттар әдетке айнала бастады. XVIII ғасырдың екінші жартысында бұл қозғалысқа 40 мың адам жыл сайын қатысып отырды. Бұл саяхаттарға аталғандай–ақ ауқатты жас ағылшындар білімін толықтыру үшін қатысып, саяхат «grand-tour», ал қатысушылар «tourist» деп аталды.

Бұл атау қысқа мерзім ішінде Флоренцияда, ал кейіннен Еуропаның басқа да елдерінде кеңінен тамыр жайды.

Ағылшындардың континентке сапарларымен бірге альпілік туризмнің тарихы егжей-тегжейлі байланысты. 1741 жылы ағыл-

шын саяхатшылар тобы экскурсия барысында Женевадан Шамониге дейін жетіп, соңғысы бүкіл Еуропада әйгілі болды.

Бақылау сұрақтары:

1. Ерте және орта ғасырлардағы Еуропадағы саяхат индустриясының ерекшеліктері қандай?
2. «Гранд тур» және «таза туризм» терминдеріне анықтама беріңіз.
3. Ертедегі жол тораптарының салынуындағы басты себептер қандай?
4. Жолдар мен көлік құралдарының дамуы туристік саяхаттардың дамуында қандай орын алды?
5. «Таза туризм» формасы және оның пайда болуы.

1.5. XIX-XX ғасырлардағы Еуропадағы саяхаттардың дамуы. Алғашқы туристік ұйымдар

Көп уақытқа дейін Еуропа елдеріндегі саяхаттар туризм индустриясына жатқызылмады. XIX ғасырдың жартысына дейін Еуропалық туризм тек қана элитарлық келбетке ие болып, оған қатысушылар ауқатты, жоғарғы сынып өкілдері болып, сол кездегі кейбір авторлар туризмді «аристократтық туризм» деп те атады. Тек XIX ғасырдың екінші жартысында ғана, әсіресе XX ғасырдың 20–жылдарында туристік қозғалыс өзгерістерге ұшырап демократиялана бастайды. «Турист» термині XIX ғасырдың басы кезінде ресми пайда болды. Бұл термин ағылшындық Педждің кітап беттерінде келесі сөйлемдермен бірге кездесті: «біздің заманымызда саяхатшыларды «туристер» деп атайды». XVIII ғасырдың аяғында Англияда Еуропа ішінде жастардың мектеп бітіргеннен кейінгі саяхаттары сәнге айналған еді. Уақыт өте келе бұл құбылыстың көлемі артты. Мысалы, 1888 жылы Ла-Манш арқылы жарты млн ағылшындық өткен. Еуропада XVII ғасырдың өзінде сапалы қызметтер жиынтығын ұсынатын тұрақтанушыларға жеке жатын бөлмелер қызметін көрсетуші «отельдер» пайда болған.

XIX ғасыр мен XX ғасырдың 1-нші жартысында туризмнің дамуы, яғни саяхаттардың артуы көптеген факторларға байланысты болды, олардың ішінде ең маңыздылары мыналар:

- көлік құралдарының дамуы;
- өнеркәсіптің дамуы және оған байланысты халықтың тіршілік деңгейінің жақсаруы;

- урбандалудың дамуы;
- бос уақыттың артуы;
- қоғамның мәдени деңгейінің жоғарылауы;
- туризм жөніндегі мемлекеттік саясат.

Көлік құралдарының дамуы, әрине, туристік қозғалыстың интенсивтілігі мен оның кеңістіктегі өзгерістерге ұшырауына ең басты себеп болды. Ең 1-нші теміржол желісі 1825 жылы Англияда ашылған «Манчестер – Ливерпуль» бағыты болды. Бұрын апталап шығындалатын саяхаттарға енді әркімнің және өте қымбат емес бағамен қолы жететін болды. Теміржолдар барлық мемлекеттерде өте шапшаң қарқынмен салына бастады. Олар туристік қозғалыстың кеңістіктік құрылымын және көлемін өзгертті.

Теңіз техникасының дамуы, әсіресе желкенді кемелер орнына пароходтардың қолданысқа енуі континент аралық саяхаттарды жақсартты. Атлант мұхитын кесіп өту мерзімі бірнеше есе қысқарды, ол Ливерпуль – Нью-Йорк жолында 1816 жылғы 20-25 күннен, 1838 жылы 12 күнге, 1850 жылы 8 күн 17 сағатқа, 1883 жылы 6 күн 18 сағатқа қысқарды. Континентаралық саяхаттармен қатар, Жерорта теңізі мен Ла-Манш каналы бойымен жүзу саяхаттарының саны артып отырды.

Өткен ғасырдың 20-30 жылдары көптеген елдердің туристік карталарында елеулі өзгерістер пайда болып, бұл саяхаттар автомобильді көліктің барлық жерлерінде қолданыла бастауынан туындады. Мысалы, 1938 жылы автомобильдер мен туристік автобустарда Швейцарияға 762,2 мың турист, бұл бүкіл туристердің 47,8%-ын құрады.

Туристік белсенділіктің артуы саяхат бюроларының ашылуына әкеп соқты, ал олар уақыт өте келе, «туристік индустрияның» маңызды тірегіне айналды. Негізінен, ең маңызды да бастапқы нүкте 1841 жылы ағылшын мұғалімі Томас Куктың Мидленд округіндегі теміржол компаниясы «Лейстер-Лафборо» деген 18 шақырым жолдық мейрамдық пойызын енгізуге үгіттеуінен басталады.

Томас Кук алғашқы болып, 1872 жылы, қалағандарға жерді айналып өтетін саяхат ұсынып, бұл турды индустриалды негізге қойды. Алғашқы 20 саяхатшы жерді 220 күнде айналып өтті. Лондонның көрмелері мен Еуропа қалаларына экскурсия жасаудан бастаған Томас Куктың бюросы бірте-бірте іс-әрекет сферасын кеңейтті, жаңа туристік нарықтарды игеру арқылы саяхаттар санын арттырды.

Томас Кук Египетке, Палестинаға, АҚШ–қа тұрақты саяхаттарды ұйымдастырып тұрды. Оның бюросы экскурсанттарды орналастыру, жол сілтемелерін және кезекті басылымдарды шығарумен, жарнамалық компаниялармен, банктік операциялармен, ақша айырбастаумен айналыса бастады. Томас Кук 1892 жылы қайтыс болды. Оның еңбегін ұлы мен компаниондары жалғастырды. Қазіргі уақытта Томас Кук атындағы халықаралық туристік компания – барлық континенттегі туристік іс-әрекетпен айналысатын әлемдегі ең ірі компания. Қазір «Томас Кук» компаниясының 12000 туристік агенттігі бүкіл әлемде жұмыс істеп, 20 млн туристке қызмет көрсетеді.

Томас Кук қазіргі заманғы туризмнің негізін қалаушы, бірінші менеджер және туризмнің алғашқы маркетингологы болып танылып, саяхатшылардың ұйымдастырылған бұқаралық қозғалыстарының тиімділігі мен мәнін ең бірінші болып түсінген адам болып саналады.

Германия, Швейцария, Франция, Италия, Чехия да халықаралық туризм орталығына айналып отыр. XVIII ғасырдың аяғында басқа елдерге барып, әртүрлі мақсаттармен саяхат жасап жүрген адамдарды туристер деп атай бастады. Әлемде бірінші біріккен әуесқой тау саяхатшылары – англиялық альпі клубы 1857 жылы Лондонда пайда болды. Артынша, 1862 жылы Туринде австриялық альпі клубы құрылды да, кейінірек италиялық болып аталынды. 1863 жылы Швейцар клубы бекітілді.

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

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

Егер қазіргі жағдайдағы туризм XIX ғасырдың соңында құрылса, ол XX ғасырдың 2-нші жартысында ғана шынайы интенсивті дамуға ие болып, техника, технология, қоғамдық қатынастардың шапшаң дамуымен қатар келіп, XX ғасырдың феномені атағына қол жеткізді.

Англиядан Францияға жасалған ұйымдастырылған турлар 1815 ж. болғаны белгілі. 1829 ж. К. Бедекер саяхатшыларға арналған әлемдегі бірінші жолкөрсеткіш шығарған. Бұл жолкөрсеткіш әлі күнге дейін Еуропада өз бетімен саяхаттайтын туристер арасында кең қолданыс тапқан.

Көлік құралдарының дамуы сөзсіз туристік қозғалыс пен оның кеңістікте өзгеруіне әсер ететін негізгі факторлардың бірі болып саналады. Туризм тарихында мұндай төңкеріс – «ат арбалардың орнына техникалық көлік құралдарының (теміржол мен су кемелері)» пайда болуы. Келесі кезең автомобиль мен ұшақтардың пайда болуымен байланысты. Жаңа көлік құралдары халықтың саяхат жасауына едәуір мүмкіндік туғызды. Ал теміржолдың пайда болуы, ең алдымен, туристік станциялар мен емделу орындарының географиясын өзгертті. Яғни көптеген жаңа орындарға теміржолдың тартылуы арқасында олардың желісі айтарлықтай кеңейді.

Саяхат индустриясында автомобиль қатынасының дамуы жол желілерінің кеңеюіне түбегейлі әсер етті. Барлық жерлерде ол жөнделулерге және кеңейтулерге келді. Сонымен бірге автострадалар деп аталатын тек автомобиль көліктеріне арналған арнайы жолдардың құрылысына да кірісті. Алғашқы автострадалардың бірі 1923 ж. солтүстік Италияда салынды, ал оның дамуы 30-жылдың екінші жартысына келді.

Бұл кезеңде туристік тасымалдарда айтарлықтай рөлді авиация алды, бірақ тұрақты авиациялар көптеген елдерде 20-30 жылдары төңкерістерде пайда болды. Континент аралық байланыста туристік мақсаттардағы әуе қатынастары тек 1939 жылдың маусымында ғана пайда болды. Ол «Pan American Airways» компаниясы Еуропаға Америка туристер тобын әкелген кезде пайда болды деп айтады.

Уақыт өте келе өнер шығармаларын көру үшін танымдық мақсатындағы саяхаттар кең таралым алды. XIX ғасырдың ортасына қарай туристер континенті интеллигенттер мен студенттер есебінен кеңейді.

XIX ғасырдың II жартысы барлық дәрежедегі өкілдер үшін жаппай туризмнің дамуымен сипатталды. Фултонның пароходты (1807 ж.) Стеффонсонның паровозды (1814 ж.) ойлап табуы, почта байланысы мен жолкөрсеткіштің жетілуі саяхаттарды арзандатуға және жеделдетуге, ыңғайлы және қауіпсіз етуге мүмкіндік берді.

Еуропалықтардың Америкаға көшулері де жаппай халықаралық туризмнің дамуына септігін тигізді. Ғылыми техникалық прогресс нәтижесінде еңбек өнімділігі артты, ал еңбекшілердің әлеуметтік құқықтары үшін күрестері олардың жағдайларының көтерілуіне және бос уақытының (демалыс күндері, төленетін демалыс) пайда болуына әкелді. Бұл орта деңгейдегі адамдардың саяхаттауына мүмкіндік берді.

XIX–XX ғасырлардағы Еуропадағы саяхат индустриясының дамуы тақырыбы сол ғасырлардағы саяхат индустриясының дамуына әсер еткен факторларға сипаттама береді және осы аймақта құрылған алғашқы туристік ұйымдарға тоқталады.

Бақылау сұрақтары:

1. «Турист» терминін анықтаңыз.
2. XIX–XX ғасырлардағы туризм дамуына әсер еткен факторларды атаңыз.
3. Томас Кук және оның компаниясының туризм тарихындағы орны.
4. Ғылыми техникалық прогресс туризмге қалай әсер етті?

ІІ т а р а у

ӘЛЕМ ЕЛДЕРІНДЕГІ САЯХАТ ИНДУСТРИЯСЫ МЕН ҚҰРЫЛЫМЫ

2.1. Әлем елдерінің саяхат индустриясының даму болжамы

Туризм саласының дамуы бейбітшілік пен тұрақтылық жағдайының талаптарына байланысты. Соғыс және шиеленістер – туризм дамуына кедергі келтіретін факторлар. Адамдар өмірлеріне қауіп туғызатын орындарға баруға қорқады. Сондықтан туристік әрекеттер жер бетінде бейбітшілік құруға ықпал етеді деп саналады. Осыған орай, туристік іс–әрекет дамуының алғашқы бағытын бейбіт қарым–қатынасты нығайту үшін басқа да демалыс нысандарының арасында туризмнің үлесін арттыру деп болжауға болады. Негізінде, жақсы ниетпен демалуға келген адамдар өзімен бірге демалыс орнынан көптеген жақсы әсер алып кетеді, осы жайлы достарына айтады және оң әсер байланысы әрі қарай дами түседі. Болжамның екінші бағыты – тарихи–мәдени орындармен ескерткіштерді қайта жаңарту және дамыту. Соңғы уақытта тарихи туризм танымалдыққа және үлкен сұранысқа ие. Бұл туроператорлар сәулет ескерткіштерін, тарихи, қасиетті діни орындарды қалпына келтіру және дамытуға үлесін қосады дегенді білдіреді.

Туристік индустрия дамуының негізгі болжамы шекара қиылыс заңдарының өзгеруіне байланысты визасыз режиммен шығу, еркін саяхаттар және т.б. болып табылады. Турагенттер халықаралық саяхаттар үшін құжаттарын рәсімдеуден жақсы табыс табады. Алайда құжат толтыру қиындықтары көптеген адамдарды ел ішінде демалуды таңдауға әсерін тигізеді. Сондықтан көптеген туризм саласындағы лоббистер еркін саяхаттарға дауыс береді.

Халықаралық туризм дамуының болжамы. ДТҮ болжамы бойынша 2020 жылы туристердің жалпы саны 1 млрд 602 млн адамға жетеді дейді. Еуропа өз лауазымын сақтап тұрады (жалпы келу саны – 44,8%), Азия Тынық мұхит аймағы екінші орынға шығады (27,3%), ал дәстүрлі өз орнын Америка алады (17,7%).

ДТҮ өз классификациясында туристерді жеткізуші (Германия, АҚШ, Жапония, Ұлыбритания, Франция, Италия, Австрия, Нидерланды, Канада) және негізгі туристерді қабылдаушы елдерді анықтайды.

ДТҮ болжамынша, 2020 жылы келу санына қарай әлемдік туризм көшбасшысы Қытай мемлекеті, ал туристердің шығу саны бойынша Германия болмақ.

Туристік ағымдармен қатар, туристік шығындар мен кірістер халықаралық туризмнің маңызды сипаттамасы болып табылады. Олар туризмдегі тұрақтылық бағасын, ұлттық экономикаға әсерін, мемлекеттің төлем тепе-теңдігін қарастырады.

Туристік шығындар жалпы шығын сомасы (орналастыру, тамақтандыру, рекреациялық, мәдени, спорттық іс-әрекет түрлері, көлік, дүкендерге бару, сақтандыру, байланыс қызметтерінің төлемдері) туристермен немесе олардың атынан сапар шегуге дайындық барысында сапар уақытында және демалыс орында жасалынған шығындар.

2008 жылы халықаралық туристік шығындар (халықаралық көлік есебінсіз) 943 млн АҚШ долларын құрайды. ДТҮ анықтамасы бойынша халықаралық туризмнің негізгі шығындарын индустриалды дамыған елдердің халқы құрайды, атап айтсақ, Германия, АҚШ, Ұлыбритания, Франция және Жапония. Әлемдік туристік шығындардың үштен бір үлесі осы мемлекеттерге кіреді. Бұлардан басқа халықаралық шығындарды қалыптастыруда маңызды орынды Қытай, Италия, Жапония, Канада, Ресей, Нидерланды алады.

Туристік кірістер шетел және ішкі туристерге туристік қызмет сатудан, туристік демеушілердің экспорт тауарларынан, туристік ұйымдары үшін жабдықтардан түседі. Халықаралық туризмнен түскен кірістер дамыған мемлекеттерде, Солтүстік Америка (АҚШ, Канада) және Батыс Еуропа (Франция, Ұлыбритания, Германия), Жерорта теңізі (Испания, Италия), Альпі елдері (Австрия, Швейцария) орын алады. Халықаралық туризмнен олардың үлесіне әлемдік кірістердің жартысы түседі.

Халықаралық туризмнен түсетін кірістер бойынша көпжылдық көшбасшы АҚШ болып табылады. ДТҮ анықтамасы бойынша 2008 жылы АҚШ-тан да екі есе кіріс түскен мемлекеттер Испания және Франция болды. Осы себепті келесі орынды осы мемлекеттер иеленеді.

Көшбасшы 10 мемлекеттің қатарына Қытай ілінді, 1990 жылы 25-нші орында болса, 2008 жылы 5-нші орынға тұрақтаған.

Халықаралық туризм көлемінің саны туристік бағыттағы кіріс бағасында кең ауқымды қолданылады. ДТҮ зерттеуі бойынша, АҚШ-та бір табыстан түскен кіріс орта есеппен 1023 АҚШ долларын құрайды. Сонымен, бір табыстан түскен кіріс саны төмен елдер қатарына Канада, Мексиканы, ортақ шекарасы бар туристерді жеткізу елдеріне қазіргі жағдайда АҚШ-ты жатқызамыз. Табыстан түсетін жоғары дәрежедегі кіріс ірі шығу туризмі нарығынан аумақтық, алыстатылған немесе элитарлық туризмге шоғырланған елдерде белгіленген.

Экономика жағдайын және туризм ерекшелігін сипаттайтын маңызды көрсеткіштердің бірі осы және басқа елдердің төлем тепе-теңдігі болып табылады.

Төлем тепе-теңдігі деп осы мемлекетке шекарадан түсетін төлемдер мен арнайы уақытта түсетін төлемдерді (жылдық, маусымдық, айлық) айтады. Басқа елдердің төлем көтерілімі осы елдің төлем тепе-теңдігін активті, ал осы елдің төлем көтерілімі төлем тепе-теңдігінің пассивті екенін көрсетеді.

Төлем тепе-теңдігіне туризмнің әсері ретінде елдегі шетелдік туристердің шығындары (экспорт) және осы елдегі туристердің шетелдегі шығындары (импорт) арасындағы айырма (сальдо) көрсетіледі.

Туризм статистикасы бойынша, төлем тепе-теңдігі оң (оң сальдо-профицит) және теріс (теріс сальдо-дефицит) болады.

Төлем тепе-теңдігінің оң айырмасы халықаралық туризмнен түскен елдің кіріс өсімін және тапсырма шешімдері үшін көптеген мүмкіндіктерді ашады, туристік индустрия дамуының инвестиция байланысымен қамтамасыз етеді. Оң айырма жағдайында елде валюталық тапшылық болады. Туризм статистикасы бойынша төлем тепе-теңдігінің оң айырмасы табиғи орындар, саяси тұрақтылық және дамыған туристік индустрия әсерімен құрылған. Мысалы, оң тепе-теңдігі бар елдер АҚШ, Франция, Италия, Қытай.

Туризм статистикасы бойынша төлем тепе-теңдігінің теріс айырмасына жоғары деңгейдегі халқы бар индустриалды елдер (Германия, Ұлыбритания) тән. Әлемде жұмыс орнының шамамен 8,7%-ы туризм индустриясына тиесілі. Болжам бойынша, 2023 жылы 340 млн жұмыс орны пайда болады. Туризм индустриясы 2010-2020 жылдар аралығында жыл сайын 4,4%-ға өсіп отырады. Саяхат және туризм бойынша Әлемдік кеңестің жылдық есептеулері «Саяхат және туризм индустриясының экономикалық көрсеткіштері» бойынша 2013 жылға болжамы келесідей: 2012 жылы Бразилия 8,5 млн саяхатшыны қабылдады. Бұл көрсеткіш 2011 жылмен салыстырғанда 7,6 %-ға көп. Ал ішкі туризм ағымы 60 млн турист адамға жетіп, рекордтық көрсеткіш қалыптастырды. Негізгі шетел саяхатшыларын қызықтыратын қонақжайлы жерлері: Рио-де-Жанейро, Амазония және Фос-ди-Игуасу сарқырамасы. Бразилияға туристердің көбі ЕО-тан, Аргентина және АҚШ-тан келеді. Ал Ресей туристерінің келуі аз, себебі Ресей нарығында бұл елдің танымал еместігі және тікелей әуе қатынасының болмауы.

2012 жылы Римде туристер саны 1,2 млн-ға артып, 42 млн саяхатшы келді. Қала басшыларының тиімді жұмысының нәтижесі мен «Рим» деп аталатын туристік өнімнің нарыққа шығарылуы көптеген туристерді тартты. Әсіресе қызмет түрлері қонақ үй шаруашылығында маңызды орын алды.

2012 жылдың алғашқы 7 айында Испанияға 33 млн саяхатшы келді.

Өнеркәсіп, энергетика және туризм министрлігінің статистикалық мәліметтерінде шілде айында Испанияға 7,7 млн шетел турісі келген, бұл былтырғы жылдан 4,4 %-ға ұлғайғандығын көрсетеді. Бұл көрсеткіштер әр ай сайынғы туристік ағымдардың жаңа рекордын ашты. Ал Испанияда осы жылдың алғашқы 8 айында ғана 32,8 млн шетел туристері тіркелген, бұл 2011 жылдың қаңтар-шілде айларынан 3,3 % жоғары.

Германиядан 1,17 млн, Франциядан 1,27 млн, Ұлыбританиядан 1,76 млн турист келген. Бұдан басқа АҚШ-тан келген туристер саны 27%-ға (180 мың турист), Португалиядан 14,7%-ға (248 мың турист) және Солтүстік мемлекеттерден 14,5%-ға (477 911 турист) артқан.

Қытай еліне 44 млн-ға жуық турист саяхаттаған. Статистикалық мәліметтерде Пекин 2012 жылдың алғашқы жарты жыл-

дығында 43,7 млн туристі қабылдаған. Бұл көрсеткіш алдыңғы жылмен салыстырғанда 9,3%-ға артық. Барлық туристердің 42,7 млн-ы ішкі туризмді құраса, шетел туристерінен 1 млн адам келген. Пекин туризмнен 69,2 млрд юаньды (11 млрд АҚШ долларын) пайда тауып, жылдық табысы 9 %-ға жоғарылаған. Негізгі келушілері – АҚШ, Жапония және Корея Республикасы. Америкалық туристер саны былтырғы жылдың көрсеткішінен 6,9 %-ға жоғарылап, 147 мың, дәл сол уақытта жапон туристерінің саны 25,7%-ға артып, 107 мың адамды құраған. Алайда Оңтүстік Корея туристерінің саны 0,4 %-ға шегеріліп, 104 мың адамды құраған.

2011 жылы Алтай Республикасына 3,5 млн турист келген. Туристік ағымның жалпы көлемі 12%-ға жоғарылады және туристер саны 1,35 млн адамды құрады. Оның ішінде шетел туристері 25%-ға артып, 7,5 мыңға жуық адамды құрады. Сонымен қатар Алтай еліне турдың құны орта есеппен 12,5%-ға жоғарылады.

Жалпы айтқанда, 2011 жылы туристік ағымның құрылымы күрт өзгерді. Новосибирск облыстарының көрсеткіші 2010 жылғы сандық көрсеткіштермен сәйкес келді және 200 мың адам келушілерді құрады. Сібір және Уралдың басқа аймақтарынан келушілер саны 70 мыңға артты, ал еуропалық бөлігінен 33 мың келушіге және Алтай өңірінен 35 мың келушіні құрады.

Арнайы мамандандырылған қызмет көрсететін орналастыру орындарын (турбазаларды, қонақ үйлерді және т.б.) пайдаланған туристер саны 155 мың туристке артты, ауылдық жерлердегі орналастыруды таңдау көрсеткіші 2010 жылмен салыстырғанда 6,5 мың адамға төмендеді. Ұйымдастырылмаған туристік ағым 3%-ға кеміді.

1 туристке тәулігіне пайдаланатын туристік қызметті есептегенде орта есеппен 902-ден 1,1 мың рубльге дейін өсті. Емдеу және сауықтыру орталықтарының қызметін пайдаланатын туристік объектілердегі туристердің саны 30 мың адамға артты. Жүзеге асқан туристік өнімнің көлемі 17 %-ға артып 2,3 млрд рубльді құрады.

Осы жылы Тибет 10 млн туристі қабылдай алады. Батыс Қытайда Тибет күнтізбесі бойынша Жаңа жылды тойлауға (21-27 ақпан аралығында) 83 мың 552 турист келген. Ал түскен табыс бой-

ынша 57,69 млн юань (1 АҚШ доллары – 6,3 юань) кіріс кірген. Жалпы, Тибет бойынша туризмнен түскен кіріс 12 млрд юаньға жетті.

Саяхат индустриясы – қонақжайлылық қызмет дамуының негізі. Ұлттық нарықта қонақжайлылық қызметті қалыптастырудың нәтижесі ішкі және сыртқы әлеуметтік-экономикалық қатынастардың арақатынасы. Қонақ үй бизнесі туристік бизнеспен тығыз қарым-қатынаста. Туристерге қызмет көрсетуде түскен пайданың 60-70 %-ы қонақ үй кәсіпорындарына тиесілі. Сондықтан да бұл қызмет түрлерін бөліп қарастыра алмаймыз, қонақ үй туристік қызметтер кешені ретінде пайдаланамыз.

Туризм индустриясы әлемдік шаруашылықта жоғары пайда әкелетін ең маңызды салалардың бірі және қазіргі уақытта өте қарқынды дамуда. Бұған дәлел әлемдік ұлттық өнімнің 10-12%-ы, әлемдік инвестицияның 7%-ы, әрбір 16-шы жұмыс орны 11 % әлемдік тұтыну шығындарын, 5% салық түсімдерін, 30-35% халықаралық сауда қызметін кұрайды. Туризм валюталық кірістердің мемлекеттің бюджетіне түсуін қамтамасыз етеді.

Әрбір шетелдік турист орта есеппен 300-600 долл. тамақтануға, қонақ үйге орналасуға, экскурсиялық қызмет көрсетуге және әртүрлі тауарларды алуға жұмсайды. Саяхатқа сұраныс нарық механизмі мен экзогенді факторлармен анықталады, олар демографиялық және әлеуметтік өзгерістерді, елдің экономикалық және құқықтық жағдайын, сауда қатынасының дамуын, транспорт инфрақұрылымын, ақпараттық технологияларды және келушілердің қауіпсіздік шараларының жоғарылауын қамтиды.

Дүниежүзілік Туристік Ұйымның (ДТҰ) эксперттері туризмнің даму тенденциялары арасында оның елдің экономикалық жағдайына тәуелді екенін дәлелдеді.

Ал ДТҰ сараптамалары бойынша 2020 жылға қарай шығу туризмінің лидерлері Германия, Жапония, АҚШ, Қытай, Ұлыбритания, Франция, Нидерланды, Канада, Ресей, Италия елдері болмақ. Осы елдер бойынша статистикалық мәліметтер (1,2 кесте) көрсетілген.

1-кесте

**Шығу туризмі бойынша 2020 жылдың лидер елдері
(ДТҮ-ның болжамы бойынша)**

Елдер	Халықаралық тасымалдардың саны, млн адам	Нарықтағы үлесі, %
Германия	163,5	10,2
Жапония	141,5	8,8
АҚШ	123,5	7,7
Қытай	100,0	6,2
Ұлыбритания	96,1	6,0
Франция	37,6	2,3
Нидерланды	35,4	2,2
Канада	31,3	2,0
Ресей	30,5	1,9
Италия	29,7	1,9

2-кесте

**Кіру туризмі бойынша 2020 жылдың лидер елдері
(ДТҮ-ның болжамы бойынша)**

Елдер	Халықаралық тасымалдардың саны, млн адам	Нарықтағы үлесі, %
Қытай	137,1	8,6
АҚШ	102,4	6,4
Франция	93,3	5,8
Испания	70,0	4,4
Италия	52,9	3,3
Ұлыбритания	52,8	3,3
Мексика	48,9	3,1
Ресей	47,1	2,9
Чехия	44,0	3,0

Дүниежүзілік Туристік Ұйымның (ДТҮ) болжамы бойынша, 2020 жылға дейін халықаралық туристік саяхаттар саны 3 есе артып, одан түсетін табыс 1,6 млрд-қа жетеді. Оның ішінде қонақ үй-туристік қызметтерінің табысы өсіп, 2020 жылға дейін 2 трлн АҚШ долларға жетуі әбден мүмкін.

2020 жылдарға жасалған ДТҮ-ның алдын ала жасалған болжамдары мен статистикалық мәліметтері тақырыпта ашық көрсетілген.

Бақылау сұрақтары:

1. 2020 жылдың халықаралық туризм даму болжамы қандай?
2. Қазіргі жағдайды қалай бағалайсыз?
3. ДТҮ-ның анықтауындағы негізгі туристерді жеткізуші және қабылдаушы елдер.
4. Туристік индустрияның әлемдік шаруашылықта алатын орнын статистикалық мәліметтермен негізденіз.
5. Туризм индустриясы бойынша қандай соңғы статистикалық мысалдарды келтіре аласыз?

**2.2. ТМД елдеріндегі саяхат индустриясы,
оның ерекшеліктері**

Тәуелсіз мемлекеттер достастығы (ТМД) мемлекеттерінде туризм дамуы шаруашылық кешендерін толықтай реформалау барысымен жүзеге асқандықтан, кейбір жағымсыз тенденцияларды анықтады:

- ұлттық туристік бағдарламалардың қысқаруы;
- ТМД елдерінен валюта құралдарының сыртқа кетуі;
- ішкі туризмнің нашар дамуы;
- ұлттық туристік өнімді жылжыту туралы нақты бағытталған мемлекеттік саясаттың болмауы;
- туризмді инвестициялаудың өте төменгі деңгейі.

Бұл Достастық елдерінде туризмді дамыту шаралары, ең алдымен, жаңа интеграциялық әдістерді қарастырумен басталды. Бұл үрдістің ең басты міндеті – бірыңғай туристік кеңістік құру болды. Бұған елдердің туристік құрылымдарының қалыптасуындағы тарихи үндестік, мемлекеттердегі туристік саясаттың ұқсастығы және жалпы туризмді дамытудағы ортақ әдіснама тірек болды. Бұл мәселелерді шешу мен туристік саланы жүйелеу үшін Достастық елдерінің Бас кеңесінің шешімі мен 1994 жылдың 9 қыркүйегінде қатысушы мемлекеттердің Туризм бойынша кеңесі құрылды. Кеңес құрамына ТМД елдерінің 11 мемлекеті кірді: Әзірбайжан, Армения, Беларусь, Қазақстан, Қырғызстан, Молдова, Ресей Федерациясы, Тәжікстан, Түрікменстан, Өзбекстан, Украина. Құрылғаннан бері кеңестің жалпы отырыстары өтіп тұрады. Отырыс барысында туризм сферасындағы мемлекеттердің өзара байланыстарын нығайту және кеңейту сияқты сұрақтар қарастырылады.

Кеңеспен қатысушы мемлекеттердің туризмді басқару органдарына ынтымақтастықтың негізгі қағидалары, бірыңғай әдіснамамен қамтамасыз ету жолдары, статистикалық жүйелерді жақындастыру, туристік қажеттіліктердегі кадрларды қайта дайындау, кәсіби біліктіліктерін арттыру мен заңнамалық-құқықтық рәсімдеу бойынша ұсыныстар жасалған. ТМД қатысушы мемлекеттердің туризм облысындағы сертификациялау жүйесі мен мемлекет аралық стандарттау жүйесін енгізу мен жасау бойынша іс-шаралар жүргізілуде.

Туризм бойынша Кеңес Достастық елдерінің туризмін дамытуға тікелей қатысты келесі негізгі мәселелерді шешуге атсалысады:

- ТМД мемлекеттерінің туристік кешендерін басқаруды қалпына келтіру. Туризмдегі қызмет көрсету сапасы мен қауіпсіздікті қамтамасыз ететін, мемлекет аралық стандарттар мен нормативтік-құқықтық базаны енгізу;
- туристік қызметтер нарығында қалыпты бәсекелестік орта қалыптастыру. Бөлшектендіру, шетел капиталын тарту, мемлекеттік туризм секторын қалыптастыру;
- туристік кешенді халықаралық нарыққа шығару мақсатында реформалау. Бәсекеге қабілетті туристік өнім құрастыру, кіру туризмін дамыту, кедендік формалдықтарды жеңілдету.
- Бүкіл әлемдік туристік ұйыммен серіктестікті белсендіру.

ТМД елдерінде туризм дамытуға ЮНВТО, туристік заңнамаларды қалыптастыруда өзіндік әдістемелік көмек көрсетеді (Украина, Молдова, Өзбекстан). ЮНВТО-ның Хатшылығы мен эксперт мамандары, осы мемлекеттердің ұлттық туристік әкімшіліктеріне туризмді дамыту мәселелері бойынша үлкен көмек көрсетеді. Оқыту семинарларын өткізеді, кадрларды кәсіби даярлау курстарын жүргізеді, ЮНВТО-ның статистикалық мәліметтеріне қолжетімділігін қамтамасыз етеді.

Бірақ та соңғы жылдары туризм сферасындағы ТМД елдері арасында серіктестік белсенділігі төмендеп келеді. Бұған дәлел – 2002 жылмен 2006 жылдар аралығында Туризм бойынша кеңестің отырысының бірде-бір рет өтпеуі.

ТМД елдерінің туризм сферасындағы туристік өзара байланыстарының маңызды стратегиялық бағыттары ретінде келесілерді атауға болады:

- аймақаралық туристік нарықты қалыптастыру (соның ішінде, кедендік шекаралық және т.б.);
- бірлескен жарнамалық-ақпараттық және ғылыми-тәжірибелік шараларды кеңейту: конференциялар, семинарлар, симпозиумдар, жәрмеңкелер, көрмелер;
- бәсекеге қабілетті туристік өнім құрастыру және оны жылжытуды бірлесіп қолға алу;
- транспорттық және ақпараттық коммуникацияны дамыту, транзиттік туризмді ұйымдастыруда қазіргі заман технологияларын тарату;
- жалпы, бірыңғай туристік-ақпараттық желілерді қалыптастыру;
- туристік қызмет көрсетудің бірыңғай стандартын енгізу, ТМД елдер арасында статистикалық мәліметтерді жинақтау мен өңдеу әдістерін жасақтау;
- туристердің қауіпсіздігін қамтамасыз ету шараларын жүзеге асыру, олардың сақтандырылуының унифициарланған жүйесін қалыптастыру;
- туризмнің әлеуметтік бағытталған басым түрлерін дамыту бойынша (жастар туризмі, экскурсиялық-танымдық, экологиялық, т.б.) кешенді шаралар ұйымдастыру.

Статистикалық мәліметтер бойынша, ТМД елдері арасында ішкі бағыттар жақсы дамып келеді. Соның ішінде ресейлік туристер саны басым. Интерфакстың хабарлауынша, 2014 жылы ТМД елдері ішінде ресейліктер саяхаттаған қалалардың рейтингінің басын Минск, Алматы және Ереван қалалары бастайды.

ТМД елдері қалаларының саяхаттау бойынша үздік 10 қаласы қатарына Минск, Алматы, Ереван, Баку, Астана, Киев, Бішкек, Кишинев, Брест және Ташкент қалаларын жатқызамыз. Бұл тізімге Тбилиси енуі мүмкін еді, бірақ Грузия ТМД елдері құрамына кірмейді.

Бүгінде ТМД елдерінде саяхаттаушы ресейліктердің сапарлары орта есеппен 4 күнге созылады және күніне қонақ үйлерге төлемақы 3,9 мың рубльді төлейді.

Осы рейтинг мәліметтері бойынша, ТМД қалалары арасында 2014 жылы ресейліктермен Баку қаласына орта есеппен 5 күндік саяхат ұйымдастырылған. Бұл ең ұзақ саяхат, ал ең қысқа саяхат Астана қаласына жасалған, мұнда 2 күн. Ал ТМД елдеріндегі ең қымбат қала Алматы қаласы болса, туристер үшін ең арзан қала – Қырғызстан астанасы – Бішкек қаласы болған.

Астанада қонақ үйде тұру үшін орта есеппен күніне 5,8 мың рубль болса, Бішкекте 1,7 мың рубль құрайды.

2014 жылғы статистикалық мәліметтер бойынша, ТМД елдері арасында ең танымал мемлекеттер қатарында Беларусь, Қазақстан, Украина, Әзірбайжан, Армения, Қырғызстан, Молдава және Өзбекстан болды.

ТМД елдеріне саяхаттаған ресейліктердің 37%-ы Белоруссияға, 20%-ы Қазақстанға, 15%-ы Украинаға, 8% Әзірбайжанға, 7% Арменияға, 6%-ы Қырғызстанға, 5% Молдаваға және 2%-ы Өзбекстанға саяхаттаған.

ТМД елдеріндегі туризм саласындағы ынтымақтастық, осы елдер арасындағы өзара байланыс пен туристік ағын туралы мәліметтер тақырып аясында толықтай қарастырылған.

Бақылау сұрақтары:

1. ТМД елдеріндегі танымал туристік қалаларды атаңыз.
2. Туризм бойынша кеңестің мақсат, міндеттері.
3. ТМД мемлекеттер арасындағы танымал туристік елдер қандай?
4. Туризм сферасындағы ТМД елдерінің стратегиялық бағыттары.

2.3. Әлем елдеріндегі туристік тасымал түрлеріне сипаттама

Туристерге көліктік қызмет көрсету – туризм өндірісінің құрамдас бөлігінің бірі. 1990 жылға дейін өзіне автокөлік, сулы, теңіз, теміржол және әуе транспортын қосатын және ішінде халықаралық туризмнің қажеттілігін қамтамасыз ететін туризмнің біртұтас транспорттық жүйесі болған. Туристік қызметтер құрылымында транспорттық қызмет көрсету үлесі 40% құрайды. Көліктің туризмдегі рөлі өте үлкен екеніне көз жеткізе отырып, көліктің қандай түрі туристерге ең қолайлы екендігіне және аз уақытты қажет ететініне жауап табуымыз керек.

Халықаралық туризмде көп жылдар бойы адамдарды су бойынша тасымалдаудың түрлері басым болған. Бірақ уақыт өте келе, авиацияның даму мөлшеріне қарай оның маңыздылығы бірте-бірте қысқарды. Мысалы, кемемен Солтүстік Атлантика арқылы Франциядан АҚШ-қа баратын саяхат 80 сағат уақыт-

ты алады, ал ұшақпен тек қана 8 сағатта ұшып өтесіз. Осындай жағдай, сонымен қатар Тынық мұхиты арқылы өтетін іскерлік рейстерде де байқалады. Бірақ Еуропаның батыс жағалаулары, Жерорта теңізі, Кариб теңізі, Азор және Атлантиканың басқа аралдары аймағында теңіз экскурсия-круиздері үлкен маңызға ие болып отыр.

Круиздік туризм ежелгі заманнан пайда болғанына қарамастан, өзінің қарқынды дамуын 50-жылдардың аяғынан бастаған болатын. Круиздік саяхаттардың алғашқы гиді болып ағылшын жазушысы Уильям Теккерей саналады. Круиздік саяхат, негізінен, қысқа мерзімді экскурсиялар өткізілетін жағалаулардың бойымен жүргізіледі. Қазіргі кезде осы саяхаттар жаңа сипатқа ие болып отыр. Ол – ел ішіне басқа көлік түрін пайдаланып кіру арқылы ұзақ саяхаттар жасау. Мысалы, Жерорта теңізімен круиз жасағанда Италияда тоқтаған туристер Рим, Флоренция сияқты әйгілі қалаларды көріп өтеді.

Круиздік турлардың ірі нарықтары АҚШ, Ұлыбритания, Германия болып табылады. Круиздік саяхаттар туризмнің ең комфортты (жайлы) түрі, яғни мұндай маршруттарға арналған кемелер көңіл көтерулер мен мерекелерге жағдай жасалған, жүзіп жүретін қонақ үйлер. Сондықтан жолдаманың қымбат тұруына қарамастан, оларды Қазақстанда сатып алады.

Туристерді су транспортымен тасымалдаудың болашағы өте зор. Су көлігін реконструкциялауға және дамытуға республикамызға еуропалық банк үлкен мерзімге несие бөлді. Су әлемін зерттеуші Роттердам орталығы Ақтауда су портын дамытуға арналған жоба әзірледі. Халықаралық Трасека коридорының транспорты – Ұлы Жібек жолы аналогы бойынша, Батыс Украина, Кавказ арқылы Каспий көлі, Орталық Азия мен Моңғолияға осы порт арқылы қатынайтын болады. Бұл дегеніміз болашақта өзен, көлдерімізде туристердің демалатын орындарының көбейетіндігі және осы порт арқылы алыс-жақын мемлекеттердің тікелей байланысы Қазақстан экономикасын өсіреді.

Маңызды болып келетін тасымал түрлерінің (автокөлік, теміржол, су және әуе көліктерінің) негізгі артықшылықтары мен кемшіліктерін қарастырайық (3-кесте).

Түрлі факторлардың маңызын сараптап, бағалап көрсеткендей, көлікті таңдауда, ең алдымен, төмендегілерді ескерейді:

- жеткізу тәртібін сақтау сенімділігі;
- жеткізу уақыты;
- тасымал құны.

Көліктердің ішіндегі *теміржол көлігі* әртүрлі мемлекеттерді және мемлекеттердің әртүрлі аймақтары арасында байланыстарды орнату үшін айрықша рөл атқарады. Әрбір мемлекеттің экономикасының дұрыс дамуын қамтамасыз етеді және туристер көп қолданатын көлік түрі. Теміржол тасымалдауларының бірқатар ерекшеліктерін айтып өтуге болады: теміржол көлігінің тасымалдау мүмкіншілігінің жоғары болуы; шығатын пунктен, бару пунктіне тасымалдаудың жоғары жылдамдығы; үлкен қашықтықтарды өтудің мүмкіншілігі; ауа райы жағдайына байланыссыз тасымалдаудың тұрақтылығы және т.б. осы қалалар арқылы теміржол көлігімен саяхаттың маршрутын жасау.

3-кесте

**Тасымал түрлерінің
(автокөлік, теміржол, су және әуе көліктерінің)
негізгі артықшылықтары мен кемшіліктері**

Көлік түрі	Артықшылықтары	Кемшіліктері
1	2	3
Теміржол	<ul style="list-style-type: none"> – жоғары тасымалдау қабілеттілігі; – ауа райына, жыл мезгіліне және уақытқа байланыссыз; – тасымалдау тез арада жүріп тұрады; – салыстырмалы төмен тарифтер, транзитті жіберулер үшін жеңілдіктер; – үлкен қашықтыққа жүктерді жоғары жылдамдықпен жеткізу. 	<ul style="list-style-type: none"> – тасымалдаушылар саны шектеулі; – өндірістік-техникалық базасына көп капитал салымдары қажет; – тасымалдың жоғары материал және энергия сыйымдылығы; – соңғы сату орындарының қолжетімділігі төмен; – жүктер жеткілікті түрде сақталмайды.
Теңіз	<ul style="list-style-type: none"> – континентарлық тасымалдаудың мүмкіндігі; – ұзақ қашықтыққа тасымалдаудың өзіндік құны төмен; – жоғары тасымалдау және өту қабілеттілігі; – тасымалдаудың төмен капитал сыйымдылығы. 	<ul style="list-style-type: none"> – тасымал шектеулі; – жеткізудің төмен жылдамдығы; – географиялық ауа райы жағдайларына байланыстылығы; – күрделі порттың инфрақұрылым құру қажеттілігі.

Су (өзен)	<ul style="list-style-type: none"> – терең өзендер мен суаттарда тасымалдаудың жоғары мүмкіндіктері; – тасымалдаудың өзіндік құны төмен; – капитал сыйымдылығы төмен. 	<ul style="list-style-type: none"> – тасымалдар шектеулі; – жүктерді жеткізу жылдамдығы төмен; – өзен, көлдердің тереңдігінің бірқалыпсыздығына байланыстылығы; – мерзімділік; – тасымал сенімділігі және жүктердің сақталу сенімділігі жеткіліксіз.
Автокөлік	<ul style="list-style-type: none"> – жоғары қолжетерлік; – жүкті «есіктен есікке дейін» жеткізу мүмкіндігі; – жылжуы, икемділігі, өзгермелілігі жоғары; – жеткізу жылдамдығы жоғары; – жеткізудің түрлі маршруттарын және схемаларын қолдану мүмкіндігі; – ең тиімді тасымалдаушыны таңдаудың кең мүмкіндіктері бар. 	<ul style="list-style-type: none"> – өнімділігі төмен; – ауа райы және жол жағдайларына байланыстылығы; – үлкен қашықтыққа тасымалдаудың салыстырмалы жоғары өзіндік құны; – жеткіліксіз экологиялық тазалық.
Әуе	<ul style="list-style-type: none"> – жүкті жеткізудің ең жоғарғы жылдамдығы; – жоғары сенімділік; – жүктің сақталуының ең жоғарғы мүмкіндігі; – тасымалдаудың ең қысқа маршруттары. 	<ul style="list-style-type: none"> – өзіндік құны жоғары, көліктің басқа түрлеріне қарағанда тарифі жоғары; – тасымалдың капитал сыйымдылығы, материалды-техникалық сыйымдылығы жоғары; – ауа райына байланыстылығы; – географиялық мүмкіндігі жеткіліксіз.

Туристік саяхаттарды ұйымдастыруда *автокөлік* маңызды рөл атқарады. Ол, негізінен, оның мобильділігімен, ақпараттылығымен, арзандылығымен ерекшеленеді. Авто тасымалдаулардың ерекшелігі олардың тек қана туристердің көпшілік тасымалдауы емес, әуе, теміржол, су көліктерін пайдаланылатын жолаушылардың трансфері ретінде қолдануға мүмкіндік табылады.

Туризм пайдаланатын көлік түрлері географиялық орнына, жердің табиғи жағдайына, сонымен қатар коммуникациялық желілердің даму дәрежесіне тәуелді. Туристік көлік және жалпы

көлік: құрлық, су (өзен, теңіз) және әуе көлігі болып бөлінеді. Туристік тасымалдаудағы көліктің кейбір түрлерінің үлесі халықаралық және ішкі туризмде әртүрлі құрылады. Қоғамдық көлік туристердің тікелей демалу, тамақтану және көңіл көтеру орны болады. Осындай транспорттық туризм халық демалуының айрықша әйгілі түріне айналды. Туризм мақсатында, су көліктерінің жоғары категориялы қонақ үйлер сияқты комфортты түрлері пайда болып, демалу үшін жақсартылған жағдайлар жасалды. Ересек адамдар үшін ең тартымдысы «жылжитын үй» сияқты жолаушы су кемелері болып табылады. Теміржол көлігі қызмет көрсетудің осындай жоғары деңгейін арнайы жылжымалы құраманы қолданғанда да көрсете алмайды, бірақ оның да құндылығы бар. Ол кейбір көрсеткіштер бойынша су көлігінен озып кетеді.

Жоғары дамыған мемлекеттерде автомобиль, теміржол және әуе туризмі әйгілі болып келеді. Сонымен қатар көлік экскурсияларда қызмет ету, оның ішінде қалаларды, табиғи көрікті жерлерді, мәдени-тарихи объектілерді, т.б. барып көру үшін маңызды рөл атқарады. Туристік қозғалыста әуе көліктің маңыздылығы болашақта көбейеді.

Транспорт туристерге ұсынылатын негізгі қызмет көрсетулер қатарына кіреді және инфрақұрылымның құрама бөлігі болып табылады. Транспорт құралдарының қалыпты жұмыс істеуіне көбінесе туристік қызметтің табысқа жетуі байланысты болады.

Тасымал түрін таңдау кезінде ескерілетін әртүрлі қасиеттер:

Теміржол көлігі. Қасиеттері: өткізімділік пен тасымалдылықтың жоғары дәрежелігі; климаттық жағдайларға, жыл мезгіліне және тәулік уақытына, тәуелділігі; тасымалдың жоғары тұрақтылығы, баға төмендігі; транзит жөнелтілімдерге жеңілдіктер; үлкен арақашықтықтардағы жүкті жеткізудің жоғары жылдамдығы.

Жетіспеушіліктері: тасымалдаушылардың шектеулі саны; өнеркәсіптік-техникалық базаға үлкен қаржылық салынулар, тасымалдардың үлкен материал сыйымдылығы және энергия сыйымдылығы, тұтыну орындарының ақырғы нүктелеріне жету төмендігі; жүк сақталудың жоғарылығының жетіспеушілігі.

Теңіз көлігі. Қасиеттері: континент аралық тасымалдау мүмкіндігі, ұзақ арақашықтықтарға өзіндік құнының төмендігі, тасымалдық және өткізгіштік қабілетінің жоғарылығы. Тасымалдарға қаржы салынулардың төменділігі. Кемшілігі: тасымалдар шектеулілігі, (транзиттің ұзақтылығы, географиялық, навигациялық және

ауа райы жағдайларына тәуелділігі; күрделі пошталық инфрақұрылым құру қажеттілігі, жүктерді қаптауға және бекітуге қатал талаптар қойылуы; жөнелту жиілігінің төменділігі. Көлікті ортақ пайдаланудағы және ортақ емес пайдаланудағы, сонымен қатар кейбір жағдайларда магистральді, магистральді емес деп те бөледі.

Жолаушы автокөлігі тасымалының классификациясы. Барлық орындалатын жолаушылар автомобиль тасымалы келесі белгілермен классификацияланады:

1. Жылжымалы құрамның жолаушы автомобиль тасымалы бойынша автобус және жеңіл автомобиль тасымалы болып бөлінеді.

2. Тасымал түрі бойынша қалалық, қала маңы, жергілікті, қалааралық, халықаралық болып жіктеледі.

3. Қалалық тасымал автобустармен және жеңіл автомобильдермен жүзеге асады.

4. Қала маңы тасымалы қала маңы аудандарымен және қала маңы елді мекендерімен байланыстырады.

5. Жергілікті тасымал селолық елді мекендерде жолаушыларға қызмет көрсетуімен ерекшеленеді.

6. Қалааралық тасымал жолаушыларды қала шетінен 50 км қашықтықтағы қалалармен байланыстырады.

7. Халықаралық автомобиль тасымалы – екі немесе одан да көп мемлекетпен байланыстыратын тасымал.

8. Жолаушы автомобилі тасымалы тағайындалуына байланысты экскурсиялық, туристік, қызметтік, мектептік, вахталық және арнайы болып бөлінеді.

9. Экскурсиялық тасымал экскурсия мазмұнына байланысты алдын ала жасалып, келісілген экскурсияны қамтамасыз етуге арналған.

10. Туристік тасымал ұйымның немесе жеке тұлғалардың алдын ала жасалып, келісілген маршрут бойынша туристік қатынасына арналған.

11. Қызметтік тасымал – жұмысшылар мен қызметкерлерді жұмыс орнынан тұрғылықты жерлеріне дейін немесе кері бағытта орындайтын тасымал.

12. Оқушылар тасымалы – арнайы маршрутпен жасалған оқушыларды тасымалдауға арналған тасымал.

13. Жолаушы автомобилі тасымалының формасы бойынша ұйымдастырылуы жағынан маршрутты, тапсырысты және тікелей аралас болып келеді.

14. Маршрутты тасымалдар деп бекітілген кесте бойынша арнайы маршруттармен тасымалдауды айтады.

15. Тапсырысты тасымал – ұйымдар мен мекемелердің және т.б. келісімшарт немесе жеке тапсырыстар бойынша орындалатын тасымал.

16. Тікелей аралас тасымал – автобус көлігінің басқа да жолаушы көліктерімен орындалуы.

Туризм – индустриясы бір-біріне тығыз байланысты кәсіпкерлер мен кәсіпорындар арасындағы жүйе, туристке туристік процесс кезінде барлық тұтынылатын туристік қызметтерді, тауарларды ұсынушы.

Әлемдегі туризмнің жаппай дамуы туризм индустриясы және қосалқы шаруашылықтарды ғылым мен мәдениетті білім беру жүйесін тез қарқынмен дамытуда. Осыларды қорыта айтқанда, туристік индустрия қонақ үй мен орналастыру орындарының транспорт құралдарының қоғамдық тасымалдау, қоғамдық тамақтандыру объектілерімен танымдық, емдік, спорттық, сауықтыру, діни-мәдени, іскерлік, ұйымдастырудың, туроператорлық және турагенттік қызмет, сонымен қатар туристік-экскурсиялық қызмет пен гид-аудармашы қызметін ұсынушы ұйымдарды да қамтиды.

Тасымалдау негізгі және қосымша туристік өнімдегі қозғалыс құрамына қарай бөлінеді, жұмыс кезеңдері бойынша келесідей бөлуге болады:

- трансфер, автобустар, баратын жерге туристерді жеткізіп салу, аэропорт арсеналынан, вокзалдан отельге жеткізіп салу, қайтып Отанына оралуы, т.с.с;
- туристерді ұзақ белгіленген жерге жеткізіп салу;
- автобустық немесе теміржол турларымен бағыт бойынша жеткізіп салу, яғни бұл жерде круиздық бағыттарды да жатқызуға болады;
- экскурсиялық бағыттар бойынша қалаларда, саябақтарда, т.б. жерлерде тасымалдау.

Туризм инфрақұрылымының дамуы тек жылжымайтын мүліктермен ғана емес, сондай-ақ туристік тасымалдар қызметімен де тығыз байланысты. Қазіргі таңда еліміз туристерді көліктің бірнеше түрімен тасымалдауға назар аударып отыр. Республика бойынша шетел туристерін тасымалдау мақсатында әуе, теміржол, автокөлік қатынастары іске қосылған. Шетелдің 6 әуе компаниясы жұмыс істейді.

Ал экономикамыздың күретамыры – теміржолға келсек, шетел туристерін елімізге жеткізу үшін бірнеше бағыттар іске қосылды. Солардың ішінде «Қазақстан теміржолы» ұлттық жолаушылар тасымалдау» компаниясы туризм әкімшілігімен және «Тұран Азия» компаниясымен бірлесіп, «Жібек жолының маржаны» атты арнайы бағыт жобасын әзірлеген болатын. 2002 жылы оның алғашқы бағыты Алматы – Тараз – Шымкент – Самарқан – Үргеніш – Бішкек – Рыбачье – Алматы қалалары бойынша жүзеге асты. Енді осы бағытты Тегеранға, одан әрі Бейжіңге дейін жалғастыру қолға алынады.

Туристерді автокөлікпен тасымалдау мәселесі де өзінің маңыздылығын ешқашан жоймақ емес. Қазіргі кезде біздің елдің автокөлік жолдары ірі туристік нысандарымызды шетелдермен байланыстырып отыр. Көлік инфрақұрылымын одан әрі дамыту үшін әуе, автокөлік және теміржол нысандарының материалдық-техникалық базасын тиісті жабдықтармен қамтамасыз етіп, туристерге қызмет көрсету саласын дамытуымыз керек.

Халықаралық қарым-қатынаста жолаушыларды ұшақпен тасымалдау Варшава конвенциясына байланысты ескеріліп отырады. Алғашқы 1929 жыл, кейін 1955-1975 жылдары халықаралық әуе тасымалдау ережесі халықаралық деңгейде жасалған. Бұл шартты конвенция – барлық елдерде туристерді және олардың жүктерін тасымалдау ескертпелері. Бұған қосымша әр мемлекетте өзінің әуеде тасымалдау кодексіне қосымшалар енгізеді. Чартерлік рейстегі әуе қатынасы халықаралық конвенцияға және сол елдің заңына нұқсан келтірмей, чартердің келісімшарты бойынша жүзеге асырылады.

Ішкі әуе қатынасында ұшақтың ұшуы, қонуы және уақытша қонуы мемлекеттің ішкі аумақтарында жүзеге асырылады.

Халықаралық әуе тасымалдауы дегеніміз ұшу және қону алаңдары әртүрлі мемлекеттерде болады.

Қазір әлем бойынша 1300-ден аса әуе компаниясы бар және әуе сапарларында жыл сайын орташа 1,5 млрд адам тасымалданады. Әлемде халықаралық әуе қызмет көрсетуі бойынша 1 мыңнан астам әуежай жұмыс істейді, оның ішінде 650 әуежай халықаралық тұрақты әуе тасымалына қызмет көрсетеді. Тасымалдау бойынша, америкалық «Delta Airlines», «Pan American», «United», француздық «Air France», немістің «Lufthansa», британдық «British Airways», т.б. әлемде ірі әуе компаниялар болып табылады.

Халықаралық туризмдегі *әуе транспортымен тасымалдау* чартерлік және рейстік ұшақпен жүзеге асырылады. Туризм мақсатында кең ауқымда тік ұшақтармен әртүрлі ұшу аппараттары қолданылады: әуе шары, парафлан, дельтаплан, т.б. Қызметі мен жайлылығына, тамақтануына және де ұшақтарды әртүрлі факторлардың орындалуына байланысты келесідей кластарға бөледі:

- класс-«F»;
- бизнес класс-«C»;
- экономдық класс-«Y»;
- әртүрлілік.

Үлттық тасымалдау шеңберінде немесе жекелеген әуе компанияларда халықаралық туризмге келесідей жеңілдіктерді қарастырып бекіткен:

- маусымдық;
- корпоративтік;
- балалы жолаушыларға арналған;
- топтық;
- жас жұбайларға арналған.

Туристерге ерекше қарқынмен пайдаланылатын жеңілдік карта КАРА (әуе компания жолаушыларының халықаралық ассоциациясы), ЕТА (туризмнің еуропалық жүйесі), т.с.с. Мұндай картаны иемденгендерге кейбір әуе компанияларда (DELTA, SAS) қонақ үйге төлейтін кездегі жеңілдік (10-40 %-ға дейін) бар. Ол ең жақсы деген әлемнің 40 мыңнан астам отельдерінде әрі автомашинаны алғандағы жеңілдік (30 %-ға дейін) сақтандыруда т.с.с. жерлерде қарастырылған.

Халықаралық ережеде әуе тасымалы дегеніміз – туристердің әуежайда алғашқы тексеруден өткен кезеңнен бастап, келесі әуежайда құзырлы адамдардың тексеруден өткенге дейінгі аралық. Халықаралық азаматтық авиацияда көптеген ережелер, ұсыныстар, әдіскерлік құжаттар ҚАТО, ІСАТО ұйымдары басшылыққа алынады. Халықаралық әуежай ұйымы, ІАТО – транспорттық тасымалдау ассоциациясы. Әуе жайларда ғимарат, ұшу алаңдары, жолаушылар демалатын орын, т.б. осы ұйымдардың талаптарына сай болуы керек. Дүниежүзі бойынша әуе тасымалдауы осы ұйымдар арқылы (БҮҮ, ДТҮ) жүйеге келтіріп отырады. Мысалы, бір жылғы ұшу шақырымды орташа есеппен алсақ, мысалы ішкі ұшу 4,5% болса, ал халықаралық ұшу – 7%. Жыл сайын халықаралық ұшу көлемдері өсіп келеді. Кейбір елдерде ұшатын

жолаушылар санын арттыру мақсатында билет құнын арзандату, жиі ұшатын жолаушыларға арнайы сервистік қызмет көрсету, т.с.с. қарастырылады.

Ұшақтағы сервис пен жайлылық төмендегілерге байланысты:

- әуе компанияға;
- ұшу бағытына;
- тарифке;
- тасымалдау дәстүріне;
- ұшу ұзақтығына.

Халықаралық әуе қатынастарында жолаушыларды тасымалдау бойынша дүние жүзінде көптеген ірі әуе компаниялар бар.

Қазақстанда 10-нан аса әуе компаниялары қызмет көрсетеді, бірақ халықаралық деңгейде «Air Astana» компаниясы ғана.

Әлемде жолаушылар тасымалдайтын ұшақтың қолданылу мерзімі – 23 жыл. Еуропада – 27 жыл. Оңтүстік Африка мен Оңтүстік Америкада – 28-29 жыл.

Қазіргі әуе компанияларының мақсаты – ұшақтың сыйымдылығы мен ұшу ұзақтығын, жылдамдығын, сервистік қызмет пен комфорттылығын арттыру.

Дүниежүзіндегі ең белгілі халықаралық әуежайлар мына елдерде: Сингапур, Чанги, Манчестер, Мельбурн, Амстердам, Цюрих.

Судағы туристік экскурсиялар мен саяхаттарды басқа да тасымалдау түрінен кең тараған: яхта, сүңгуір қайықтарында, катамаранда, байдаркаларда, қайықта және де сол сияқтыларда жүргізуге болады.

Туристік тасымал – *су саяхатының ерекшеліктері*. Транспорттық құқықтық белгілері бойынша бүкіл су транспорты теңіздік және ішкі деп екіге бөлінеді. Теңіздік транспортпен жолаушыларды багаждары мен жүктерді халықаралық, алыс және каботажды тасымалдау орындалады. Құқықтық базаларды дамыту және халықаралық Женева конференциясында теңіз құқығы бойынша 4 конвенция қабылданды, онда ашық теңіз, аймақтық теңіз және оған тиіп тұрған аймақ, контингенттік рельеф және ашық теңіздің тірі су ресурсын сақтау туралы баяндалды. БҰҰ қамқорлығымен халықаралық құқық бойынша үш конференция өткізілді.

Өткен ғасырдың 60-жылдарынан бастап туризм қарқынды дамыды, жолаушылар таситын кемелер тұрақты жұмысын бастағаннан кейін, туристік круиз суда қайта жабдықталынды. Халықаралық теңіз транспортын регламенттеуде теңіз саласында

негізгі халықаралық теңіз ұйымы және жолаушыларды теңізбен тасымалдаудың халық ассоциациясы ретінде бөлуге болады.

Халықаралық теңіз ұйымы 1948 жылы наурызда Женевада ұйымдастырылған. Ұйымның құрылу мақсаты:

- қауіпсіздігі және тиімді кеме қатынасы салығын стандартты жасау мен қабылдау;
- халықаралық сауда кеме қатынасы, салалық бірлестік механизмін қамтамасыз ету;
- теңіз үсті ластануын бақылау;
- ұлттық кеме қатынасын дамыту мақсатында халықаралық сауда саласын дискриминациялауды жою және шектеу қою;
- халықаралық конференцияларды өткізу және кеме қатынасы саласындағы халықаралық конвенцияны талдау.

Теңіз порттары мен кемелері көп пайдаланылмаса да, капиталды жөндеу мен тез арада жаңартып тұру қажет, сонымен қатар оның шығыны да көп болады, сол себептен бұлардың жолдамасы да қымбатқа түседі. Су транспортының басқа да кемшілігі жылдамдығы аз және су круизінде теңіз ауруына, клаустрофобия ауруына шалдыққан кейбір туристерге судың географиялық жағдайының қолданысы және де су кеңістігінің шектеулі болатындығы біраз қиыншылықтар туындатады. Соған қарамастан түрлі мақсаттардағы мүмкіншіліктерді бере алатын (іскерлік, оқулық, фестивальдық, және басқа да демалыстарда) жолаушылар таситын көлемі ерекше «жүзетін отель» басқа жерлерге баруда өте қолайлы. Су саяхатында туристік экскурсиялық мейрамдарды ұйымдастыру үшін теңіздік және өзендік кемелерді жалға алады. Туристік экскурсияларда туристерді барлық жағдайлармен, қызметпен қамтамасыз етіп, параходта жүрудің кестесін туристермен бірлесіп жасайды. Маршрутта, яғни экскурсияларда саяхатшы, тарихшы, этнограф, архитектор және т.б. адамдармен кездесулер, олармен әңгімелесе алу мүмкіндігі болады. Барлық жағынан комфортталған теңіздік және өзендік кемелермен саяхат жасау сіздің жақсы демалуыңызға себептігін тигізеді.

Су саяхатының бағдарламасы ерекше, өйткені сіз өзіңіздің маршрутыңызда басқа да мемлекеттің, облыстың, республиканың аумағымен жүріп өтуіңіз мүмкін, сізге соны таныстыру үшін ерекше жоспар қамтамасыз етілген. Жергілікті экскурсиялардың арасын байланыстырушы бөлім – жолдағы экскурсиялық бағдарлама.

Бүкіл әлем транспорттық саяхатқа үлкен ден қойып отыр. Өйткені миллиондаған адамдардың өмірі осы транспортпен байланысты. Қазіргі транспорттың қай саласы болмасын, жаңа технологияларды қолданып жүріс-тұрысты ыңғайластыруда. Бүкіл әлемде адамдардың әлеуметтік жағдайының көтерілуіне байланысты туристік саяхаттар да көбейіп келеді.

Кемелердің жеткілікті мөлшері және жауапты инфрақұрылымы болмағандығынан Қазақстанда су саяхаты әлі толық дамымаған, бар болғанда да жақсы ұйымдастырылмаған. Оған себеп – су порттардың жоқтығы. Порттар – жүктер мен жолаушыларды тасуда қауіпсіздігін қамтамасыз етуге арналған жағадағы белгілі бір зона немесе аймақ. Порттық зона – кемені арқанмен байлап қоятын және қауіпсіз зона, ол жолаушыларды вокзал ретінде күтеді және лайықты қызмет етеді (байланыс, милиция, кеден, медпункт, т.б.), тазалық жасайтын бөлім, жанармай қоймасы, кемелерді жөндейтін зона, оларды бұзылған жағдайда жөндейтін шеберлер қоймасы, сонымен қатар зонада жүктер мен багаждар сақталады.

Порттардың классификациялануы.

Құрылысына қарай: табиғи және жасанды. Табиғи порттар деп табиғи жағдайларда пайда болған порттарды айтатын болсақ, жасанды порттар деп адамдардың көмегімен құрастырылған порттарды айтамыз. Порттар теңіздің, өзендердің және көлдердің жағасында орналасады.

Арнайы тағайындалуына байланысты: әскери, саудаға, жолаушыларға, спорттық.

Басқарылу тәртібіне байланысты: қарапайым немесе ерекше, баж салығын жинау және кедендік тәртіптен басталуына деп қарастырылады. Меншік түріне қарай: мемлекеттік немесе жекеменшік болып келеді.

Теңіздегі және өзендегі круиз. Қазақстанда су көлігін қолданатын туризм әлі дамымаған. Ол гидрографиялық жүйенің нашар болуымен түсіндіріледі. Бірақ тұрғылықты мекендегі адамдардың көпшілігі жыл сайын басқа елдердің теңіз және өзен туристік саяхаттарына қатысады. Адамдарды су бойынша тасымалдау – көлік құралдарын пайдаланып, саяхаттаудың ең ежелгі түрі. Ең алғашында, олар плоттармен, қайықтармен жасалды. Ғылыми техникалық прогрестің дамуы ірі теплоходтардың пайда болуына әкелді. Қызмет көрсету сферасы бойынша

қазіргі кезде су көлігі теңіздік және өзендік болып бөлінеді. Су кемелері теңіз көлігіне қатысты халықаралық, ұзақ және каботажды тасымалдауды іске асырады. Халықаралық теңіз байланысы деп жолаушыны, жүкті мемлекеттің шекарасынан шығару және алып келуді айтады. Ұзақ тасымалдауларға бір мемлекеттің порттары арасындағы рейстері жатады. Каботажды рейстер теңіз порттары арасында жағалауды бойлай жүргізіледі. Өзен флотының кемелері, жолаушылар мен жүкті тасымалдау мемлекеттің территориясы ішінде орналасқан су жолдары арқылы жүргізіледі. Ішкі су жолдарына өзендер, көлдер, су қоймалары, каналдар, шлюздер жатады.

XX ғасырдың аяғында круизді индустрия туристік бизнестің тез дамушы секторына айналды. Круиз дегеніміз – су көлігімен саяхаттау. Оған аралдар жағалауындағы экскурсиялар, порт-қалалардың көрікті жерлерін көру, теңіз және өзен лайнерлерінде әртүрлі көңіл көтерулер кіреді.

Әлемде круизді компаниялардың саны көп: грекиялық, итальяндық, испандық, америкалық, дат, т.б. Круиздік бизнес сферасындағы ірі тасымалдаушыларға: «Carnival Cruise Lines», «Celebrate Cruises», «Royal Carriibbean International», «Princess Cruisess», «Costa Cruisess», т.б. жатады. Круиздік компаниялар және олардың флоты қызмет көрсету деңгейіне байланысты категорияларға бөлінеді. Ең жоғарғы категориясы 6* бар лайнерлер («Seaborn», «Radisson Seven Seas Cruisess», «Silversea Cruisess») жатады. Осы компаниялардың кемелері минимум 200-250 жолаушыға есептелген. Осы компаниялардың клиенттері болып өте бай адамдар табылады. 1 күн үшін 1000 долл.

Жақын және алыс жерлерге саяхаттауда мұхит, теңіз, көл және өзендермен өту ежелгі уақыттан бері ыңғайлы жол болып есептеледі. Параходтардың, желкенді флот пен кемелердің пайда болуы суда тасымалдау құралдарының жұмысын оңайлата түсті. Қазіргі уақытта суда тасымалдау бойынша демалушы туристердің үлкен сұранысына ие болып отырған круиз секторы. Теңіздегі круиздің дамуы 1960 жылдан бастау алады. 1980 жылдан бері круиздік бизнеспен 15 ірі компания алға шықты, бұлар: «KARNIVAL GROUP» (22 параход), «ROYAL CARIBBEAN LINE» (22 кеме), «PRINCESS», «HOLLAND AMERICA LINE» және т.б. 1995 жылға қарай «жүзетін қонақ үйлер» индустриясы сыйымдылығы 150572 орындық 220 ірі пассажирлік лайнерді жасауды ойлас-

тырды. Круиздерді ұйымдастырушы кемелер жұлдызбен классификацияланады, 1-6 жұлдызға дейін және топтарға бөлінеді:

- стандарт (2-4 жұлдызды);
- премиум (5-5+ жұлдызды);
- люкс.

Круиз маршруттары бағасы бойынша 4 категорияға бөлінеді:

- экономикалық (күніне 75-150 долл.);
- классикалық (күніне 100-200 долл.);
- премиум-круиздер (150-400 долл.);
- круиз-люкс (1000 долл.).

Су транспортымен тасымалдау:

- круиз және теңізде тасымалдау;
- өзен саяхаттары және өзендегі круиздер;
- яхталармен, паромдармен, қайықтармен саяхаттау;
- теңіз және өзен экскурсиялары.

Су туристік саяхаттары төмендегідей артықшылықтарға ие:

- комфорттың жоғары деңгейі;
- көптеген тарифтердің болуы;
- толығымен демалу мүмкіндігі.

Теңіз круиз мекемелері, көпшілік туризмге қызмет көрсетуге арналған, көп палубты гиганттық кемелер болып табылады. Олардың сыйымдылығы 1700-2600 жолаушыға дейін. Орташа салмағы 75000-100000 тоннаны құрайды.

«Royal Carribbean International» және «Celebrate Cruises» компаниялардың лайнерлері ерекше комфортты. «Royal Carribbean International» круиздік флоты 3 класты кемелерден құралған: «Radiance», «Vision», «Voyager».

«Radiance» кемелердің интерьері жайлы атмосферасымен, «Vision» класты кемелердің алтауы да жекелігімен, «Voyager» класының кемелері басқа круиздік кемелермен салыстырғанда үлкендігімен, техникалық жаңалықтары және жабдықталуымен ерекшеленеді.

Әлемдегі ең үлкен және қымбат круизді лайнер болып 17 палубты «Voyager of the Seas» кемесі табылады. Ол – «Royal Carribbean International» компаниясының кемесі. 1999 жылы суға түсірілген. Жолаушылық сыйымдылығы 2200 жолаушы және 1180 экипаж мүшесі бар. Орташа жылдамдығы – сағатына 50 шақырым. Ұзындығы – 311 м. Ұзындығы – 47 м, биіктігі – 70 м, тереңдігі – 9 м. Осы лайнердің ерекшелігі – оның бортында мұз айдыны,

променад көшенің бар болуы. Кемеде ресторандар, барлар, дискотекалар, 3 ярусты театр, түңгі клубтар, казино, кітапхана, кинотеатр, бассейндер, су горкасы, сауналар, спорттық мекемелер, сұлулық салоны, т.б. бар.

Теңіз круиздік лайнерлердің каюталары ауданы, интерьері, т.б. бойынша әртүрлі болып келеді. Каютаның бағасы көлеміне, ұйықтау орнының санына және олардың орналасуына, палубаның биіктігіне, т.б. байланысты. Ішкі каюталар арзан болып саналады. Круиздік кемелерде каюталардың классификациясы әртүрлі: люкс класты каюталар, ішкі каюталар, терезесі бар каюталар, т.б.

Круиздік компаниялар круиздерге қызмет көрсету шараларының шеңберін үнемі кеңейтеді. Мысалы, «Royal Caribbean International» өзінің лайнерлерінде жас жұбайлар үшін «бал айын», әртүрлі мерекелерді өткізуді ұйымдастырады.

Круизді кемелердің бортында отбасымен демалуы үшін барлық қажетті жағдайлар жасалған. Кемеде бала күтуші қызметі, балалар үшін клубтар, әртүрлі көңіл көтеру бағдармалары бар.

Әртүрлі круизді лайнер бортындағы саяхат «all inclusive» жүйесі бойынша ұйымдастырылады. Осы жүйе бойынша тамақтануға, спорттық құрал-жабдықтарды пайдалануға, көңіл-көтеру бағдарламасына қатысуға, орналасуға болады. Круиздердің артықшылығы – олардың визасыз болуы. Халықаралық теңіз заңында «капитандық виза» деген ұғым бар. Осы ұғым бойынша жолаушылар өздерінің паспорттарын капитанда сақтайды және әртүрлі мемлекеттерде болуы 48-72 сағаттан аспауы керек. Круиздің бағасы өте жоғары. Бірақ осында да клиентке қызмет көрсету жағдайын таңдау мүмкіншілігі бар. Қазіргі кезде круиздердің келесі бағалық классификациясы қабылданған: экономикалық (адам басына 75-150 долл.), классикалық (100-200 долл.), премиум (150-400 долл.), люкс (700-1000 долл.), эксклюзивті (1000 доллардан жоғары). Теңіз круиздерінің негізгі аудандары болып Кариб бассейні және Жерорта теңізі бассейні табылады. Кариб теңізі бассейнінің артықшылығы осындағы круиздерді жыл бойы өткізуге болады. Кариб теңіз бассейнінің маршруттарымен саяхат кезінде туристер бірнеше мемлекеттің көрікті жерлерімен танысуға, пляжда демалуға мүмкіндігі бар. Круиздердің осы аудандағы созылуы 3 күннен 2 аптаға дейін жүргізіледі: Батыс Карибтер, Шығыс Карибтер, Оңтүстік Карибтер, Шығыс-Батыс Карибтер.

Халықаралық тасымалдау ұйымдары

Әуе көлігінің халықаралық ассоциациясы (ӘКХА). Әуе көлігінің халықаралық ассоциациясының негізі 1919 жылы қаланған және 1945 жылы ІІ дүниежүзілік соғыстан кейін қайта құрылған, барлық халықаралық авиа-тасымалдаушылардың дүниежүзілік ұйымы. ӘКХА халықаралық рейстерді жүзеге асыратын авиациялық компаниялардың кәсіби ассоциациясы болып табылады. Оның басты қызметі – халықаралық, коммерциялық, авиациялық хабарларды реттеу, барлық мүшелеріне біртұтас ережелер мен процедураларды енгізу және халықаралық маршруттарға жолаушылар авиатасымалдарына келісімді тарифтерін орнату. ӘКХА-ның жоғарғы органы Бас ассамблея, оған президент және атқарушы орган сүйенеді. ӘКХА мақсаты – азаматтық авиация халықаралық ұйымдарының саясатын жүзеге асыру. ӘКХА – әуе тораптар маршруттарының әртүрлі комбинацияларын пайдалана отырып, бір елден басқа елге адамдарды, хаттарды және жүктерді жеткізуге әрекеттесу. ӘКХА көліктік конференциясында қабылданған резолюциялар тек билеттерге ғана емес, сондай-ақ жол қағаздарына, жүк құжаттарына да қатысты.

Тарифтерді орнату – ӘКХА жұмысының маңызды құрамдас бөлігінің бірі. Барлық әуе компаниялары арасында тарифтерді белгілеу қажеттілігі бір уақытта саясат, тәжірибе болып табылады, өйткені халықаралық әуекомпанияларының иелері мемлекет үкіметімен бақыланады.

ӘКХА-ның мүшелеріне халықаралық әуе сапарларын жасайтын 259 әуе компаниясы кіреді. Бұл әуе компаниялардың үлесіне халықаралық тұрақты хабарламалардың 95%-ына жуығы келеді.

ӘКХА-ның мүшесі және конференцияға қатысушы болуы үшін әуе компанияларының үкімет беретін, халықаралық азаматтық авиация ұйымына да келетін, тұрақты тасымалдауды растайтын сертификаты болуы керек.

ӘКХА бүкіл жер шарының аумағын 3 үлкен аймаққа бөледі:

1. Солтүстік және Оңтүстік Америка және халықаралық линиядан шығысқа қарай Тынық мұхиттық аймақ бөлігі.
2. Еуропа, Африка және Таяу Шығыс.
3. Азия, Австралия және халықаралық линиядан батысқа қарай Тынық мұхиттық аймағының бөлігі.

Туристік агенттіктер ӘКХА-ның қызметіне оның арнайы бөлімшесі – әуе компания агенттіктерінің халықаралық ұйымы

арқылы қатысады. Аккредитация процедурасынан өткен және тиісті белгілі бір талаптарға сәйкес келетін әрбір турагенттікке визиттік карточканың бір түрі ретінде нөмір беріледі және ол әуе компаниясымен және басқа салалардың қатысушыларымен есеп айырысуды жүзеге асырғанда пайдаланылады.

Азаматтық авиацияның халықаралық ұйымы (ААХҰ). Азаматтық авиацияның халықаралық ұйымы 1944 жылы Чикаго конвенциясымен белгіленді. Бірікке Ұлттар Ұйымының эгидасымен жұмыс істейді. ААХҰ қызметі әуе көлігі индустриясының қызметіне қатысты ұлттар тепе-теңдігіне негізделеді.

ААХҰ-ның басты міндеті халықаралық стандартқа және нормаларға сәйкес авиатасымалының қауіпсіз, мамандандырылған және экономикалы тиімді халықаралық нарықтарын дамыту және қамтамасыз ету болып табылады.

Ұйым келесі мақсаттарды көздейді:

- бүкіл әлемде халықаралық азаматтық авиациясының өсуін және дамуын басқару және қауіпсіздігін қамтамасыз ету;
- сыртқы ортаны қорғау есебінен әуе құралдарын құру және пайдалану процестерін қолдау және көтермелеу;
- әуежайларды, халықаралық авиация қажеттілігінің шарттарын құруды қолдау және көтермелеу;
- авиакөлікке адамдардың негізгі талаптарын тиісті жақсы орындау; қауіпсіздік, қызмет көрсету сапасы, сапарларды реттеу, үнемділігі;
- әртүрлі елдердің әуе компаниялары арасындағы негізсіз қақтығыстарды болдырмау бойынша экономикалық шараларды көтермелеу;
- ААХҰ мемлекет қатысушыларының құқықтары толығымен сақталатынына қол жеткізу және әрбір елдің халықаралық әуе компанияны иемденуге және басқаруға нақты мүмкіншілігі бар екендігіне қол жеткізу;
- ААХҰ мемлекет-қатысушылары арасындағы дискриминацияны болдырмау.

Автосаяхаттарды жоспарлау мен ұйымдастыру. Автосаяхаттардың ерекшелігі болып, олардың өздері тұратын жақтың көрікті жерлерін көру мақсатымен ұзақ емес арақашықтыққа жасалуы табылады. Қазіргі уақытта автосаяхаттар жеке, арендаға алынып немесе қоғамдық көлікте жасалады. Қоғамдық көлік бір елді мекеннен келесі елді мекенге тасымалдау үшін қолданылады.

Арендаға алынған немесе жеке көлікті бірнеше күнге маршрут бойынша елді мекендер ішінде тасымалдау және қызмет көрсету үшін ыңғайлы. Автокөліктің басқа көлік түрлерінен басымдылығы: жоғары маневрлігі, мобильдігі, қолайлығы, тарифтердің төменділігі, қажеттілік бойынша шығуға мүмкіншіліктер, кең шолу, «есіктен-есікке» қызмет көрсету, яғни ол вокзалдар, станциялар, порттар салу үшін капиталдық шығындарды қысқартады. Ұзақ маршруттарда авто саяхаттар комфорттылық деңгейінің төменділігімен сипатталады. Автосаяхаттардың басқа да кемшіліктері бар: жылдамдылығының төмен болуы және айналадағы ортаның ластануы. Соңғы уақытта мамандар жетілген автомобильдер түрлерін жасады.

Туристер тобын тасымалдау үшін автобустар қолданады. Автобус – көп орынды, вагон типті құрылыста жүретін көлік түрі. Микроавтобустардың ұзындығы бес метр, ал қосылған және автотойыздар 24 метрге жетеді.

Халықаралық автобус турлары өзінің ұзақтылығымен, экскурсиялық бағдарламалардың мазмұнымен және саяхат кезінде қызмет көрсету жағдайларымен ерекшеленеді. Осы факторларға байланысты олар экономикалық, стандартты, фирмалық және эксклюзивті болып бөлінеді. Экономикалық турларда саяхатқа жақсы экскурсиялық бағдарлама, 2-3* жұлдызды отельде орналасу, түнде жүру кіреді.

Туристік мекеме өзінің тарапынан келесі міндеттерді атқарады: туристерді тасымалдау графиктері мен жазбаша тапсырыстарды уақытында беру, автоқызметтер үшін төлеу. Туристік группаларды санына және автобус орындарына қарай жинау, автокөлікті тек келісілген белгілеуге ғана қолдану, туристер ішінде тәртіпті қамтамасыз ету, транспорттық құралдың бүлдіруден болған шығындарды өтеу, т.б.

Автобустық маршруттың басшысы жол бойы экскурсиялық ақпаратты, тәртіп туралы ережелерге інструктажды, маршруттың қысқаша сипаттамасын, санитарлы-тұрмыстық тоқтаулардың орнын, уақытын және созылуын беру керек. Осындай тоқтаулардан кейін туристердің санын тағы да тексеру қажет.

Саяхаттың табысы жүргізуші мен топ басшысының өзара түсінушілігіне байланысты. Туристік топтың басшысы (инструктор, экскурсовод, методист) туристердің тәртіп ережелерін дұрыс орындауына жауапты екенін есте сақтау керек. Осы ережелер ту-

ристердің автобустық маршруттағы міндеттері ретінде беріледі. Автобус жүргізушісі мен топ басшысы құжаттардың ақшаның, туристің заттарының сақталуына жауапты емес.

Автосаяхаттың тағы бір түрі – автомобильдермен саяхат. Осындай саяхаттар маршрут картасын құрумен басталады, содан кейін жүрудің уақытын есептеу, демалу және елді мекендерде жүру уақыты, т.б. есептеледі. Содан кейін мотельдер, қонақ үйлер мен олардың қасындағы автотұрақтарды жалға алу шартына сәйкес келісімдер жасалады. Бұл маршруттардың ерекшелігі – ТЖО-мен келісім жасау. Осы қызмет түрлерін серіктестер арқылы алуға болады. Ірі елді мекендерде тоқтаулардың уақыты көп болуы керек. Көрікті жерлермен танысу, жолдама бағасына кіреді. 20-25 адамнан құрылған топқа қызмет көрсетудің бірінші күнінде қала бойынша шолу экскурсиясы ұсынылады. Мұндай экскурсияның мақсаты – автосаяхаттаушыларға демалу мен бағдар жасауға көмектесу. Осындай саяхат түрі бізде аз таралған, бірақ олардың болашағы бар, оның себебі жеке көлік саны күннен-күнге өсуде.

Әуе көлігімен саяхаттарды ұйымдастыру мен жүргізудің ерекшелігі. Қазіргі кезде адамдардың әлем бойынша саяхаты масштабты сипатқа ие болып отыр. Осыған байланысты әуе көліктің маңыздылығы өсуде. Ол көліктердің ішіндегі ең тезі болып саналады. Әуе тасымалдаудың ерекше маңыздылығы көпшілік туризмді реализациялауда көрінеді. Оның кеткен ғасырдың ортасында қарқынды дамуы, жоғары комфорттылық деңгейі бар және әртүрлі саяхат мақсаттарына жауап беретін ұшақтардың пайда болуын қажет етті. Әуе кемелердің ішінде және әуежайларда жолаушыларға әртүрлі және жетілген сервис ұсынылады.

Әуе тасымалдаулардың басқа көлік қызмет көрсетуден бірқатар ерекшеліктері бар. Ол алдымен метеожағдайларға тәуелділікпен, ұшатын және отыратын жердің ландшафтарына байланысты болады. Сонымен қатар қозғалмалы құрамда эксплуатациялау жағдайлары, әуежайларды елді мекендерден сыртқа қарай орналастыруды және жолаушыларды ұшуға дайындау уақытын қажет етеді. Бірақ соған қарамастан өзінің басты артықшылығына байланысты әуе тасымалдаулар жер бойынша және су көлік түрлеріне бәсекелестікті тудырады.

Бүгінгі таңда Қазақстандағы әуе саяхаттар – көлік саяхаттарының көпшілік түрі. Тәуелсіздік алғаннан кейін республика шетел туризмнің географиясын кеңейту мүмкіншілігін алды.

Туристерді тасымалдау графиктік ұшақтармен немесе арнайы рейстермен жасалады. Әуе мекемелері әртүрлі қызмет түрін ұсынады: жолаушыларды тасымалдау, жүк тасымалдау, пошта және чартерлік тасымалдау (ұшақты арендаға алу), туристік саяхаттарды ұйымдастыру, өндірістік-коммерциялық операциялар, сыртқы экономикалық операциялар, бағалы қағаздармен операциялар, құрылыс пен жобалау, т.б.

Көпшілік туристік саяхат ұйымдастыруда туристерді әуе чартер бойынша тасымалдау кең таралуда. Олар туристер мен әуе компанияларға серийлік маршруттар кезінде қолайлы болып табылады. Чартер ағылшын тілінен аударғанда кеме иесі мен арендаға алуы арасында бүкіл кемені немесе оның кейбір бөліктерін белгіленген рейс немесе мерзімге алу келісімі дегенді білдіреді. Чартерлік рейстер әуе компаниялар мен тур фирмалар келісімінің салдарынан пайда болды, яғни әуе компаниялар өзінің тұрып қалған ұшақтарын пайдалануға, ал турфирмалар билеттерді арзанырақ сатуға мүмкіндік алады.

Чартерлік рейстің тұрақты рейске қарағанда бірнеше ерекшелігі бар:

- тұрақты ұшулардың кестелерінде оның жоқ болуы;
- маршрутты әуе компания емес, тапсырыс беруші тағайындайды;
- тұрақты рейске қарағанда арзанырақ болып табылады.

Бірақ чартерлік рейске билет сатып алған жолаушының тұрақты рейске қарағанда бару пунктіне уақытында бармау мүмкіндіктері жоғары. Чартерлік рейстер ішкі және халықаралық байланыстарда, тұрақты жасалған және жаңа енгізілген маршруттар арқылы ұйымдастырылуы мүмкін.

Теміржол көлігімен саяхаттарды ұйымдастыру және жоспарлау.

Әртүрлі мемлекеттердің және әртүрлі аудандар арасында байланыстарды орнату үшін теміржол айрықша рөл атқарады. Әрбір мемлекеттің экономикасының дұрыс дамуын қамтамасыз етеді және туристер көп қолданатын көлік түрі.

Көлік қызмет көрсету сферасында теміржол тасымалдауларының бірқатар ерекшеліктері бар. Осындай ерекшеліктерге:

- теміржол көлігінің тасымалдау мүмкіншілігінің жоғары болуы;
- шығатын пунктіден, бару пунктіне тасымалдаудың жоғары жылдамдығы;

- үлкен қашықтықтарды өтудің мүмкіншілігі;
- ауа райы жағдайына байланыссыз тасымалдаудың тұрақтылығы.

Осы тасымалдаудың тағы бір артықшылығы – жергілікті орынды кең түрде көру мүмкіншілігі. Осы жағдай олардың танымдық мінездемесін жоғарылатады. Сонымен қатар олар ұзақ қашықтықты саяхаттарда туристерге комфортты жағдайларды ұсынады.

Теміржол саяхаттарын ұйымдастырудағы ең қиыны – маршрутты таңдау. Ол негізінен көлік құралдарының саяхат мақсатының, жолдаманың бағасының болуына тәуелді. Әрбір туристік маршруттың бағдарламасы саяхат мақсатына сәйкес болуы қажет. Туристік-экскурсиялық пойыздар маршруттың жасаған кезде, негізінен, туристерді қызықтыратын объектілер таңдалады. Мысалы, Алматы қаласынан басталатын «Орта Азия Республикалары бойынша» маршруты. Ташкент, Самарқан, Ферғана, Ашхабад, Душанбе, Үргеніш сияқты қалаларымен өтті. «Балтық теңізі жағалауына» маршрутқа Мәскеу, Смоленск, Минск, Вильнюс, Каунас, Рига, Таллин, Санкт-Петербург қалаларын көріп өту кірді.

Теміржол туристік-экскурсиялық маршруттар әр станциядан басталуы мүмкін. Маршруттағы қалалар топтарға біріктіріледі.

Туристік-экскурсиялық пойыздарда келесі қызмет түрі көрсетіледі: орналастыру, тамақтандыру, экскурсиялық, мәдени-көпшілік, спорттық-сауықтыру қызметтері. Қызмет көрсету сапасы жоғары, қызмет етуші персонал мамандандырылған болуы қажеттілігін ескеру керек. Барлық көлік маршрут сияқты, туристік-экскурсиялық пойыздар трассаның құрылуы бойынша сызықтық, шеңберлі, радиалдық, аралас болып бөлінеді.

Жоғары жылдамдықты теміржол қозғалысы шетелде 3 бағыт бойынша жүргізілді. Мысалы, Ұлыбритания мен Германияда пойыздардың жылдамдығын арттыру үшін жылжымалы құрамының конструкциясы жетілдіріліп, рельстік жол күшейді; Франция мен Италияда бар теміржол жүйесімен қиылысатын жылдамдық сызықтары жасалды; Жапонияда жоғары жылдамдықты магистралдар құрылды.

Туристік пойыздар жұмысшыларының штабын теміржол қызметінің жұмысшылары және туристік мекеменің жұмысшылары деп екі категорияға бөлуге болады.

Қазіргі кезде Қазақстанда әртүрлі теміржол саяхаттарын ұйымдастырудың алғышарттары: рекреациялық объектілер кар-

тасы жасалған, Қазақстан Республикасы Президентінің қаулысы бойынша 1999 жылы 27 ақпанда Қазақстан Республикасының мемлекеттік бағдарламасы бекітілген, жолға алғашқы тез жүретін пойыздар жіберілген, көрші мемлекеттермен достық қарым-қатынас халықаралық туристік пойыздарды жоспарлауға мүмкіндік береді, ол шетел адамдарының республикаға деген қызығушылығының өсуін көрсетеді. Теміржол маршруттарындағы топтарға қызмет көрсету қарсы алатын және жіберетін туристік ұйымдар арасындағы келісімшарт негізінде жасалады. Туристерді жіберетін туристік мекеме топтың келуі туралы телеграмма жіберуі керек. Телеграммада туристердің саны, келу уақыты, мерзімі, пойыздың және вагонның нөмірі көрсетілуі қажет. Жіберуші тур фирма жетекшіні туристер тізімімен қамтамасыз етіп, маршрутқа тек қайта оралатын билеттері бар топты жіберу керек.

Туристік саяхаттарды тасымал құралдарынсыз елестету мүмкін емес. Тақырып аясында тасымал құралдарының түрлері, жіктелуі және көлік түрлері бойынша саяхат ұйымдастыру барысындағы ерекшеліктер мұхият сипатталған. Сонымен қатар тасымал және көлік саласындағы басты ұйымдарға сипаттама берілген.

Бақылау сұрақтары:

1. Көлік жүйесінің құрылымдық схемасын талдаңыз.
2. Тасымалдау құралдары бойынша саяхат ұйымдастырудағы ерекшеліктерді айтыңыз.
3. Тасымал құралдарының жіктелуін түсіндіріңіз.
4. Қазақстандағы көлік индустриясы қандай?

2.4. Әлемдік ірі туроператорлармен танысу

Халықаралық туризмді ұйымдастыруға екі түрлі туризм сферасындағы кәсіпорындар мен кәсіпкерлер қатыса алады. Олар: туроператорлар және турагенттіктер. Басқаша айтқанда, олар туристік қызметті өндіруші арасындағы соңғы функцияны орындайды.

Туроператорлар – қонақ үйлер және қызмет көрсетудің басқа да түрлерін жалға алу немесе жеке қызметтерді көтерме сатып алулар арқылы оларды жаңа «кешенді тауарға» біріктіріп, тұты-

нушыға тәуелсіз бағамен немесе туристік делдал агенттіктермен жасасқан келісімшарттар бойынша комиссиялық немесе басқа негізде меншікті (фирмалық) турларын сататын фирмалар.

Турагенттіктер (туристік агенттіктер) – турларды және жеке қызмет түрлерін, көлік компанияларының және басқа да қызмет көрсетушілердің ұсыныстарын комиссиялық сыйақы алу мақсатымен немесе делдалдық қызметі үшін үстеме бағамен бөлшектеп сататын делдал фирмалар.

Халықаралық туристік компаниялар – туризм саласындағы халықаралық ынтымақтастықты дамыту, туристік істегі саясатты реттеу мақсатында құрылған дүниежүзілік және аймақтық, үкіметтік және үкіметтік емес бірлестіктер.

Туристік операторлық қызмет (туроператорлық қызмет) – қызметтің осы түріне лицензиясы бар заңды тұлғалардың өздерінің туристік өнімдерін қалыптастыру, ұсыну және туристік агенттер мен туристерге өткізу жөніндегі қызметі.

Туроператор заңды немесе жеке тұлға туристік өнімді негіздеу жұмысын, оның нарықтағы қозғалысын және өткізілгендігін қадағалайды.

Туристік өнімді негіздеуге ұсынатын қызметтің сапасына, құнына, жұмысы мен қызмет қарқынына және оларды ұсыну жайында келісімшартты түзу, брондау, т.с.с. қызметтер кіреді. Ал туристік қызметтерді жылжыту түсінігінде қызмет пен тауарды, турды жарнамалау, потенциалды тұтынушының тұтыну қабілетін қанағаттандыру, т.с.с. бірқатар қызметтер кіреді.

Соңғы функциясы тереңірек түсінуді қажет етеді. Реализация (жүзеге асыру) термині екі түрлі қасиетке ие:

- сату;
- пайдалану.

Классикалық жүйе туроператорлық қызметтің туристік өнімді тек қана көтерме саудамен турагентке сатушы ретінде байқалады. Өз кезегінде турагент – көтерме бағамен сатып алушы. Одан кейін ол – бұл өнімдерді аудандар мен аймақтарға жергілікті турагенттер арқылы сатушы.

Туристік туроператор туристік нарықтағы активті субъекті болып табылады. Олар коммерциялық мақсатта туристік өнімді жоспарлайды, құрастырып, нарыққа шығарады және тұтынушыларға жеткізеді. Туроператорлардың негізгі мақсаты – белгіленген уақыт бойынша турларды жоспарлау және дайындалған тур

тұтынушыларға қажетті, бағалы, сондай-ақ өз уақытында дайын болуы тиіс. Туроператор турға толығымен жауап беретін соңғы субъект.

Турөнімнің сапалы болуы туроператорлардың кәсіби қасиеттеріне, туристік қызмет көрсету кезіндегі тасымалдаушылар, туристік индустрия, т.б. әсер етеді.

Туроператор қызметшілері келісімшарт жасай алуы, туристерге кәсіби ақпарат жеткізу және тұрақты клиенттермен жұмыс істей білуі тиіс. Туроператорларға тән қасиеттер:

- кәсіби біліктілік;
- ақпарат іздеу;
- коммуникативтілік;
- жауапкершілік, т.б.

Туроператор өнімдерді кешенді түрде де, жекелей түрде де сата алады. Жекелей түрде өткізе алмайтын болса, көтерме бағамен арзандатып сатады. Олар турпакетке қатысты әуе билеттер, отельдердегі нөмірлерді алдын ала көптеп тапсырыс беріп қояды, сол үшін олар көтерме бағамен турагенттерге немесе туристерге арзан бағамен сата алады.

Туроператорлар мен турагенттің негізгі айырмашылығы: табыстары бойынша туроператор кейбір туристік өнімдерді сатып алады, оның табысы сатып алған мен сатқан кездегі айырмашылықта. Туристік пакетті құрастырады. Турагент өнімді жеке-жеке сатады. Турпакеттің құнынан белгілі бір мөлшерін пайыз түрде алады. Ол бағаны өзгерте алмайды.

Туроператор мен турагентті айыру кейбір кездерде қиын болады. Туристік ұйым бір уақытта туроператор мен турагент бола алады. Туроператордың негізгі атқаратын қызметі:

- потенциалды туристерді және оларды қызықтыратын турларды зерттеу;
- туристердің сұраныстарын анықтап, оларды құрастырып, нарықта жылжыту;
- турға кіретін қызметтерді ұсынушылармен келісім жасай білу. Оларға қонақ үйлер, тамақтандыру орындары, транспорт мекемелері, экскурсиялық фирма-мұражайлар, көрме залдары, саябақтар, т.б. жатады. Тұрмыстық техникалық қызмет көрсетуге спорт құрал жабдықтау әкімшілігі, шоу, кино, видео-театр, сонымен қатар қорықтар, аң аулаушылық және балық аулаушылық мекемелері жатады;

- нарықтық жағдайды ескере отырып, транстурдың бағасын есептеу және бағаны қалыптастыру;
- өндірген дайын өнімдерін тұтынушыларға жылжыту мақсатында жарнамалық-ақпараттық іс-шаралар ұйымдастыру;
- турагенттіктер арқылы турларды тұтынушыларға жылжыту және оны іске асыру;
- қызмет көрсетудің сенімділігін және сапасын бақылау;
- қызмет көрсету кезінде туристермен үнемі байланыста болу керек.

Туроператорлар іс-әрекетінің орналасу жері бойынша келесі түрлерге бөлінеді:

- аймақтық (ішкі, ішкі нарықта жүреді, мемлекеттің аймағында ғана турларды ұйымдастырады);
- шығу туроператорлары (халықаралық);
- шетелден келген туристерді қабылдайтын туроператорлар;
- инициативтік және рецептивті.

Инициативтік туроператорлар алдын ала жіберетін мемлекеттік туроператорлармен немесе орналастыру орындарымен келісімшарт жасап туристерді жібереді.

Рецептивтік туроператор қызметтер пакетін қалыптастырады және көтерме бағамен сатады. Инициативтік туроператор қызметтер пакетін сақтандыру, ұшу билеттерін құрастырады. Рецептивтік туроператор қызметтерді жеке-жеке береді, ал инициативтік туроператор бәрін біріктіреді.

Туроператор арнайы және инклюзив турлар болып табылатын бағдарламалар пакетін жинайды. Инклюзив тур – алдын ала белгіленіп қойылған, ешқандай өзгеріске ұшырамайтын тур. Арнайы турда қызмет түрлері арнайы ұсынылады. Арнайы турларды туроператорлар саяхаттың маршрутына байланысты, сонымен қатар туристік нарықта туристік қызметті өндірушілер мен оны тұтынушылар арасында байланыс орната отырып жасайды.

Тұтынушы туристке жеке турды, әрине, турагент сатады. Туризм сферасы кәсіпорындарының арасында тәжірибе жүзінде туроператор 5 %, ал турагенттер 95 % болады. Сонымен қатар туроператорлар туристік өнімді тұтынушының толық пайдалануына жауапты, себебі тұтынушы қызмет көрсету пакетін туроператор алады, ал пакетте көптеген әртүрлі кәсіпорындардың қызметтері кіреді. Жауапкершілік туроператорға кепілдік беруді қарастыра-

ды. Дамыған елдерде жауапкершіліктің әртүрлі деңгейіне байланысты күн төленеді.

Туристік операторлардың мүмкіндіктерін келесі санаттарға бөлуге болады:

- базалық (ең алдымен, бұл офистің ішкі және сыртқы көрінісі, оператордың лицензиясының болуы мен оның ұзақтығы, оргтехниканың сапасы мен байланыс құралдары);
- қаржылық (оператордың қаржыландыру көзінің болуы, туристік несиенің мерзімі, т.б.);
- іскерлік (оператордың тасымалдаушылар және отельдермен, экскурсиялық бюролармен және тағы да басқа агенттіктермен келісімшартының болуы);
- ақпараттық (оператордың ақпарат көздеріне қол жетімділігі);
- персоналдың мүмкіндіктері (сырт келбеті, жасы, коммуникабельділігі, кәсіби деңгейі, шет тілдерін білуі, ДК);
- технологиялық (оператордың жұмыс істеуіне қажетті «ноухау» технологиясының болуы).

Туристік өнімді туроператорлармен жасау үдерісі тұтас алғанда келесі сатылардан тұрады:

- идея бастамасы салыстырмалы түрде жаңа турөнімнің бағасымен құндық және тұтыну қасиеттері;
- жаңа турөнім тұжырымдамасын өңдеу;
- турөнімді позициялау;
- жаңа турөнімді жылжыту және сату стратегиясын таңдау міндетті;
- толық маркетинг;
- жаңа турөнімді коммерциялау.

Туроператордың іс-әрекеттері әртүрлі болғандықтан, оларды түрлі сипаттар арқылы топтастыруға тиіспіз.

Географиясы бойынша туроперейтинг туроператорлардың келесі түрлерін бөлуге болады: аутгоинг, инкаминг.

Аутгоинг факторлары:

- сағат белдемдері;
- рецепиент мемлекеттің халықтармен жұмыс істеу ерекшеліктері;
- рецепиент мемлекетіндегі байланыс коммуникациясының даму деңгейі;

- шетелдік серіктестіктің психологиялық және әлеуметтік ерекшеліктері.

Қазіргі таңда күннен-күнге саны артып келе жатқан турфирмалар мен турагенттіктер қызметтері тек туроператорларға тәуелді. Сондықтан да қазір нарықта сенімді туроператорлар саны артуда. «RGB TOUR» туристік сайты мен «ОТЗЫВ.RU» рейтингтік сайттарының нәтижелері бойынша туристік салада қызмет көрсететін ТМД елдері бойынша турфирмалар және турагенттіктермен жұмыс істейтін 10 ірі туроператор рейтингі анықталған.

«Pegas Touristik» туроператоры – туристік саладағы ең ірі туроператорлардың бірі. Бұл туроператор ресейлік нарықта 18 жылдан астам уақыт жұмыс істеуде. «Pegas Touristik» туроператорына турист кез келген уақытта онлайн-режимде әлемнің 18 еліне таңдауы бойынша тапсырыс бере алады. Сонымен қатар «Pegas Touristik» ең жақсы қызмет көрсету мен қауіпсіз әрі ыңғайлы авиатасымалдауды таңдауға, туристік танымал жерлерді және 2500–ден астам қонақ үйлердің қайсысына тоқтауға туристерді ақпараттандыруға мүмкіндік береді. Таңдаған турпакетке төлем жасау өзіңізге қолайлы қызмет түрлерімен: минималдық төлеммен, карточка арқылы төлеу, кез келген пошта бөлімінің қызметін пайдалану арқылы чектік төлеммен, «CONTACT» жүйесі арқылы, «PSB-Retail» онлайн жүйесі арқылы, тағы басқа қызмет түрлерін пайдаланып төлем жасауға үлкен мүмкіндік береді. Әлемдік нарықта кең таралған ресейлік туроператор Ресейдің 226 қаласының тұрғындарына «Pegas Touristik» туроператорының ең үздік қызметін 700-ден астам турагенттіктері арқылы ұсына алады.

Туризм және демалыс саласында қызмет көрсету сапасы бойынша танымал халықаралық холдинг ТМД және Шығыс Еуропа елдеріне турист жіберуден «TEZ TOUR» туроператоры алдыңғы қатарда. Туроператор 1994 жылы құрылған. Әрбір туристке үздік қызметтерді ұсынуда барлық турфирмалармен серіктес болып, «TEZ TOUR» әлемнің біраз жерінен 20-дан астам халықаралық компания ашты. Сонымен қатар өзінің әлемдік нарықтағы халықаралық компаниялары арқылы әрбір туристің мәдени және сапалы демалуын, тұтынушылардың барлық қажеттіліктерін өтеуді қамтамасыз етуде. «TEZ TOUR» туристік холдингінің серіктестері сапалы демалу үшін туризмнің заманауи үздік технологияларының барлық мүмкіндіктерін пайдалануда.

ТМД елдерінің рейтингі бойынша Ресейдің үздік туроператорларының бірі – «CORAL TRAVEL». Туристік нарықта 20 жылдан астам уақыт тәжірибесі бар туроператордың ТМД бойынша қызмет көрсететін 35 компаниясы болса, халықаралық қызмет көрсететін шетелдік 35-тен астам компаниялары бар. 2011 жылдың көрсеткіштері бойынша «CORAL TRAVEL» туристік холдингі ең көп тауар айналымын жасаған және турист жіберуден лидер туроператорлардың бірі ретінде тіркелген.

Туристік нарықтың конъюнктурасына мына параметрлер міндеттеме береді: туристік қызметтің ұсыныс және сұраныс қарым-қатынасы, кіріс және баға сәйкестігі, мемлекеттік басқару дәрежесі. Ал нарықтың конъюнктуралық анализ объектілері мыналар:

- нарық қатысушылары (туроператорлар, серіктестіктер, жеткізушілер, делдалдылық, қолданушылар, бәсекелестер);
- өндірістің көлемі, динамикасы, құрылымы және жеке туристік қызметті пайдалану (бәсекелестік фирмалар, олар арқылы жасалған туристік қызметтің көлемі, әртүрлі ұсынылатын маршруттар мен қызметтер, ұсыныс және сұраныстың өзара қарым-қатынасы).

Интернет жүйесіндегі әлемдік туроператорлардың офисі келесі бөлімдерді құрайды:

1. Компания кабинеті (мекеме туралы ақпарат, барлық қызмет түрі, бухгалтерлік құжаттар, статистика).
2. Персоналдық турменеджер кабинеті (он-лайн курстарға қатыса алады, клиенттермен сөйлесе алады).
3. Іздеу және турларды брондау.
4. Офис он-лайн (өтініштермен, басқа мекеме жұмысшыларымен жұмыс істеу, айлықтарды төлеу, есеп айырысу, есеп шоттарды шығару).
5. Ақпараттық-сұрау блогы (мемлекеттер, курорттар, қонақ үйлер каталогы, карталар, схемалар).
6. Керекті контактілер.
7. Жаңалықтар.
8. Конкурстар.
9. Статистика.
10. Оқыту.
11. Рейтингтер.

Ең үздік туроператорларды таңдауда көптеген объективті және субъективті көрсеткіштерді ескереді:

- туроператордың танымалдылығы және нарықтағы орны;
- туристік нарықтағы қызмет атқару тәжірибесі;
- турпакетті ұсынуда бәсекеге қабілеттілігі;
- туроператор сайттарының сапалы қызмет атқаруы (ақпараттың маңыздылығы және уақыты);
- қонақ үйлерді және авиабилеттерді On-line брондау жүйесінің ұзақтығы және турпакетті жасап, ұсыну ұзақтығы;
- компания персоналының сапалы әрі жылдам қызметі;
- төлемдерді орындау талаптары мен құжаттарды алу.

Саяхат индустриясындағы басты өнімді құрастырушы, саяхат индустриясының басты элементтерінің бірі – туроператорлар. Тақырып барысында студенттер туроператорлық қызметтің түрлерімен және әлемдік туристік нарықта танымал туроператорлармен таныса алады.

Бақылау сұрақтары:

1. Туроператорлардың қандай санаттары бар?
2. Әлемдік және отандық туроператорлардың әрекеттерін қалай бағалайсыз?
3. «Pegas Touristik» туроператоры туралы не айта аласыз?
4. Ең үздік туроператорлар қандай көрсеткіштер арқылы анықталады?

2.5. Әлемдік ірі қонақ үй желілеріне сипаттама

Қонақжайлылық дамуының негізгі себептері:

- қонақ үйлер мен мейрамханалардың көптеп салынуы;
- халықаралық қонақ үйлер мен мейрамхана торларының қалыптасуы;
- орташа бизнестің қонақжайлылыққа қатынасының өсуі;
- қонақжайлылық индустриясындағы жаңа технологиялардың дамуы.

Әлемдік стандарттарға сәйкес қонақ үй анықтамасы мынадай: құрамына кемінде 10 нөмір кіретін, уақытша қонақтарды қабылдайтын, тіркелген мекеме. Категориясы қабылданған француздық жүйеге сай жұлдызбен белгіленеді. Жұлдыздар саны қонақжайлылықта көрсетілетін жайлылық пен қызмет түрлері жоғарылағанына қарай өсіп отырады. Жалпы, қарастыратын болсақ, қонақ үйлер үшін 5 жұлдыз (қазіргі кезде 7 жұлдызды категорияға дейін бар)

категориясы берілген. Ал мотельдер үшін 4 жұлдыз категориясы белгіленген. Сонымен қатар туризмдегі қызмет түрлерін халықаралық қалыпты классификация (СИКТА) бойынша анықтайды.

Қонақ үйлер төмендегідей белгілерге сай болуы тиіс:

1. Жеке адамның басына жеткілікті бөлмелер санынан тұруы керек.

2. Қонақ үй қызметтері қосымша қызметтерге толы болуы қажет.

3. Көрсетілетін қызмет түрлері мен құрал-жабдықтары стандарттарға сәйкес топтасқан қонақ үйлер.

4. Арнайы сипаттағы қонақ үйлер (бизнес класты, демалыс, денсаулықты қалпына келтіру, ойын-сауық және т. б.).

Әдеттегі толық сервисті отельдер және мейрамханалармен қатар қызмет түрлері шектеулі мекемелер пайда бола бастады. Қонақ үйлер тұтынушының сипатына және демалыс мақсатына қарай қызмет түрлерін шектей бастады.

Қонақ үйлерде көрсетілетін қызмет классификациясы терминологиясының жіктелу мағынасына сәйкес келе қоймайды. Себебін әр елдегі қонақжайлылық түрлерінің сипатынан іздеген жөн. Әлемдегі қонақжайлылықты басқаруды және түрлендіруін бір стандартқа келтіру мүмкін емес. Бірақ бұл жағдайға қарамастан ірі халықаралық қонақжайлылық жүйелері жақсы дамуда. Мұндай жетістіктердің себептері – дамыған қонақ үй жүйелерінің ұсынатын қызмет жағдайының үнемі жоғары сапада және бағасының тұрақтылығында. Бүгінгі күнде әлемдік отельдер жүйесі кез келген тұтынушының сұраныстарын қанағаттандыра алады.

Қонақ үй шаруашылығының дамуы нәтижесінде қонақ үй жүйелері немесе қонақ үй тізбегі пайда болды. Тізбек бірнеше қонақ үй лерден тұрады. Ең алғашқы және ең үлкен қонақ үй жүйесі «Holiday Inn» қарамағында 1800 отель бар. Ең алғашқы жүйе АҚШ мемлекетінде пайда болды. 1990 жылдардың аяғында Еуропа мемлекеттерінде де пайда бола бастады.

Қонақ үй тізбектері және Еуропадағы тәуелсіз қонақ үйлер бірлестігінің қызметтер сұранысын жүйелеумен еуропалық экономикалық қоғамдастықтың ұлттық қонақ үй лер және мейрамханалар бірлестігінің жүйесі айналысады.

АҚШ-та 195, Ұлыбританияда 17, Жапонияда 14, Германияда 11, Гонконгта 8, Франция және Сингапурда 6 қонақ үй тізбегінің штаб пәтері орналасқан.

Соңғы уақытта әлемде жаңа отельдердің салынуы арқылы қонақ үй орындар санының көбеюі мен оларға деген тұтынушылықты артта қалдырды. Нәтижесінде қонақ үйлердің жіктелу коэффициентінің орнықты төмендеуін байқауға болады. Әлемдік қонақ үй индустриясында 50-жылдардан бастап қонақ үйлерді басқаруда ұйымдастырмалы құрылымында қонақ үй қызметін ұйымдастырудың ең негізгі үлгілерін бекіткен. Ритц үлгісі швейцарлық кәсіпкер Цезарь Ритцтің атымен байланысты. Бұл қонақ үйлердің негізгі мөлшерлемесі еуропалық талғампаздық дәстүрлеріне жатады.

Қазіргі уақытта бұл үлгі дағдарысқа ұшырауда. Соңғы 25 жылда әлемдік қонақ үй қызметі нарығынан 2 млн-нан астам Palace стиліндегі қонақ үй нөмірлері құрдымға кетті. Екінші үлгі америкалық кәсіпкер Кемонс Уильсонның («Холлидей Инн» қонақ үй тізбегі) атымен байланысты.

Халықаралық қонақ үйлер ассоциациясы жоғарыда атап өткен әлемдегі ірі қонақ үйлер жүйесін басқара отырып, оларды 3 категория бойынша жіктейді:

1. Құрылған мекемелер саны өте көп корпорациялық торлар.
2. Тәуелсіз жеке торлар ортақ маркетингтік концепциялар, ірі жарнамалық шаралар, брондау жүйесін бірге басқарады.
3. Басқару қызметін ұсынатын қонақ үй торлары.

Атап өткен категориялар сипатына қарай әлемдік ірі жүйелер арқылы үлкен табысқа жетіп, көрсетілетін қызмет түрлерін дамыта бастады. Сонымен қатар әр жүйенің құрамындағы қонақ үйлердің түрлі классификацияда болуы көрсетілетін қызмет түрлерін басқаруға ортақ ережелердің қалыптасуына кедергі келтіреді.

Қонақ үйлік тізбектердің әлемдік қонақ үй шаруашылығымен басқарудағы маңыздылығын жоғарылату үдерісі айтарлықтай қарама-қайшы, бір жағынан, көптеген елдерде қызмет жасайтын жетекші қонақ үйлік тізбектер іріленсе, екінші жағынан, жеке қонақ үй тізбектерін құрып жатқан елдер саны көбеюде.

Жүйе құрамына кіретін қонақ үйлер бірыңғай ортақ қорға кіріс төлейді. Бұл кірістер қонақ үйлердің ортақ жарнама және маркетингтік өндірісіне, қызмет нарығында өнімнің сатылуына жұмсалады. Сонымен қатар олардың қаржы-экономикалық және басқарудағы дербестігі толық сақталады. Жүйе құрамына енген кезде қонақ үй міндетті түрде ол жүйенің жеке меншігі болып саналмайды. Ірі қонақ үй тізбегі құрамына енген кезде, жеке

меншік қонақ үй франшиз-отель деп аталады. Осы екеуінің арасындағы келісімшартқа сәйкес франшиз-отельге өзінің коммерциялық мақсатына сай қонақ үй жүйесінің фирмалық белгісін, техникалық және коммерциялық ақпараттарын, брондаудың ақпараттық жүйесін, техникалық жәрдемді, персоналдарды оқыту құқығын қолдана алады. Франшиз-отель келісімшартта көрсетілген өтемақыны төлеуі тиіс.

Қонақ үй жүйесі бүгінгі таңда әлемдік қонақ үй бизнесінің негізін қалауда. Қазіргі кезде әлемдік отельдер жүйесінің жүздеген түрлері бар. Олардың ішінде қонақ үй лерін әлемнің кез келген елінен кездестіруге болатын гигант-бірлестіктерді ерекше атап өтуге болады. Олардың аты қарапайым туристерге де белгілі: Radisson, Best Western, Hyatt, Marriott, Hilton. Бүкіләлемдік Туристік Ұйымның мәліметі бойынша, әрбір бесінші отель қайсы болмасын отельдер жүйесіне тиесілі. Әлем бойынша отельдер саны 16 миллионға жуық. Қонақжайлылық тарихы өте кең болғанымен, қонақ үй жүйесі осы уақытқа дейін жаналық болып саналады. Алғашқы қонақ үй жүйесі ХХ ғасырдың 30-жылдары АҚШ-та пайда болды. Сол кезден бастап Америка жүйе құрамына кіретін қонақ үй бойынша алғашқы орынды алуда. Штаттарда әлем бойынша барлық қонақ үйдің 70 %-ы жүйеге жатады.

Әлемдегі ірі қонақ үй жүйелерінің бірнешеуіне кеңірек тоқталып, сипаттама берсек:

Accor бірлестігі – Еуропа қонақ үй нарығының лидері (Accor қонақ үй лер жүйесі). Оның Accor Hospitality бөлімшесі әлемнің 100-ден астам еліндегі 4 мың қонақ үйдің операторы болып саналады. Accor қонақ үй шаруашылығынан басқа әлемнің ірі туристік фирмасы Carlson Wagonlit Travel-мен бірге демалыс және туризм өндірісінде де қызмет көрсетеді. Accor компаниясы отельдерді түрлі баға сегментімен басқарады. Оның сауда белгісінің арасында экстрa класты қонақ үйлер (Sofitel), сонымен қатар көптеген қаржылық жүйелер де бар. Олардың ішінде Еуропада атақтылары – Formula1 және Etap. Accor портфелінің құрамында 13 қонақ үй бренді бар. Қонақ үйлерден басқа Accor мейрамхана, казино және туристік агенттіктер жүйесін басқарады.

Accor компаниясының бірінші отелі «Novotel» маркасымен 1967 жылы Лилль атты француз қаласына жақын жерде пайда болды. 1973 жылы қазіргі Accor-дың негізін салушы Sphere S.A. холдингі құрылды. Холдингінің өмір сүрген кезінде «Ibis»-тің

бірінші отелі ашылды және «Mercure» қонақ үйлер жүйесі құрылды. 1979 жылы «Novotel»-дің Америка жерінде кеңеюі жүрді. 1983 жылға дейін холдинг өзінің қонақ үй жүйесінің дамуына үлкен үлес қосып келді де, осы жылы өзінің атын салтанатты түрде дәрежеге өзгертті. 1983 жылдан бастап осы уақытқа дейін ол «Accor» корпорациясының атымен жұмыс істеп келеді.

«Accor» қонақ үйлер жүйесінің негізгі ерекшеліктері – ыңғайлы машина қоятын тұрақ, міндеттемейтін және қауіпсіз сервис, сонымен қатар өзінің маркасын барлық дәрежедегі отельдерге ұсынуында. Осы ерекшеліктері корпорацияны әлем лидерлерінің алды етті. Бүгінгі таңда «Accor» барлық бағадағы қонақ үйлерді басқарады. Әр жылдағы таза пайда 1 миллиард доллардан астам, ал сату мөлшері 12 миллиард доллар көлемінде. «Accor»-дың қонақ үй бөлімінде 200 мыңға жуық адам қызмет етеді.

«Marriott» қонақ үйлер жүйесі жоғары сапалы қызметтері және әлемнің ең жақсы қонақ үй жүйесінің бірі ретінде белгілі (Marriott қонақ үйлер жүйесі). «Marriott» 1927 жылы тамақтану сферасында кішігірім отбасылық мекемеден басталды. «Marriott» маркасындағы алғашқы қонақ үй 1957 жылы пайда болды. Бүгінгі таңда «Marriott» жүйесінің қонақ үйлерін Антарктиданы санамағанда барлық материктерден кездестіруге болады. Үлкен империя құрамында, әлем бойынша, 2500–ден астам отельдер саналады. Компанияның қызметкерлер штаты 200 мың адамнан астам, ал жыл сайынғы сатылымдар 10 миллиард доллардан асты. «Marriott» – мультибрендтік корпорация. Онда мақсаттық топтың кең спектрін қамтитын қонақ үйлер мен отельдер ұсынылған. «Marriott» сауда белгісінің ішінде: «Bulgari» және «Renaissance» маркасындағы люкс класты отельдер, «Courtyard Marriott» орта класты отельдер, «Residence Inn» және «Fairfield Inn» қонақ үйлер жүйесі, «Howard Johnson» мейрамханалар жүйесі бар. «Marriott» бүкіл әлемге белгілі сәнді отельдер жүйесі «Ritz-Carlton»-ның 49 % акциясына ие. «Marriott»-тың негізін қалаушы отбасы осы брендтің тек қана 6 қонақ үйді басқаруға толық құқылы. «Marriott» қонақ үй қорының жартысы франчайзинг жағдайында жұмыс істейді, ал қалған жартысы «Marriott»-қа жатпайды, бірақ оның басқаруында.

«Marriott» өзінің тарихында дамулар мен тоқырауларды басынан кешірді. 2001 жылы отель басшыларының «Marriott»-қа деген шағымдарына байланысты компанияға бірнеше мәселелер-

мен кездесуге тура келді. ОТЕЛЬ иегерлерінің компанияның франчайзингтік қызметтеріне көңілдері толмады да, келісімшарттарды қайтадан қарастыруын талап етті. Бұл уақытта отель алыбының акциялары 3 есеге дейін төмендеп, «Marriott»-ты қауіпті жағдайға жеткізді. Бірақ компания 2003 жылдан бастап ұдайы даму үстінде. «Marriott» акциялары соңғы 5 жыл ішінде өзінің бағасынан екі есе өсті. «Marriott»-тың негізгі бәсекелестері – «Hilton» және «Starwood». Бірақ бұл жүйелер өздерінің атақтылығына және мөлшерінің үлкендігіне қарамастан, «Marriott» жеткен жетістіктерге жете алмады.

«Marriott» келушілерді түрлі тәсілдермен қызықтырады. Ең белгілісі – жеңілдіктер ұсынатын «Marriott Reward» акциясы. Жүйенің кез келген клиенті бұл акцияға қатыса алады. Қонақ үй нөмірінде белгілі уақыт тұрғаннан кейін клиент «Marriott Reward» акциясының бірқатар жеңілдіктеріне үміткер бола алады, тегін таңғы астан, нөмірде эксклюзивті сыйлық алуға дейін және тегін тұру мүмкіндігін ала алады. «Marriott Reward»-ты қазіргі кезде жүйенің 9 бренді қолдануда.

«Marriott отельдердері» тактикасын уақыт ағымына қарай өзгертіп отырады. 2006 жылы компанияның АҚШ және Канадада орналасқан барлық отельдерінде темекі тартуға тыйым салды. «Marriott», сонымен қатар қоршаған ортаға зиянды азайту мақсатында «Green Marriott» бағдарламасын ұйымдастырған.

«Hilton» қонақ үй жүйесін туристік әлемде естімеген турист кем де кем («Hilton» қонақ үй жүйесі). «Хилтон» қонақ үй жүйесі – әлемдегі ең атақты және ең ірі жүйелердің бірі. Соңғы уақыттарда «Хилтон» сауда белгісінің атағы, әлемдік гламурдың символы, жүйе иегерінің мұрагері – Пэрис Хилтонның талаптануынан екінші орында қалып отыр. Соған қарамастан Хилтон қонақ үйлер жүйесі әлемдегі ең мәртебелі, беделді жүйелердің бірі.

Компанияның толық атауы – «Hilton Hotels Corporation». Хилтон әлемдегі өмір сүру уақыты бойынша үлкен жүйелердің бірі болып саналады. Компанияның құрылған жылы – 1919 жыл. Жиырмамыншы ғасырдың дерлік барлық уақытында Хилтон қонақ үй бизнесіндегі лидерлердің алды болды. Қазіргі таңда корпорация құрамында 480 мың нөмірі бар, 2600-ден астам отельді басқарады. Хилтон қонақ үйлерін әлемнің 80 елінен кездестіруге болады. Корпорация «Hilton Hotels» сауда белгісінен басқа онда-

ған брендтерді басқарады, оның ішінде атақты «Уолдорф-Астория» атақты сәнді отельдері бар.

Хилтон жүйесінің негізін салушы Конрад Хилтон қонақ үй бизнесінде беделді де атақты. Конрад Хилтон бірінші отельді Техас штаты Сиско қаласынан сатып алды. Ал Хилтон сауда белгісінің туған жылын 1925 жыл деп санауға болады. Сол жылы алғаш рет отельге иегерінің фамилиясы берілді. Ол отельді Конрад Хилтон Далласта ашты. Хилтон өзінің өмір сүру уақытында әлемнің инновациялық жүйелерінің бірі атағына лайық болды. Ең алғаш Хилтон қонақ үйлерінде қолданылған жаңалықтар – бөлмелердегі кондиционерлер, автомат есік құлыптары және нөмірге интернет арқылы тапсырыс беру. 1973 жылы Hilton алғашқы болып нөмірлерге және әуе билеттеріне тапсырыс беретін арнайы Hilton брондау жүйесін қолданды.

Hilton жүйесі, сонымен қатар ойын бизнесі де болып табылады. Хилтон алғаш отель-казино концепциясын қолдануды ұсынды, осыдан кейін бұл концепция бүкіл әлемде пайдаланылды. Hilton жүйесінің ең атақты отель-казинолары Лас-Вегастағы 2 қонақ үйі: «Las Vegas Hilton» және «Flamingo Hilton». Соңғы уақытта корпорация ісі нәтижесіз болды. Басқа да ірі корпорациялардың қысымы, бәсекелестігі компанияның кірісіне зақым келтірді. 2007 жылы компания кірісінде құлдырау болды. Сол жылы Хилтон отбасылық бизнесі «Blackstone Group» деп аталатын америкалық инвестициялық қорға 26 миллион долларға сатылды.

«Holiday Inn» отельдер жүйесін халықтық деп айтуға болады. «Holiday Inn» қонақ үйлер жүйесінің отельдері барлығына белгілі және қолжетімді. Холидей Инн Берлинде болмасын, Таиландта болмасын, қонақтар қызмет көрсетудің ортақ стандарттарына сүйене алады. Холидей Инн дербес компания емес екендігін барлығы біле бермейді. «Holiday Inn» жүйесі «Intercontinental Hotel Group» (IHG) халықаралық қонақ үйлер корпорациясының құрамына кіреді, оның штаб пәтері Лондонға жақын жердегі Виндзор қаласында орналасқан. «IHG» әлемнің 130 елінде 3750 отельді басқарады. Корпорация құрамына кіретін нөмірлер саны 560 000-нан астам. Оның ішіне «Холидей Инн» отельдері де кіреді. «Холидей Инн» құрамында түрлі брендтер бар, олар тұрғындардың әр санаттарына арналған. «Holiday Inn Express» – бюджеттік отельдер, олар белгілі бір қаражат көлеміне шектелген қызмет түрлерін көрсетеді. «Holiday Inn Garden Court» отелінің бұл ти-

пі тек Еуропа мен ОАР-да дамыған. Ол нөмірлерді безендіруде ұлттық нақыштарды пайдаланумен ерекшеленеді. «Holiday Inn Select» және «Holiday Inn Resort» отелдері «барлығы қосылған» жағдайында демалғанды ұсынады. «Holiday Inn Select» іскери туристерге арналған, «Resort» – теңіз курорттарындағы саяжайлық отелдер. Олар «Holiday Inn» жүйесінің үлкен жетістіктерінің бірі деп айтса да болады.

Негізінен, саяхат индустриясының даму негізі – қонақжайлық индустрияның немесе өзімізге белгілі қонақ үйлердің дамуымен байланысты. Әлемдік сахнадағы танымал қонақ үй желілерімен жақын танысуға аталмыш тақырып көмектесетін болады. Себебі саяхат индустриясы – күрделі экономикалық құрылым.

Бақылау сұрақтары:

1. Әлемдік ірі қонақ үй желілерінің қалыптасуы.
2. Қазақстанда қандай әлемдік қонақ үй желілері бар?
3. Әлемдік қонақ үй желілерін өзара салыстырыңыз.
4. Қонақ үй индустриясының туризм индустриясының бір бөлігі екенін дәлелденіз.

2.6. Қазақстанның саяхат индустриясына шолу жасау

Ежелгі дүние тарихында қазіргі Қазақстан территориясы бойынша алғашқы ұйымдасқан саяхаттар б.з.б. 3 мыңжылдықта қалыптаса бастаған, ғаламдық туристік объект – Ұлы Жібек жолымен байланысты. Зерттеушілер біздің заманымызға дейін Қытай және осы елге әкелетін жол сипаттамасы туралы мәліметтерді өз еңбектерінде көрсеткен. Б.з.б. II ғасырда Клавдий Птолемей өзінің «Географиялық басшылығында» осы мәселелерге айрықша орын бөлген. Кейін «Ұлы Жібек» деп аталған жол туралы сипаттамалар оның еңбектері арқылы алғашқы болып бізге жетті.

Сонымен қатар қазіргі Қазақстан территориясында болған саяхатшылар туралы кейбір мәліметтер бізге дейін жеткен болатын.

Бұрынғы 7-нші жүзжылдықтың өзінде (628 ж.) ежелгі Қытай саяхатшылары Чан-Чун, Ши-Фа-Сянь, Тан-Де жол жүру кезінде көрген жағдайлары жайлы сипаттамалар жасауға тырысқан.

Қытайдан қысқа жолмен Тянь-Шань тауы арқылы Ыстық көлге жеткені туралы будда қажысы Сюань-Цзянь жазбалары сақталған.

Қазақстан территориясындағы ең алғашқы туристік объектілер түрік тайпаларының басқыншылығымен және көші-қонымен байланысты. Қазақстанда алғашқы қажылық туризмді Әмір Темір ұйымдастырған және оның атымен байланысты естелік орындар әр жылдары туризмнің түрлі әлеуметтік түрлерін жүзеге асыруға көмектесті. Соның негізгілерінің бірі – 1399 жылы Әмір Темір бұйрығымен тұрғызылған Қожа Ахмет Яссауи кесенесі.

XVIII ғасырдың 30-жылдарында Қазақстанның Ресейге қосылуынан кейін оның территориясы белсенді түрде зерттеле бастады. Бұл кезеңде Ресей шекаралары ортаазиялық хандықтармен шектескен болатын. Орта Азия Ресейге қосылды. 60-80 жылдары Орыс география қоғамы және Жаратылыстану әуесқойларының қоғамы ұйымдастырған ғылыми экспедициялар Қазақстанға бет алды.

Алексей Васильевич Хорошхин Жетісудың алғашқы туристі болды. Ол Іле Алатауы тау бөктерінде көп саяхаттады. 1875 жылы ол Талғар шыңына шығу әрекетін жасап, 12050 фут (шамамен теңіз деңгейінен 4 мың метр) биіктікке көтерілді.

1821 жылы кадет корпусының түлегі, әскери қоныстану штабында топограф ретінде әскери қызметін өтеген, Григорий Силыч Карелин Орынбор губерниясына жіберілді. Тәжірибелі топограф ретінде ол көптеген экспедицияларға тартылды. Экспедициялар Каспий ойпатынан басталды. Жиырма төрт жыл жер аудару кезінде ол Қазақстан мен Орта Азияның барлық дерлік жайлауы мен шөлдерін аралап шықты, Жетісу бойымен бірнеше саяхат жасады.

1856 жылдың 15 мамырынан бастап Шоқан Шыңғысұлы Уәлиханов Хоментовский полковнигі экспедициясының құрамында алғашқы саяхатына аттанды. Олардың жолы Суғат, Торайғыр таулары арқылы Санташ асуынан өткен соң отряд Ыстық көл жағалауына жетті. Экспедицияның қайтар жолы Саты асуы, содан соң Шілік, Жіңішке, Асы және Түрген өзендерінің алқаптары арқылы өтті. Хоментовский экспедициясы Ыстық көл мен Іле Алатауынан Шарын және Шілік өзендеріне дейінгі шығыс бөлігінің шекаралас аудандарын зерттеумен және топографиялық түсірілімімен айналысты.

1856 жылдың 19 маусымында орыс зерттеушісі, географ Петр Петрович Тянь-Шань бойымен өз саяхатын бастады. Оған 1906 жылы бұл өлкені зерттеу бойынша сіңірген еңбегі үшін Семенов-Тянь-Шаньский аты берілді.

1910 жылдан 1912 жылға дейін қазіргі Қостанай облысының тұрғыны Әліби Жангелдин жаяу айналмалы саяхатын жүзеге асырды. Өздігінен білім алу, білімпаз адамның өзге елдермен, онда мекендейтін халықтың өмірімен танысу талпынысы бұл саяхаттың мақсаты еді. Ол Вена-София, Белград, Мустафа-Паша, Андрианополь, Кирк-Кинессе, Константинополь, кейін Кіші Азия және Палестина, Мысыр, Судан, Абиссиния арқылы теңіз және темір жолдар бойымен өтуді есептемегенде, он екі мың шақырымдық маршрут арқылы өтті. Қайтар жолы Арабия түбегі, Мадагаскар, Месопотамия, Персия, Үндістан, Цейлон аралы, Малай архипелагы, кейін Зонд аралдары арқылы Қытайдың оңтүстік бөлігі Үндіқытайға (Аннама Сиама корольдігіне), Формозу аралы (Тайвань), Жапонияға, содан соң Сібір арқылы қайта Еуропалық Ресейге жетті.

Қазақстанда жасөспірім балалар туризмінің даму тарихы өз бастауын, алғашқы мектептен тыс мекемелерінде ашылып, кенес билігінің бірінші декретінен алады. Осылайша, 1918 жылдың желтоқсан айында бүліншілікке, аштыққа, созылып жатқан азаматтық соғысқа қарамастан, Н.К. Крупскаяның ұсынысы бойынша, оқушылардың толыққанды демалысын ұйымдастыру мен оларға көмек көрсету мақсатында, КСРО ағартушылығының халық комиссариаты Мектеп экскурсияларының орталық бюросын құрды. Сол жылдары жас туристер, натуралистер мен техниктердің станциялары ашылды.

Қазақстандағы алғашқы туристік ұйымдар ХХ ғасырдың 20–30 жылдары пайда болды. 1929 жылы Алматы қаласында тұңғыш туристік жорық ұйымдастырылды. Оған Г.И. Белоглазов пен Ф.Л. Савин басқарған 17 мектептің мұғалімдері қатысты. Жорық Алматы төңірегінен басталып, Есік көлімен (62 км) аяқталды. 1930 жылы Алматы өлкетану мұражайы жанында Пролетарлық туризм және экскурсия қоғамының өлкелік бөлімшесі жұмыс істей бастады. Оның алғашқы төрағасы болып В.Г. Горбунов сайланды. Осы жылы Алматы қалалық телеграф пен пошта қызметкерлерінен (16 адам) құралған топ (Ф.Л. Савин басқарған) Медеу – Көкжайлау – Үлкен Алматы көлі жағалауына дейін барды. Туризмнің бұл түріне В. Зимин, А. Бергрин, Д. Литвинов, Х. Рахимов, Г. Белоглазов, т.б. үлес қосты. 1931 жылы қаңтарда Алматыдан Зиминнің бастауымен алғаш рет шаңғышылар жорығы ұйымдастырылды. «Еңбек және қор-

ғанис» эстафетасын алған бұл жорыққа қатысқан 8 шаңғышыға Ұлттық атты әскер полкінің сегіз шабандозы қосылды. Олар Алматыдан шығып, Ұзынағаштан өтіп, Қордай асуы арқылы эстафетаны Қырғызстан командасына табыс етті. Сол жылы Алматыдағы Жетісу губерниясы мұражайының жанынан Бүкілодақтық пролетарлық туризм мен ерікті экскурсия қоғамының 10 мүшесі бар алғашқы ұясы ұйымдастырылды.

Қазақстан КСРО-ның құрамында болған уақытта туризм де басқа экономика салалары сияқты орталықтан келетін қатаң ережелерге бағынып, тек сол ережелер аясында ғана өз қызметін жүзеге асыратын. Шетелдіктер үшін Қазақстан мешеу елдердің санатында еді. Себебі кеңестік кезеңде Қазақстандағы туризм идеологиялық қызметті атқарған, мәдени-ағарту жұмысы жүйесі элементтерінің бірі болып саналды және оның басым рөліне қарамастан қалдықтық қағидатпен қаржыландырылды және елеулі экономикалық маңызға ие болмады.

Әуесқой туристердің бастауымен Алатау қойнауындағы Күйгенсай (Горельник) шатқалында туристер үшін шағын үй салынды. 1936 жылы бұл жерде республикадағы ең алғашқы 50 кісілік «Горельник» турбазасының шаңырағы көтерілді. 1938 жылы Көкжайлау шатқалында (Алматы маңында) алғаш қазақстандық туристер слеті өтті. Оған 200-дей турист қатысты. 1943 жылдың басынан «Горельник» турбазасында Кеңес армиясының тау атқыштарын даярлайтын Бүкілодақтық нұсқаушылар мектебі орналасты. Соғыстан кейін «Горельник» тау шаңғышылары мен альпинист кадрлар даярлайтын базаға айналды. Адамдардың белсенді демалысы мақсатында 1952 жылы Қазақстанда Туристік-экскурсиялық басқарма (ТЭУ) құрылды. 1961 жылы Алматыда Республикалық жас туристер станциясы ашылды. 1960 жылы кәсіподақтардың Қазақ республикасының кеңесі жанынан туризм жөніндегі республика басқармасы ұйымдастырылды. 1962 жылы Туристік-экскурсиялық басқарма Туризм жөніндегі кеңес болып қайта құрылды. 1965 жылы Қазақстанда республикалық және 5 облысық (Алматы, Қарағанды, Шығыс Қазақстан, Орал, Шымкент) туристік кеңес және әр облыста экскурсиялық бюролары ашылды. 1950-1960 жылдары Алматы жоғары оқу орындарында тау туризмі, альпинизм (шыңға шығу), спорттық туризм дами бастады. Мұның нәтижесінде туристік нұсқаушылар тобы қалыптасты. Осы жылдары С. Күдерин, Ү. Үсенов, Н. Дубицкий,

В.Г. Хомулло, т.б. мамандар оқушылар мен студенттер арасында туризмді дамытуда үлкен үлес қосты.

1958 жылы Зиминге тұңғыш рет туризм бойынша КСРО-ның спорт шебері атағы берілді.

1970 жылы құрылған Туризм және саяхатшылықтың республикалық кеңесі туризмнің одан әрі дамуына әсер етті.

1971-1975 жылдары Қазақстанда туризмнің материалдық базасын нығайтып, саяхаттық-туристік ұйымдар көбейді және жаңа туристік базалар мен мейрамханалар пайдалануға берілді.

1978 жылы Қазақстанда экскурсия мен туризмнің республикалық кеңесі және 14 облыстық кеңес, 17 туристік база мен мейманханалар, 26 саяхат, экскурсия бюролары және шет ел туристеріне қызмет көрсететін 3 бюро Алматы, Орал, Шымкент қалаларында туристік автомобиль базалары құрылды. Туристік базалар мен мейманханалардағы орын саны 7 мыңға жетті.

1988 жылы туризм құрылымында біршама өзгерістер болды. Жаңадан туристік экскурсия қауымдастықтары құрылды. Осы жылдары Қазақстан туризмінің дамуына Н.И. Самойленко, С. Әбденбаев, Т. Жездібаев, А. Чукреев, О. Мазбаев, С.Р. Ердәулетов, т.б. үлкен үлес қосты. Тәуелсіздік алған Қазақстанда 1991 жылдан туризм саласы дамудың жаңа сатысына көшті. 1993 жылы Қазақстан Дүниежүзілік Туризм Ұйымына мүше болды. Осы жылы туризм индустриясын дамытуға арналған ұлттық бағдарлама қабылданды.

1997 жылы Қазақстан Республикасының Ұлы Жібек жолының тарихи орталықтарын қайта өрлету, түркі тілдес мемлекеттердің мәдени мұралар сабақтастығын дамыту тұжырымдамасы, жалпы туризм дамуының стратегиясы жасалды. 2001 жылы 13 маусымда «Қазақстан Республикасындағы туристік қызмет туралы» заң қабылданды. Онда республикадағы туристік саланы дамытудың бірінші кезектегі шаралары, туристік қызметті лицензиялау, т.б. мәселелер тұжырымдалды. Қазақстанның табиғи, тарихи, геосаяси орны туристік нысандарды ұтымды пайдалануға мүмкіншілік береді, сонымен қатар экономиканың басты тармақтарының бірі ретінде дамытуды қажет етеді.

2002 жылы республикада 430 туристік ұйым, фирмалар мен өртүрлі бюролар жұмыс істеді. Оларда 6 мың адам, оның ішінде 1500 кәсіптік экскурсия жүргізушілер (гидтер) қызмет көрсетеді. Қазақстанның туристік фирмалары дүние жүзінің 80-ге жуық

елімен қарым-қатынас жасайды. Алматы қаласының 25 фирмасы және 5 облыс орталығы Үндістанға, Түркияға, Біріккен Араб Әмірлігіне, Пәкістанға, Корей Республикасына, Грекияға, Польшаға, т.б. елдерге чартерлік әуе рейстерін жолға қойған.

Қазақстанда туризмнің барлық түрлері (танымдық, ойын-сауық, этника, экология, денсаулық сауықтыру, балалар, спорттық, аң аулау, балық аулау, атпен серуендеу) бойынша жүргізіледі. Бұл үшін Қазақстан аумағы бойынша 700-ден астам саяхаттық маршруттар белгіленген. Оларға Қазақстанда жиынтық сыйымдылығы 33 мың орынды 372 әртүрлі категориялы қонақ үй қызмет көрсетеді. Мысалы, Алматы қаласында қонақтарға «Алатау», «Қазақстан», «Достық», «Есік», «Отырар», «Астана», «Анкара», «Hyatt Regency Almaty», «Интурист», т.б. қонақ үй лер сервистік қызмет көрсетеді. Астанада 30 туристік фирма және 25 қонақ үй орналасқан. Олардың ірілері: «Окан – Интерконтиненталь Астана»; «Комфорт – Отель Астана», «Турист», «Есіл», «Жібек жолы», «Алтын дала», т.б.

Қазақстан Республикасының Тәуелсіздігінің бастамасы Халықаралық туризмнің дамуымен сипатталады. Шет елге еркін шығу мүмкіндігінің пайда болуына байланысты осы кезеңде шығу туризмі дамыды. Осы кезеңде туристік фирмалардың саны әсерлі түрде арта түсті. Егер де 1991 жылы Қазақстан туризмімен үш мекеме айналысқан болса («Интурист», «БМБТ», «Спутник»), 1994 жылы Қазақстанда 589 туристік мекеме тіркелген.

Шығыс туристік ағымдар Польшаға, Қытай Халық Республикасына және Болгарияға бағытталған. Туристік ағымдарды генерациялаушы мемлекеттер осы кезеңде Ұлыбритания, Франция, Қытай және Америка болып табылды.

ЖІӨ туризмінің күрт өсуі 1991 ж. 0,3% ,1992 ж. 0,09% 1993 ж. 0,06%, 1994 ж. 0,08% құрады. Өткен ғасырдың 1990 жылдарының аяғында Республикадағы туризм индустриясын құрудың келесі іс-шаралары жүзеге асты: 1988 жылдың 27 ақпанында Қазақстан Республикасы президентінің «3850» жарлығы бойынша Жібек жолының тарихи орталықтарын жаңғырту, сақтап қалу, түркі тілдес мемлекеттердің мемлекеттік дәстүрін дамыту, туризм инфрақұрылымын дамыту туралы Қазақстан Республикасының мемлекеттік бағдарламасы қабылданып, Қазақстан Жібек жолы ұлттық компаниясы құрылды. 1999 жылдың қыркүйек айында Көлік, Байланыс және Туризм министрлігінің Сыртқы

істер министрлігімен бірге, Қазақстан Республикасында туризм саласының қарым-қатынасы дамуының сұрақтарына байланысты Қазақстан Республикасының елшілігінің іс жүргізу бағдарламасы қабылданды. Ол туризм саласына инвестицияны тартуды ұлғайту, туристік ағымды жоғарылату, сондай-ақ Қазақстан туристерінің шетелдегі құқықтары мен қызығушылықтарын қорғауға бағытталған.

Шетелдік және отандық инвестицияны дамыту мақсатында Республикада кіріс туризмін дамыту, Қазақстан имиджін ұстап тұру іс-шаралары, Қазақстан Республикасы Басқармасының 27.11.2000 жылғы №1763 жарлығы бойынша, жыл сайын өтетін Халықаралық «Ұлы Жібек жолы Қазақстан» атты фестивалі Алматы қаласында ұйымдастыру туралы шешім қабылданды. Алғашқы туристік фестиваль-жәрмеңке 2001 жылы қыркүйек пен қазан айларында жүзеге асты. Жібек жолы мемлекеттерінен тыс көптеген мемлекеттердің тур операторлары қатысты.

1999-2000 жылдар аралығында Қазақстаннан шетелге көптеп шығу туристік саяхаттың қарқынын азайта бастады, бұл қонақ үй, көлік шаруашылығы мен басқа да экономикалық салаларға кері әсерін тигізді. Туризм саласының заманауи статистикалық базасы халықаралық практикаға сәйкес келмеді. Заңды және құқықты нормативтік база жойылып, туристік қызмет және туризмнің нарығын қамтыды.

27 наурыз 2006 жылы Қазақстан Республикасы президентінің №73 жарлығы бойынша Қазақстан Республикасының Туризм және спорт министрлігі құрылды, ол отандық туристік индустрияны құру саясатын жүзеге асырды.

1. ХХІ ғасырдың 90-жылдары туризм дамуының тұрақсыздығын сипаттайды, сондай-ақ 1996 жылдан 2000 жыл аралығында қызмет көрсетілген туристердің саны 487490-нан 146905-ке азайды. Тек 2000 жылдан бастап қана қызмет көрсетілген туристердің орташа есебі 2004 жылы ғана 292738 адамға жетті, сондай-ақ 1996 жылдың нәтижесіне қол жеткізу мүмкін емес екені анық болды.

2. Тек халықаралық туристік саяхат қана емес, Қазақстан ішіндегі азаматтардың мемлекет ішіндегі саяхаты да өсіп келеді.

3. Туристік қызметке мемлекет ішіндегі сұраныс тұрақты түрде өсіп келеді, алайда туристік тауарға және қызметке сұраныс сәйкессіздігі нақты көрінді. Мұндай жағдайдың себебіне келе-

сілерді кіргізуге болады: екі және үш жұлдызды қонақ үйлердің жетіспеушілігі; саланың материалдық техникалық базасының әлсіздігі, туристік нарықта жұмыс істейтін қызметкерлердің төмен деңгейде даярлануы және клиенттерге төмен деңгейде қызмет көрсету.

Тәуелсіз Қазақстан туризм дамуының екі сатысы бар. Бірінші сатысын, оны туризм дамуының дағдарыстық кезеңі деп атауға болады (1991-2000 жылдар). Осы жылдар әлеуметтік және спорт туризмінің максималды қысқартылуымен сипатталады және ішкі мен сыртқы туризмнің максималдылығы басым болды. Балалық және жасөспірімдік туризм жүйесінің құруына әсер етеді.

Екінші саты туризм дамуының дағдарыстан кейінгі кезеңі (2004-тен қазірге дейін). Егемендік жылдарында, алғаш рет 2004 жылы кіріс туризмнің көрсеткіштері шығыс туризм көрсеткіштерінен озып, 4,3 млн және 3,9 млн-ды құрады. Қазақстанның қазіргі уақыттағы әлеуеттік жағдайы жылына 5-6 млн туристі құрайды, мемлекеттің бюджеті 6 млрд теңге табыс көреді. Туристік саланың қаржыландыру бюджеті өсті. Алматы облысы және Алматы қаласында туристік кластер құру және дамытуға арналған пилоттық жобалар құрылды.

Тақырып толықтай Қазақстандағы саяхат индустриясының даму, қалыптасу кезеңдеріне арналған. Мұнда сонау ертедегі Қазақстан жеріндегі саяхаттардан бастап, КСРО және тәуелсіздік алғаннан кейінгі Қазақстан туризмінің дамуы сипатталады.

Бақылау сұрақтары:

1. Қазақстандағы саяхаттар қашаннан бастау алған?
2. Жетісудың алғашқы туристі кім?
3. Тәуелсіз Қазақстанның туризм дамуының қанша сатысы бар?
4. Қазақстан туризм дамуына кедергі факторлар қандай деп ойлайсыздар?

2.7. Қазақстандағы туризмді дамытудың мемлекеттік бағдарламалары мен нәтижелері

Туризмді мемлекеттік қолдау саланы орнықты дамытудың қажетті шарты болып табылады. Халықаралық тәжірибе туристік инфрақұрылымды дамыту үшін жағдайлар жасау, жеке меншік инвесторларды тарту, туристік индустрия субъектілерінің

қызметі үшін қолайлы экономикалық жағдайларды қамтамасыз ететін нормативтік құқықтық базаны қалыптастыруға бағытталған мемлекеттің белсенді саясаты туристік саланың елдің әлеуметтік-экономикалық дамуында маңызды орын алуы мүмкіндік беретінін көрсетіп отыр. Сондай-ақ әлемдік тәжірибе туризмді белсенді дамытатын елдер, өз азаматтарын сапалы туристік қызметпен қамтамасыз ете отырып, бюджет қаражатының едәуір көлемін ұлттық жобалар мен бағдарламаларды іске асыруға жұмсайтынын айғақтауда.

Туризмді экономиканың басым бағыты ретінде қарастыратын елдердің халықаралық тәжірибесін талдау туристік қызметті мемлекеттік қолдаудың бірқатар басым шараларын айқындап берді:

1. Кереғар артықшылықтарды қоса атқару үшін елдің басшылығы жағынан жылдар бойы келе жатқан тура саяси ерік және қолдау.

Марокко корольдігі. 2000 жылдардың басында Марокко королі VI Мохаммед экономиканың стратегиялық секторы ретінде туризм мәртебесін бекітті. Марокко Үкіметі «Пайымдау-2010» туризмді дамыту стратегиясын әзірледі. Осы стратегияның маңызды элементі алты жағалаудағы курорттық аймақты «нөлден» салу бойынша жоспар болып табылады (Азур жоспары). Осы Жоспарды іске асыру үшін 2007 жылы бірнеше мемлекеттік кәсіпорындар базасында SMIT (Марокко туризм инжинрингі қоғамы) – туризм инфрақұрылымында инвестициялау бойынша жаңа ұлттық компаниясын құру жөнінде шешім қабылданған болатын. SMIT мынадай міндеттерді іске асырады: жаңа жағалаудағы курорттық аймақты салуға жер учаскелерін бөлу; шебер-жоспарларын және осы аймақтарды салуға арналған ТЭН әзірлеу, жер учаскелерін сату және сатып алу, инфрақұрылымды салу және жеке инвесторларын тарту. Сондай-ақ «Пайымдау-2010» стратегиясын іске асыру кезінде ЕО-мен ашық әуе кеңістігі туралы 2006 жылғы екіжақтық шарт аясында әуе бағыттарын либерализациялау елдің туристік саласын дамыту үшін зор мәнге ие болды.

Әуе бағытын либерализациялау жаңа әуе желілерінің әуе тасымалдаушыларын және еуропалық аз бюджетті әуе тасымалдаушыларды отырғызу құқығынан; AtlasBlue және Jet4You жаңа ұлттық аз бюджетті әуе тасымалдаушыларын және жаңа әуе бағыттарын құрудан тұрады. Осы шаралар әуе билеттеріне бағалар-

дың айтарлықтай төмендеуіне және халықаралық жолаушылар (туристер) ағынының жалпы ұлғаюына әкелді.

Малайзия. 90-жылдардан бастап туризм Малайзияны дамытудың бесжылдық экономикалық жоспарларында маңызды орын алып келеді. Осы жоспарлар аясында салық жеңілдіктерін беру (түсімге салықтан босату немесе қонақ үйлерді және басқа туристік объектілерді кеңейту және жетілдіруге арналған кері инвестицияландырудағы жеңілдіктер; импорттық баждардан толық босату) арқылы ауылшаруашылық, экологиялық, круиздік және туризмнің басқа да түрлерін дамыту үшін стратегия қалыптастырылды.

2. Мамандандырылған агенттіктерді, қорларды және ұлттық компанияларды құру арқылы ірі курорттық аймақтарды дамытуда мемлекеттің тікелей қаржылық қатысуы.

Мексика Құрама Штаттары. 70-жылдары Үкіметпен туризмді дамытудың ұлттық қоры – INFRATUR құрылған болатын, ол туризм инфрақұрылымын дамыту қоры FONATUR және туризмге кепіл беру және қозғалту қоры FOGATUR қорларын біріктіру базасында құрылды. FONATUR-дың негізгі міндеті Канкун, Инкара, Лос-Кабос, Хаутулько және Лорето сияқты бес ірі жағалау курорттық аймағын «нөлден» бастап дамыту болып табылды. Аталған курорттарды дамыту мақсатында FONATUR қарыз қаражаттарын және жеке инвесторларды тарту, қала салу және өңірлік жоспарлау мәселелерінде ғана емес, сонымен қатар жер меншігі мен меншік нарығының мәселелерінде де басшылық рөлді өзіне алады. Қазіргі кезде FONATUR алынған нәтижелерін есепке ала отырып, өзіне курорттарды дамыту үдерісіндегі жанама рөлді қабылдады және негізгі жігерді мемлекеттік-жеке меншік әріптестікті дамытуға бағыттады.

Испания Корольдігі. 60-жылдары ENTURSA мемлекеттік компаниясы құрылған болатын, ол жаппай жағажай демалысына арналған қонақ үйлерді салу және басқарумен айналысты. Нәтижесінде осы қонақ үйлердің көпшілігі жекешелендірілді.

3. Туристік объектілерге инвестициялауды қолдау тетіктері және қаржылық жеңілдіктер.

Түркия Республикасы. 80-жылдарда «Туризмді қолдау туралы» заң қабылданды. Аталған заң аясында салықтардың, алымдардың және баждардың белгілі түрлеріне, сондай-ақ ұзақ мерзімді несиелерге қатысты бірқатар салықтық жеңілдіктер ұсынылды. Бұдан басқа мемлекеттік жерлер жеке инвесторларға 49 жылға дейінгі мерзімге ұзақ мерзімді жалға берілді, сонымен қатар ин-

весторлар жерді өзінің қарауы бойынша пайдалануға – мемлекеттік органдардың келісімінсіз үшінші тұлғаларға жер учаскелерін салуға немесе сатуға құқығы болған.

4. Индустрияның өсуіне қарай мемлекеттік бастама арқылы мемлекеттік-жеке меншік әріптестікке жоспарлы шығу.

Египет Араб Республикасы. 70-жылдары еркін экономикалық аймақтарды құру және мемлекеттік компаниялар мен шетелдік инвесторлардың біріккен кәсіпорындарын құруға рұқсат беру туралы заң қабылданды. Заң аясында шетелдік инвесторлар біріккен кәсіпорындардың кіші серіктесі ретінде инвестицияларды салу құқығын алды; он бес жылға дейін мерзімге салық төлеуден босатылды; мемлекет тарапынан жер телімдеріне арналған меншік құқығына қатысты кепілдік алды.

Шетелдік инвесторлар да капиталға қатысты мемлекет кепілдіктерін алды, шетелдік қатысуы бар жергілікті компаниялар секілді алынған кірістерді шетелге шығару құқығына ие болды.

5. Туризмнің инженерлік-коммуникациялық, көліктік және «жұмсақ» инфрақұрылымын құруды тікелей мемлекеттік қаржыландыру (білікті кадрлық ресурстармен қамтамасыз ету, ақпараттық қамтамасыз ету), сондай-ақ туристік индустрияда анағұрлым маңызды жобалар құру.

Біріккен Араб Әмірліктері. 2006 жылы Туризмдегі даму және инвестициялар жөніндегі компания құрылды. Біріккен Араб Әмірліктерінің Үкіметі гранттар түрінде 3 млрд-қа жуық АҚШ долларын бөлді, оның негізінде компания шетелде қомақты қарыз қаражатын тартты. Негізгі жоба Саадият жасанды аралын салу болып табылады.

Түркия Республикасы. 70-жылдары Түркия Республикасының Үкіметі туризмді дамыту жобаларының өңірлік жоспарларын әзірлеп, индустрия үшін инфрақұрылымды дамыту жобаларына бастамашылық етті.

Осылайша, халықаралық тәжірибе туризмді дамытуды инфрақұрылымдық қамтамасыз етуде атқарушы биліктің белсенді рөлі сәттіліктің елеулі факторларының бірі болып табылады. Туризмді дамытуда мемлекеттік қолдаудың түрлері сан алуан, алайда бірқатар белгілері бойынша Қазақстанның қазіргі жағдайына сәйкес келетін кейбір мысалдарды бөлуге болады:

- экономикаға тікелей қатысу арқылы елді жаңғыртудағы мемлекеттің белсенді рөлі;

- шалғай орналасуынан, инфрақұрылымның жоқ болуынан және туризмнің осы түрі бойынша ішкі нарықтың дамымағандығынан курорттық аймақтардың өздігінен дамуының болмауы.

Осындай жағдайлардағы мысалдарда мемлекет «нөлден бастап» курортты орталықтан дамыту, инфрақұрылым мен туристік объектілерді салу арқылы туризмдегі жаңа ұсыныстарды белсенді жасады. Осы курорттардағы коммерциялық объектілер не мемлекеттік қаражаты есебінен, не жеке меншік инвестицияларды тарту арқылы салынды. Әдетте мемлекет осы мақсаттар үшін қызметі квази–коммерциялық сипатта болатын ұлттық компанияны құрды. Осы мысалдардың барлығын елде туристік саланы дамыту үшін күшті серпін тұрғысынан, сондай–ақ мемлекеттік инвестицияларды қайтару есебінен сәтті деп атауға болады.

Қазақстанда туризмді дамытудың мемлекеттік бағдарламалары жасақталған, соның ең соңғысы – «Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2020 жылға дейінгі тұжырымдамасы».

Қазақстан Республикасында туризм индустриясын 2020 жылға дейін дамытудың пайымы. Туризмді Қазақстан Республикасын дағы дамудың ұлттық басымдықтарының бірі ретінде қарастыру үшін бес негізгі экономикалық және әлеуметтік мүдде бар:

1) туризм саласында, оның ішінде дәстүрлі ауылдық өмір салтынан қол үзбей, ауылдық және шалғайдағы аудандар халқы мен жастарды 230 мыңнан астам жұмыс орнымен қамтамасыз ету мүмкіндігі;

2) отбасылар, шағын және орта кәсіпорындар үшін бизнес мүмкіндіктер жасай отырып, халықтың қалың санаты арасында кәсіпкерлік қызметтің мәдениетін дамытуға жәрдемдесу;

3) Қазақстан Республикасының өңірлері мен ауылдық аудандарын дамытуға үлес қосу, оның ішінде шалғай аудандардағы инженерлік–көліктік инфрақұрылымды, Қазақстан Республикасының Мемлекеттік шекарасы арқылы өткізу пунктерінің инфрақұрылымын дамыту;

4) ауылшаруашылығын, машина жасауды, жеңіл және тамақ өнеркәсібін, өндірістік емес секторды қоса алғанда, экономиканың басқа да секторларында ынтымақтастыққа жәрдемдесу және мүмкіндіктер жасау;

5) ұлттық және мемлекетаралық өзара түсіністікті ілгерілетуге ықпал ететін жағымды және өнімді мәдениетаралық қатынастар құруға жәрдемдесу.

Қазақстан Республикасында туризм индустриясын дамытудың стратегиялық пайымдауы – бұл 2020 жылға қарай Қазақстанды жаһандық танымал туристік дестинация ретінде бекіту.

Экономиканы әртараптандырудың және Қазақстан Республикасы халқының әл-ауқаты мен өмір сүру сапасын арттырудың ұлттық мақсаттарына қол жеткізуде Қазақстан Республикасының туризм индустриясы туризмнің ішкі және халықаралық нарықтарында тартымды туристік өнімдерді ұсынатын туризмнің кәсіби қызметкерлері шұғылданатын бәсекеге қабілетті туристік бизнесі бар белгілі бір туристік кластерлерде дамуға тиіс. Осы бағыттағы даму барлық жұмылдырылған мүдделі тараптар – мемлекет, бизнес және қызметкерлер үшін туристік қызметтен түсетін кірістердің қуатты және тұрақты өсуіне ықпал етуі керек.

Қазақстан Республикасында туризм индустриясын 2020 жылға дейін дамытудың мақсаттары, міндеттері, кезеңдері және кү тілетін нәтижелері. 2020 жылға дейін Қазақстан Республикасында туризм индустриясын дамытудың негізгі мақсаттары:

1) қажетті инновациялық, энергия тиімді инфрақұрылым құру;

2) жаңа туристік «тәжірибелердің» жүйесін жасау, жергілікті және шетелдік туристерге арналған халықаралық бәсекеге қабілетті өнімдер мен қызметтер әзірлеу;

3) экологиялық туризмді және экологиялық ағартуды, оның ішінде ерекше қорғалатын табиғи аумақтарда дамыту;

4) туризм саласын басқару мен реттеудің кәсіби жүйесін жасау;

5) Қазақстанға және ел ішінде қолжетімділікті ұсыну болып табылады.

2020 жылға дейін Қазақстан Республикасындағы туризм индустриясын дамытудың негізгі міндеттері:

1) мемлекет экономикасына туристік саланың үлесін арттыру;

2) Қазақстан Республикасында туризм индустриясы өсуінің едәуір әлеуетін ескере отырып, экономикалық өсу мен инвестицияларды ынталандыру;

3) туризм индустриясы мен экономиканың ілеспе салаларында жұмыс орындарын құру;

4) кәсіпкерлікті, оның ішінде экономиканың аралас салаларында ШОБ-ты және ауылдық аудандарды қоса алғанда жалпы ел және өңірлер бойынша адами әлеуетті дамыту.

Туризм саласының инвестициялық тартымдылығын арттыру және саланы дамыту жағдайын қамтамасыз ету үшін экономиканың басым секторларының бірі ретінде қазақстандық туризмді әлемдік туристік нарыққа ықпалдастыру үшін қазіргі заманғы тиімділігі жоғары және бәсекеге қабілетті туристік кешендерін құру қажет.

Туризм саласын дамытудың негізгі индикаторлары келуші туристердің саны, тәуліктік төсек/тәулік саны, сондай-ақ туристік қызметтен түсетін табыс көлемі болып табылады. Осы тұжырымдаманың мақсаттары мен міндеттеріне қол жеткізу дамытудың әрбір кезеңінде туризмді дамыту индикаторларын арттыру арқылы айқындалады.

Даму кезеңдері.

Көрсетілген мақсаттар мен міндеттерге қол жеткізу үшін Қазақстанда туризмді дамытудың мынадай кезеңдері ұсынылады:

Бірінші кезең 2015 – 2016 жылдар;

Екінші кезең 2017 – 2018 жылдар;

Үшінші кезең 2019 – 2020 жылдар.

Бірінші кезең неғұрлым маңызды болып табылады, өйткені одан кейінгі кезеңдердің сәттілігі жұмыстардың Бірінші кезең шеңберінде орындалуына байланысты: қолданыстағыларын бейімдеу және жаңа құқықтық шаралар мен институционалдық тетіктер құру, олардың көпшілігі 2015 жылы дайын болуға тиіс.

Бұл кезең, сондай-ақ дамудың алғашқы сатысы болып табылады, осы кезең бойы барлық ұлттық (ірі) туристік жобалар дайындалу және олардың құрылысына бастамашылық ету, басқа (кіші) туристік жобаларды әзірлеуді ынталандыру, жалпы инфрақұрылым мен адами ресурстарды инвестициялау, маркетинг, ұлттық туризм брендингі және өзге де ілеспе қызмет түрлері жүйесін айқындау және енгізу, сондай-ақ жылдам нәтижелер алуға бағытталған шараларды қабылдау қажет. Бірінші кезең шеңберінде 2015 жылдан 2020 жыл аралығында жалпы инвестициялардың 30,0 %-ға жуығын игеру ұсынылады. Бірінші кезеңде жоспарланған шараларды іске асыруды ескере отырып, осы кезеңде күтілетін туристер ағыны – 4,1 млн келуші туристі, төсек/тәулік саны 13,3 млн құрайды. Туристік қызметтен түсетін табыс 4,6 млрд АҚШ долларын құрайды.

Екінші кезең дамудың жалғасы болып табылады. Инвестициялау тұрғысынан алғанда, негізгі құрылыс жұмыстарын, атап айтқанда, ұлттық туристік жобаларды дамыту шеңберінде туристік инфрақұрылымның орналастыру орындары мен объектілерін, оның ішінде тәуекелдік деңгейі төмен және қысқа мерзімде іске асыру мүмкіндігі бар жобаларды орындау ұсынылады. Осы кезеңде инфрақұрылымды дамытуды жалғастыру, адами ресурстар әлеуетін нығайту және маркетинг саласындағы әртүрлі жұмыстарды орындау маңызды.

Екінші кезең шеңберінде 2014 жылдан бастап 2020 жыл аралығында жалпы инвестициялардың 45,0 %-ға жуығын игеру ұсынылады. Екінші кезеңде жоспарланған шараларды іске асыруды ескере отырып, осы кезеңде күтілетін туристер ағыны – 6,5 млн келуші турист, төсек/тәулік саны 23 млн құрайды. Туристік қызметтен түсетін табыс 7,6 млрд АҚШ долларын құрайды.

Үшінші кезең дамудың қорытынды сатысы болып табылады, бұл кезеңде бүкіл ел бойынша туристік жобаларды дамыту үшін туристік ұсыныстарды әртараптандырып және шағын және орта бизнес кәсіпорындарын едәуір қолдап, екінші кезеңнің шеңберінде орындалатын іс-шараларды іске асыру жалғасатын болады. Үшінші кезең шеңберінде 2015 жылдан бастап 2020 жыл аралығында жалпы инвестициялардың 30,0 %-ға жуығын игеру ұсынылады, үшінші кезеңде жоспарланып отырған шараларды іске асыруды ескере отырып, осы кезеңде күтілетін туристер ағыны – 8,5 млн келуші турист, төсек/тәулік саны 33,8 млн құрайды. Туристік қызметтен түсетін табыс 10,2 млрд АҚШ долларын құрайды.

Күтілетін нәтижелер. Инвестициялар тартқан және мемлекеттік бюджеттен қажетті көлемде қаражат бөлінген жағдайда жоғарыда көрсетілген мақсаттар мен міндеттерді сәтті іске асыру Қазақстан Республикасындағы туризм индустриясы көрсеткіштерінің мынадай өсіміне алып келеді:

1) туристерді орналастыру орындары: 2013 жылғы 89 940 төсек–орыннан 2020 жылы 206 мың төсек-орынға дейін (2,3 есе өсу, жиынтық жылдық өсу қарқыны 12,6 %);

2) туристердің түнеу саны (ішкі, сол сияқты шетелдік): 2013 жылғы 8 067 109 туристік түнеуден, 2020 жылы 33,74 млн туристік түнеуге дейін (4,2 есеге, өсу жылдық жиынтық өсу қарқыны 22,7 %);

3) туристің осында қалуының орташа ұзақтығы: 2013 жылғы бір реттік келуге 2,4 түнеуден, 2020 жылы бір реттік келуге 4,0 түнеуге дейін (1,6 есеге өсу);

4) орналастыру орындарының толтырылуы: нөмірлік қор жүктемесінің коэффициенті 2013 жылғы 24,6 %-дан, 2020 жылы 45,0 %-ға дейін (1,8 есеге өсу);

5) туризм саласындағы жұмыспен қамту: 2012 жылғы 129 мың қызметкерден 2020 жылы 234 мыңға дейін (1,8 есеге өсу).

Туристік сұраныстың күтілетін өсімі, негізінен, жаңа туристік ұсыныстарды дамыту (төсек–орындар саны) және оларды кәсіби коммерциялау есебінен болады. Жалпы туристік келу санының құрылымы 2020 жылы: алдағы жеті жылда 4,49 млн туристік келу үшін жаңа орналастыру орындары салынатын болады (50,8 %), бұл ретте туристердің жартысына дерлік жуығы Алматы (23,8 %) және Батыс Қазақстан (22 %) кластерлеріне келетін болады, бұл уақытта қалған жартысы Астана (17 %), Шығыс Қазақстан (11,9 %), Оңтүстік Қазақстан (8,6 %) және Қазақстан Республикасының басқа да облыстарының (16,8 %) кластерлеріне шоғырландырылады.

Туристік кластерлер. Жоғары халықаралық бәсекелестік дәуірінде туристік сұраныс қарқынды өзгерістерге ұшырауда. Осыған байланысты ішкі және халықаралық келуші үшін анағұрлым тиімді туристік «тәжірибе» жүйесін құру мақсатында мүдделі құрылымдар тарапынан Қазақстан Республикасының туристік өнімін қалыптастыруға және ілгерілетуге жаңа қағидаттар мен тәсілдер әзірлеу қажет. Туристік өнімнің бірегейлігі мен сапасына қарамастан, жоғары дамыған инфрақұрылымның (көлік инфрақұрылымы, телекоммуникациялық байланыс арналары, тұрмыстық қызмет көрсету және т.б.) болмауы саяхаттан қанағаттану деңгейін төмендетеді, соның салдарынан туристік келу санының қысқаруына және аумақтың ішкі және әлемдік туристік нарықтарда аумақтың бәсекеге қабілеттілік деңгейінің азаюына әкелетіндігін назарға алған жөн.

Осыған байланысты әртүрлі аумақтық деңгейлерде (ел, облыс, аудан, қала) туризмді ұйымдастырудың жаңа тәсілдерін әзірлеу қажет. Осындай әдістердің бірі кластерлік тәсіл болып табылады.

Қазіргі уақытта отандық туризм үшін тиісті әкімшілік-аумақтық құрылымның бәсекеге қабілеттілігін арттыру мақсатында кластерлерді қалыптастыру міндеті неғұрлым өзекті болып отыр.

Туристік кластер – бұл туристік өнімді жасаумен, өндірумен, ілгерілетумен және сатумен, сондай-ақ туризм индустриясымен және рекреациялық көрсетілетін қызметтермен аралас қызметпен айналысатын өзара байланысқан кәсіпорындар мен ұйымдардың бір шектелген аумақ аясында шоғырлануы.

Туристік кластерді құрудың мақсаты – синергетикалық әсер есебінен туристік нарықта аумақтың бәсекеге қабілеттілігін арттыру, оның ішінде:

1) кластерге кіретін кәсіпорындар мен ұйымдар жұмысының тиімділігін арттыру;

2) инновацияларды ынталандыру және жаңа туристік бағыттарды дамыту.

Туристік кластерді құру іс жүзінде аумақтың тұрпатын айқындайды және өңірдің оң имиджін қалыптастыруға әсерін тигізеді, бұл жалпы алғанда жоғары ықпалдастырылған туристік ұсыныстар мен бәсекеге қабілетті туристік өнімдерді құрады. Қазақстанда бес туристік кластер құруға мүмкіндік бар: Астана, Алматы, Шығыс Қазақстан, Оңтүстік Қазақстан және Батыс Қазақстан.

Астана кластері – бұл Астана қаласын, Ақмола облысын, Солтүстік Қазақстан облысының оңтүстік–батыс бөлігін, Павлодар облысының батыс бөлігін және Қарағанды облысының Солтүстік–Шығыс бөлігін қамтитын кластер. Астана қаласы кластердің орталығы болады, мұнда мынадай басты туристік қызығушылық орындары орналасқан:

- 1) «Көкшетау» мемлекеттік ұлттық табиғи паркі;
- 2) «Бурабай» мемлекеттік ұлттық табиғи паркі;
- 3) «Бұйратау» мемлекеттік ұлттық табиғи паркі;
- 4) Қарағанды қаласы;
- 5) Қарқаралы мемлекеттік ұлттық табиғи паркі;
- 6) Баянауыл мемлекеттік ұлттық табиғи паркі.

Болашақта кластер ЮНЕСКО-ның алдын ала тізіміне енгізілген жаңа туристік қызығушылық орындарымен толығуы мүмкін: мегалит дәуіріне жататын Беғазы-Дөңдібай мәдениетінің қорымдары, Тасмола мәдениетінің жарқыншақ тастар қорғаны, сондай-ақ «Жібек жолы» сериялық трансұлттық номинациясына енгізілген объектілер (Бозоқ қалашығы).

Астана маңындағы жерлер және Бурабай курорттық аймағы көшпелі мәдениет пен дала әртүрлілігінің орталығы болады. Аталған кластерде әзірленетін негізгі туристік өнімдер: МІСЕ-ту-

ризм, мәдени туризм мен турне, таулар мен көлдердегі демалыс, қысқа мерзімді демалыс.

Алматы кластері – бұл Алматы қаласы мен Алматы облысының бір бөлігін қамтитын кластер. Алматы қаласы кластердің орталығы болады, онда мынадай басты туристік қызығушылық орындары айқындалған:

1) петроглифтері бар Тамғалы археологиялық ландшафты (ЮНЕСКО объектісі);

2) ЮНЕСКО-ның алдын ала тізіміне енгізілген «Алтынемел» мемлекеттік ұлттық табиғи паркі;

3) Шарын мемлекеттік ұлттық табиғи паркі аумағындағы Шарын шатқалы;

4) Қапшағай су қоймасы;

5) ЮНЕСКО-ның алдын ала тізіміне енгізілген Іле-Алатау мемлекеттік ұлттық табиғи паркі бар Алматы қаласы маңындағы тау шаңғысы аймақтары;

6) «Жаңа Іле» туристік орталығы.

Болашақта кластер Алматы облысының басқа бөліктерін қосып кеңейі, сондай-ақ ЮНЕСКО-ның алдын ала тізіміне енгізілген жаңа туристік қызығушылық орындарын – Балқаш көлін, Ешкіөлмес петроглифтері бар Жетісу Алатауы сілемдерін, Есік қорғаны мен «Жібек жолы» сериялық трансұлттық номинациясына енгізілген объектілерді (Талғар қалашығы, Боралдай сак қорғандары) ұсынуы мүмкін.

Алматы халықаралық тау, іскер және тау шаңғысы туризмінің орталығы және «Қаладағы және таулардағы ойын-сауық» кластері ретінде сипатталатын болады. Аталған кластер ұсынатын негізгі туристік өнімдерге МІСЕ-туризм, мәдени туризм және турне, таулардағы және көлдердегі демалыс және қысқа мерзімді демалыс жатады.

Шығыс Қазақстан кластері. Шығыс Қазақстан облысының солтүстік және шығыс бөліктерін қамтиды. Өскемен қаласы кластердің орталығы болады, мұнда алты маңызды туристік орын айқындалған:

1) «Берел» мемлекеттік тарихи-мәдени қорық-мұражайының объектілері;

2) Бұқтырма су қоймасы;

3) Ертіс өзені – Зайсан көлі;

4) Қатонқарағай мемлекеттік ұлттық табиғи паркі;

- 5) Қалжыр шатқалы;
- 6) Риддер – Анатау мен Иванов таулары;
- 7) Алакөл көлі;
- 8) Семей қаласы.

Болашақта кластер Шығыс Қазақстанның қалған бөліктерін қамти отырып кеңеюі мүмкін.

Шығыс Қазақстан кластері «Табиғаттың ғажайып әлемі» ретінде сипатталып, экологиялық туризмді дамыту орталығы болады.

Аталған кластерде әзірленетін негізгі туристік өнімдерге белсенді және қызық оқиғалы туризм, таулар мен көлдердегі демалыс жатады.

Оңтүстік Қазақстан Қызылорда облысының орталық және шығыс бөліктерін, Оңтүстік Қазақстан облысының оңтүстік бөлігін, Жамбыл облысының Оңтүстік-Батыс бөлігін қамтитын кластер болып табылады. Шымкент қаласы кластердің орталығы болады, онда мынадай туристік қызығушылықтың орындары ұсынылған.

1) ежелгі Түркістан және «Әзірет Сұлтан» мемлекеттік тарихи-мәдени қорығы-мұражайы объектілері (ЮНЕСКО объектілері);

2) ЮНЕСКО-ның алдын ала тізіміне енгізілген ортағасырлық Отырар қалашығының және отырарлық алқаптың археологиялық объектілері;

3) Сауран археологиялық кешені;

4) палеолиттік учаскелері мен геоморфологиясы бар Қаратау мемлекеттік табиғи қорығы; ЮНЕСКО-ның алдын ала тізіміне енгізілген Арпаөзен петроглифтері;

5) Сайрам-Өгем мемлекеттік ұлттық табиғи паркі;

6) Байқоңыр ғарыш айлағы;

7) Қызылорда, Сарыағаш, Тараз қалалары.

Болашақта кластер үш облыстың қалған бөліктерін қамти отырып, сондай-ақ ЮНЕСКО-ның тізіміне енгізілген Меркі, сондай-ақ «Жібек жолы» сериялық ұлтаралық номинациясына енгізілген объектілер (Жетіасар алқабының ескерткіштері, Сығанақ қалашығы) секілді жаңа туристік қызығушылық орындарын ұсынуы мүмкін.

Оңтүстік Қазақстан кластері «Ұлы Жібек жолының жүрегі» ретінде сипатталатын болады. Аталған кластерде әзірленетін негізгі туристік өнімдерге мәдени туризм мен турне жатады.

Батыс Қазақстан кластері бүкіл Маңғыстау облысын және Батыс Қазақстан облысының бір бөлігін қамтитын кластер болып табылады. Ақтау қаласы аталған кластердің орталығы болып табылады, мұнда мынадай туристік орындар орналасқан:

- 1) Бекет ата, Шопан ата және Қараман ата жер асты мешіттері мен Омар мен Түр кесенесі;
- 2) Маңғышлақ түбегіндегі қорымдар;
- 3) Шерқала тауы;
- 4) Қарақия-Қаракөл мемлекеттік табиғат қорығы;
- 5) «Бөкей Ордасы» ескерткіштер кешені;
- 6) «Кендірлі» шипажайы.

Батыс Қазақстан кластері «Каспий Ривьерасы» ретінде сипатталатын болады. Аталған кластерде әзірленетін негізгі туристік өнімдерге жағажай туризмі, мәдени туризм және турне жатады.

«Батыс Еуропа – Батыс Қытай» халықаралық көлік дәлізін іске асыру шеңберінде өңірлердің бірегей объектілері мен республиканың батыс және шығыс «шекара қақпаларындағы» тиісті жағдайлармен туристердің орналасуы, демалысы мен қажетті сервистік қызметтер алуы үшін қазіргі заманғы туристік инфрақұрылым құру көзделеді.

Қазақстанның басқа бөліктері. Кластерге енбеген өңірлер, сондай-ақ аудандық деңгейлерде, ең алдымен, ішкі туризмді дамыту үшін болашағы зор туристік өнімдерді айқындау қажет. Бұл жағдайда тиісті инфрақұрылымды дамыту жөніндегі шағын жобаларды әзірлеу және іске асыру орынды.

Қазақстанның барлық өңірлері үшін неғұрлым тартымды турөнімдерге туризмнің басым түрі болып табылатын аумақтардың табиғи және мәдени-этнографиялық ерекшеліктерімен танысу мақсатында қол тимеген табиғи аумақтарға саяхатты қамтитын экологиялық туризмді жатқызуға болады.

Бұл ретте аталған саяхат экожүйелердің біртұтастығын бұзбауға тиіс және жергілікті тұрғындар үшін тиімді болатындай табиғатты және табиғи ресурстарды қорғау үшін жағдай жасау қажет.

Елдің «жасыл экономика» қағидаттарына көшуіне белгіленген бағдарын ескере отырып, агротуризм, мысалы, ауыл халқын баламалы жұмыспен қамтудың ұйытқысы ретінде ғана емес, өңірлердің экономикасына қаржылық қолдауды қамтамасыз етуде және экологиялық «таза» ауыл шаруашылығы өндірісін дамы-

туда үлгі етіп көрсетуге тұрарлық. Агротуризм – табиғатқа ұқыпты қарау экономикалық тиімді болатын, жергілікті халықты осы үдеріске тартуға ықпал ететін қоршаған ортаны қорғаудың қуаты құралы.

Қазақстанның барлық өңірлерінде ауыл туризмін дамытудың болашағы зор болғандықтан, туризм жөніндегі жергілікті атқарушы органдар қолда барды жаңғыртуды қамтамасыз етуі, ал қажет кезде жаңа туристік инфрақұрылым жасауы, өңірде туризммен айналысатын ШОБ-ті қалыптастыру және дамыту үшін мемлекеттік қолдау тетіктерін айқындауы, әдістемелік құралдарды әзірлеуді, қонақ үй ашатын кәсіпкерлерге консультативтік көмек көрсетуді қамтамасыз етуі, жергілікті және өңірлік деңгейлерде ақпараттық қолдау және қонақ үйлерді ілгерілету үшін пәрменді құралды айқындауы қажет.

Көрсетілетін қызметтердің жоғары сапасына кепілдік беру үшін ауылдық демалыс үйлерінің бірыңғай сыныптамасын әзірлеу жөніндегі мәселені шешу, осы сыныптаманың критерийлерін айқындау және ауылдық қонақ үйлер үшін бірыңғай стандарттарды бөлу қажет.

Қазақстанның шекара маңы облыстары үшін туризмді дамытудың келешегі зор. Халықаралық ынтымақтастықты тереңдету, бірлескен туристік бағыттарды, оның ішінде іргелес елдердің азаматтары үшін бір-екі күндік экскурсиялар жасау және дамыту, мәдениет фестивальдерін өткізу орынды.

Жалпы, жергілікті атқарушы органдар туризм саласындағы орталық уәкілетті органмен өзара іс-қимылды нығайтуы, қысқа мерзімді, ұзақ мерзімді перспективаға арналған туризмді дамытудың өңірлік мастер-жоспарларын қайта қарауы, әзірлеуі, жұмыс істеп тұрған туристік ұйымдар, типтері бойынша орналасу орындары бар инфрақұрылым объектілері, ойын-сауық және өзге де объектілер тізбесін қамитын дерекқорды тұрақты жаңартуы қажет.

Кәсіпкерлермен туризм саласындағы, сондай-ақ сабақтас қызмет салалардағы жұмысты күшейту, жергілікті жерлерде мемлекеттік қолдау құралдарының пәрменді жұмысына ықпал ететін тетіктерді айқындау қажет. Өңірде туристік кадрларды даярлауды басымдықтардың бірі ретінде айқындау, туризм кадрларын даярлауды жүзеге асыратын оқу орындарымен тығыз байланыс жасау.

Сондай-ақ барлық облыстар үшін қызметтің басым бағыттарының бірі халықтың белгілі бір санатының, оның ішінде егде

жастағы азаматтар мен мүмкіндігі шектеулі адамдардың ел ішіндегі туристік қызметтерге қажеттіліктерін қанағаттандыру мүмкіндіктерін қамтамасыз ететін әлеуметтік туризмді дамыту болып табылады. Жеке сектормен және салалық қауымдастықтармен әріптестікте инсентив-туризмді ілгерілету және ел ішіндегі демалыс үшін қызметкерлерді жолдамалармен көтермелеу тетіктерін енгізу қажет. Әлеуметтік туризмді дамыту жөніндегі шаралар әлеуметтік туризмді ұйымдастырушылар үшін экономикалық ынталандыруды және туристік қызметтерді көрсету, әлеуметтік туризм объектілерін құру, реконструкциялау және пайдалану кезінде оған қатысушылар үшін жеңілдіктерді қамтитын болады.

Туристік өнімдер. Әрбір туристік кластер бірнеше туристік өнімдерді әзірлеуді ұйымдастыруға тиіс, бірақ туристік өнімдерді таңдау және басымдықтар беру әр кластердегі әрбір өнімнің даму әлеуеттеріне байланысты. Жалпы, Қазақстан Республикасында туризмнің басты алты өнімін дамыту қажет:

«MICE-туризм», «Мәдени туризм және турне», «Белсенді және қызық оқиғалы демалыс», «Таулар мен көлдердегі демалыс», «Жағажай туризмі» және «Қысқа мерзімді демалыс».

MICE-туризмге іскерлік кездесулер, көтермелеу турлары, конференциялар, көрмелер, іс-шаралар, жұмыс топтарының отырыстары, семинарлар және іскерлік сапарлар кезіндегі бос уақыт бизнес-уәждеріне байланысты ұйымдастырылған сапарлар жатады. Аталған турөнім бойынша Қазақстанға туристік келуді генерациялайтын негізгі елдерге Еуропа, Қазақстан, Қытай және Ресей жатады.

Мәдени туризм және турне – мәдени ескерткіштер және тарихи мұра орындары бойынша ұйымдастырылған және гид алып жүрмейтін турлар. Аталған турөнім бойынша Қазақстанға туристік келуді генерациялайтын негізгі елдерге Қазақстан, Еуропа, Қытай, Ресей, Таяу Шығыс, Үндістан және өңір елдері жатады.

Жағажай туризмі – жағажай аймақтарына сауығу және демалу мақсаттарында келу, сондай-ақ судағы спорт түрлері, қайықпен және яхтамен жүзу (теңіздегі демалыс). Осы турөнім бойынша Қазақстанға туристік келуді генерациялайтын негізгі елдерге Ресей және өңір елдері жатады.

Қысқа мерзімді демалыс – демалыс күнгі турлар, қала және қала маңындағы көрнекті орындарға бару, табиғатта демалу, мәдени ескерткіштер мен тарихи мұра орындары, сондай-ақ ерек-

ше жағдайлар үшін қысқа мерзімді үзілістер (мысалы, бал айы, Жаңа жыл демалысы, жыл сайынғы жиындар және т.б.) сияқты әдетте бір күннен төрт күнге дейін созылатын сапарлар. Аталған турөнім бойынша Қазақстанға туристік келуді генерациялайтын негізгі елдерге Қазақстан, Ресей Федерациясы, Еуропа және Таяу Шығыс жатады.

Келесі төрт-алты жыл ішінде коммерцияландыру үшін толық дайын немесе салыстырмалы түрде оңай екенін ескерсек, алғашқы үш туристік өнім (MICE-туризм, мәдени туризм және турне, сондай-ақ белсенді және қызық оқиғалы туризм) «жылдам әсер» нәтижесінің қатарына жатады.

Қалған үш туристік өнім (таудағы және көлдердегі демалыс, жағажай туризмі және қысқа мерзімді демалыс) «стратегиялық өнімдер» болып табылады, өйткені оларды әзірлеу туризм саласындағы стратегиялық маңызды (ұлттық) жобалар арқылы едәуір инвестицияларды талап етеді, бұл олардың жеті жылдан он екі жылға дейінгі аралықтағы маңыздылығын білдіреді.

Айтылған топтарға енгізілмеген басқа туристік өнімдер – мәдени-танымдық туризм, қасиетті орындарға сапарлар, әлеуметтік, агроэкотуризм, геопарктерді дамыту, сондай-ақ ерекше қызығушылықтар бойынша бірқатар өнімдер. Астана қаласында технологиялық жарақтандырылу деңгейі жоғары және кейбір медициналық қызметтер құны салыстырмалы түрде төмен болатын жоғары сапалы медициналық емханалар паркінің болуын ескере отырып, Астана қаласының қазақстандықтарды ғана емес, сондай-ақ шетелдік азаматтарды да тарта отырып, медициналық туризмді дамыту мүмкіндігі зор. Бұл өнімдер Қазақстан үшін туризмнің бастапқы өнімдері ретінде қарастырылмайды, бірақ өте ерекше салаларда дамытудың белгілі бір мүмкіндіктерін ұсына отырып, осы туристік бағыттарды дамытуға назар аудару қажет.

Ұлттық туристік жобалар. Аталған туризм өнімдерін дамыту ұлттық маңызы бар жобаларды қоса алғанда туризмнің түрлі жобаларын дамыту қажеттілігін білдіреді. Ұлттық туристік жобаларға Қазақстан Республикасының Үкіметі бастамашылық еткен ірі жобалар жатады.

Қазіргі уақытта әзірленіп жатқан ұлттық туристік жобалар – Астана кластеріндегі Бұрабай курорттық аймағы, Алматы кластеріндегі Оңтүстік Қаскелең тау шаңғысы курорты және Көкжай-

лау, Шығыс Қазақстан кластеріндегі Бұқтырма – Қатонқарағай және Батыс Қазақстан кластеріндегі Кендірлі.

Бурабай курорттық аймағы – бұл аумағында бірнеше көлдер, бос уақыт, қабылдау мен кездесулер, сауықтыру іс-шараларын, спа, гольф, атпен серуендеу және қызметтің басқа да түрлерін өткізу объектілері орналасқан жоғары сапалы курорттарды дамыту. Бұл жоба жалпы саны 5020 төсек-орындық пен 4552 резиденциялы 11 қонақ үйі (Rixos Hotel қоса алғанда) бар бес аймақты дамытуды білдіреді.

Басқа объектілерді әзірлеу – конференциялар мен іс-шаралар, сауықтыру және спа-орталықтарын өткізуге арналған үй-жайлар, таза ауада және жабық үй-жайларда спорттық іс-шаралар өткізуге арналған құрылыстар, гольфке арналған алаң, атпен серуендеуге арналған орталық, көл жағасындағы аялақ, киіз үй.

Жобаның жалпы құны шамамен – 1 624 млн АҚШ долларына бағаланған, бұл қаржы 2014 жылдан бастап 2030 жылға дейінгі аралықта кезең-кезеңімен инвестицияланады. «Бурабай» курорттық аймағының жобасы Ақмола облысының Бурабай курорттық аймағын дамытудың жүйелі жоспарында сипатталған.

Оңтүстік Қаскелең – бұл қысқы және жазғы демалыс және әртүрлі қызмет түрлері үшін үлкен халықаралық тау шаңғысы курортын әзірлеу және дамыту. Аталған жоба жалпы сыйымдылығы 28 600 төсек-орындық кенттер/қонақ үйлер, апартаменттер, таунхаус шаледен тұратын 3 аймақты қамтитын туристік инфрақұрылымды дамытуды ұйғарады. Сондай-ақ туристерге қызмет көрсетуге арналған 31 600 шаңғышы үшін 148 шақырымдық шаңғы жолы, 27 тау-шаңғы көтергіші және 4985 тұрақ орын ілеспе объектісі.

Жобаның жалпы құны шамамен 2205 млрд АҚШ долларына бағаланған, ол келесі 20 жыл ішінде кезеңдер бойынша инвестицияланады. «Қаскелең Оңтүстік» жобасы Алматы қаласы тау шаңғысы аймағын дамытудың жүйелі жоспарында сипатталған.

Көк Жайлау – бұл халықаралық сапа стандарттарына сай келетін жыл бойы жұмыс істейтін тау-шаңғы курортын әзірлеу және дамыту. Аталған жоба жолаушылық қанат жолдарын, сондай-ақ курорттың негізгі объектілеріне инженерлік желілерді жүргізуді қоса алғанда Алматы қаласының қала маңындағы халықаралық тау-шаңғысы курортын салуды көздейді. «Көк Жайлау» жобасы Алматы қаласында тау шаңғысы аймағын дамытудың жүйелік жоспарында сипатталған.

Бұқтырма–Қатонқарағай: «Песчанка» курорты – бұл Бұқтырма су қоймасы жағалауындағы демалыс өткізу үшін жоғары сапалы қызмет көрсететін курортты дестинацияны дамыту. Аталған жоба жалпы сыйымдылығы 8476 төсек-орындық 9 қонақ үйді, виллаларды, коттедждер мен таунхаустарды, сондай-ақ яхталарға арналған аймақты, су паркін және спорттық құрылыстарды қамтитын бірнеше аймақты дамытуды ұйғарады.

Жобаның жалпы құны шамамен 365 млн АҚШ доллары (көлік инфрақұрылымы мен коммуналдық шаруашылықты есептегенде), олардың ішінде 2020 жылға дейінгі инвестициялар мөлшері 274 млн АҚШ долларын құрайды (5152 төсек-орынды және аралас тұрақ аймақтары, жолдар мен ландшафтылық дизайн үшін). «Песчанка» жобасы Шығыс Қазақстан облысының туризмін дамытудың кластерлік бағдарламасының мастер жоспарында сипатталған.

«Шыңғыстай» курорты – бұл «Қатонқарағай» мемлекеттік ұлттық табиғи паркінің аумағында қысқы және жазғы демалыс және қызметтің әр түріне арналған таулы курортты дамыту. Аталған жоба жалпы сыйымдылығы 3 266 төсек-орындық 5 қонақ үй, виллалар, коттедждер мен аңшылық үйлерін салуды, тау шаңғысы, спорттық және туристерге қызмет көрсетуге арналған өзге ілеспе құрылыстар салуды көздейді. Жобаның жалпы құны шамамен 159 млн АҚШ долларына бағаланған (тау шаңғысы объектілерін, көліктік инфрақұрылым мен коммуналдық шаруашылықты есептегенде), олардың ішінде 2020 жылға дейін инвестициялар көлемі 106 млн АҚШ долларын құрайды (1 364 төсек-орын және аралас тұрақ аймақтары, жолдар және ландшафтылық дизайны үшін).

«Шыңғыстай» жобасы Шығыс Қазақстан облысындағы туризмді дамытудың кластерлік бағдарламасының мастер-жоспарында сипатталған.

Осы екі курорт Ертіс өзенімен круиз, Алтайға турлар және басқалары сияқты бірлескен туристік өнімдермен және Үлкен Нарындағы ортақ әуежаймен бірге бірыңғай жүйеге біріктірілді.

Кендірлі – жағажай демалысын, сондай-ақ әртүрлі қызмет түрлерін қамтитын жаңа дестинацияны дамыту. Аталған жоба жалпы сыйымдылығы 60 000 төсек-орындық 22 қонақ үй мен 16400 резиденция (оның 40 000-ы туристер үшін және 20 000-ы қызметкерлер мен олардың отбасылары үшін) және келушілерге

қызмет көрсететін қалалық бөлшек сауда орталықтары, ашық аспандағы және жабық үй-жайлардағы спорттық сайыстарға арналған құрылыстар, гольфке арналған 3 алаң, яхталарға арналған аялақ, жергілікті тұрғындарға арналған қоғамдық мақсаттағы түрлі құрылыстар әзірлеуді көздейді. Жобаның жалпы құны шамамен 3,3 млрд АҚШ долларына бағаланады, олардың ішінде 2020 жылға дейін инвестициялар көлемі 1,96 млрд АҚШ долларын (36382 төсек-орын үшін) құрайды. «Кендірлі» жобасы Кендірлі туристік аймағын дамытудың жүйелі жоспарында сипатталған.

ЭКСПО-2017. ЭКСПО халықаралық мамандандырылған көрмесі – бұл индустрияландырудың символы және техникалық әрі технологиялық жетістіктерді көрсетуге арналған ашық алаң болып табылатын ірі халықаралық іс-шара.

ЭКСПО-2017 өткізу Қазақстан Республикасы мен оның елордасының халықаралық деңгейде айтарлықтай ілгерілеуіне ықпал етеді. Алайда аталған көрмені ұйымдастырушы елдердің тәжірибесіне салыстырма талдау аталған оқиғаның іскерлік табысы көбінесе ішкі нарыққа байланысты екенін көрсетеді.

Астана қаласында толымдылық деңгейі халықаралық стандарттың орташа көрсеткіштен төмен 5000-ға жуық қонақ үй нөмірлері бар екенін ескерсек, жұмыс істеп тұрған және әзірленіп жатқан жобаларды есептемегенде, ЭКСПО-2017 қарсаңында орналастыру орындарына шамамен қажеттілігі: 3 750 қонақ үй нөмірі (қазір құрылысы басталғандарды есептемегенде), 2200 пәтер, студенттер жатақханаларындағы 1000 нөмір, жастар кемпингісінен/киіз үйлеріндегі 1000–1500 нөмір.

ЭКСПО-2017 ұйымдастыруға байланысты күш-жігер жеткіліксіз туристік инфрақұрылым құруға, өзгерістер енгізуге және Қазақстанның туристік өнімінің бәсекеге қабілеттілігін арттыруға қатысты негізгі міндеттерді шешуге: елге келу шарттылықтарын жеңілдету, туристік және көліктік инфрақұрылымды құру, кәсіби оқытуды ұйымдастыру және туризм секторы үшін адами ресурстарды дамыту тартымды бағалармен қамтамасыз ету мүмкіндігі және дестинацияны басқарудың тиімді моделі және т.б. бағытталуы тиіс.

Қолда бар аталған төрт жүйелі жоспар мен мастер-жоспарда айқындалған туристік жобалардан басқа, туристік өнімдерді болжамды дамыту ұлттық маңызы бар бірнеше басқа туристік жобаларды дамыту қажеттілігін білдіреді.

Инфрақұрылым

Көліктік инфрақұрылым. Туризм индустриясының табысты дамуы кластер ішіндегі және сыртындағы туристік қызығушылық орындарымен байланыстыратын жоғары сапалы және дамыған көліктік жүйенің болуына негізделеді. Әуе көлігі туризм индустриясын дамытуда маңызды рөл атқарады, өйткені ол кіру туризмі үшін көліктің негізгі түрі болып табылмақ.

Әуе көлігін дамыту үшін мынадай іс-шаралар ұсынылады:

1) жұмыс істеп тұрғандарын жетілдіру және жаңа (үлкен емес) әуежайлар мен Қазақстан Республикасының Мемлекеттік шекарасы арқылы өткізу бекеттерін, сондай-ақ тікұшақ алаңдарын жетілдіру;

2) әуе тасымалына қолжетімді баға ұсыну және жаңа әуе маршруттарын әзірлеу есебінен қолданыстағы ішкі әуе маршруттарына арналған рейстердің толығын арттыру.

Әуе көлігін дамыту жөніндегі жобалар мынадай іс-шараларды қамтиды, бірақ мұнымен шектеліп қалмайды:

1) өткізу қабілетін арттыру мақсатында Астана, Алматы және Шымкент қалаларындағы әуежайларды кеңейту;

2) Өскемен қаласындағы әуежайды жетілдіру;

3) Маңғыстау облысы Қарақия ауданының «Кендірлі» курорттық аймағында және Шығыс Қазақстан облысы Қатонқарағай ауданының Үлкен Нарын кентінде әуежайлар салу;

4) Шығыс Қазақстан облысының «Песчанка» курорты жанында гидроұшақтарға арналған қону орындарын салу;

5) Өскемен, Риддер және Ақтау қалаларында, Шерқала тауында және «Кендірлі» курортында тікұшақ алаңдарын салу.

Теміржол көлігі елдің тауарлық нарығының жұмыс істеуі мен дамуында және туристер мен халықтың жүріп-тұру қажеттілігін қанағаттандыруда маңызды рөл атқарады. Теміржолдардың негізгі рөлі басты кластерлерден туристік орталықтарға дейін үлкен арақашықтықта тасымалдаулармен айқындалады.

Жолаушылар көлігінің басқа түрлерімен салыстырғанда теміржол көлігінің неғұрлым маңызды болып табылатын бірқатар басымдықтары бар:

1) жыл, тәулік уақыттарына және ауа райына қарамастан тасымалдаулардың жүйелілігі;

2) тасымалдау құнының басқа көлік түрлерімен тасымалдау құнымен салыстырғанда жоғары еместігі.

Теміржол көлігін дамыту үшін мынадай іс-шаралар ұсынылады:

1) жұмыс істеп тұрғандарын жетілдіру және жаңа теміржолдар салу;

Астана, Алматы, Ақтау, Өскемен, Шымкент, Қызылорда, Шу, Шортанды, Қапшағай, Байқоңыр қалаларындағы, Жаңаөзен кентіндегі, сондай-ақ шекара станцияларының (Қазақстан Республикасының Мемлекеттік шекарасы арқылы өткізу пункттерінен) басқа кластерлік орталықтардағы және туристік қызығушылықтың басты орындарындағы жұмыс істеп тұрған теміржол вокзалдарының инфрақұрылымын жетілдіру;

2) қалалар арасындағы жол жүру ұзақтығын қысқарту мақсатында жаңа (жоғары жылдамдықты) пойыздарды пайдалану;

3) алыс шет елдермен халықаралық қатынас ашуды қамтитын маршруттарды кеңейту.

Автомобиль көлігін дамыту үшін мынадай іс-шаралар ұсынылады:

1) жұмыс істеп тұрғандарын жақсарту және Қазақстан Республикасының Мемлекеттік шекарасы арқылы өткізудің жаңа пунктерін, кластерлік орталықтарда және туристік қызығушылықтың басты орталықтарында автовокзалдар мен автобус аялдамаларын салу;

2) осы жолдарда демалуға арналған аялдамаларды қоса алғанда, (Қазақстан Республикасының Мемлекеттік шекарасы арқылы өткізу пункттерінен бастап) кластерлік орталықтар мен туристік қызығушылықтың басты орындарын байланыстыратын жұмыс істеп тұрғандарын жетілдіру және жаңа республикалық және өңірлік маңызы бар автомобиль жолдарын салу.

Реконструкциялауға жататын автомобиль жолдарының бастапқы тізімі:

1) Астана қаласы – Қорғалжын кешені;

2) Алматы қаласы – Тамғалы;

3) Алматы қаласы – «Алтын Емел» мемлекеттік ұлттық табиғи паркі;

4) Алматы қаласы – Алматы қаласы маңындағы таушаңғысы аймақтары;

5) Өскемен қаласы – «Песчанка» курорты;

6) Өскемен қаласы – Қатон-қарағай мемлекеттік ұлттық табиғи паркі;

- 7) Өскемен қаласы – Риддер қаласы;
- 8) Шымкент қаласы – Оңтүстік Қазақстан кластерінің қызығушылық танытатын басты орындары;
- 9) Ақтау қаласы – Шерқала тауы;
- 10) Ақтау қаласы – Қарақия–Қаракөл мемлекеттік табиғи қорығы;
- 11) Ақтау қаласы – Кендірлі курорты;
- 12) Алматы қаласы – «Көлсай көлдері» мемлекеттік ұлттық табиғи паркі.

Кластерлердің даму шамасына қарай аталған тізім өңірлік мемлекеттік органдармен және Қазақстан Республикасы Көлік және коммуникация министрлігінің келісімімен нақтылануы және толықтырылуы мүмкін.

Автомобиль көлігін дамыту жобалары мынадай іс-шараларды қамтиды, бірақ мұнымен шектеліп қалмайды:

- 1) «Батыс Еуропа – Батыс Қытай» халықаралық көлік дәлізінің, сондай-ақ жол бойы инфрақұрылымы объектілерінің құрылысын аяқтау;
- 2) Алматы қаласының айналасындағы айналма автожол құрылысын аяқтау;
- 3) Бурабай кентіндегі, Шортанды, Қарағанды, Алматы, Қапшағай, Өскемен, Риддер, Қызылорда, Байқоңыр, Шымкент, Тараз және Ақтау қалаларындағы, Шығыс Қазақстан облысындағы «Песчанка» және «Шыңғыстай» курортындағы орталық автовокзалдардың инфрақұрылымын жетілдіру;
- 4) Қорғалжын кентіндегі және Тамғалыдағы автобус аялдамаларын жетілдіру.

Су көлігін дамыту үшін жұмыс істеп тұрған порттарды жетілдіру және жаңаларын салу, оның ішінде «Песчанка» курортындағы портты және Ертіс өзенінің бойындағы басқа да порттарды, сондай-ақ Ақтау қаласындағы портты реконструкциялау ұсынылады.

Ішкі көлікті дамыту үшін мынадай іс-шаралар ұсынылады:

- 1) автобус аялдамаларын жаңғырту және Астана, Алматы, Өскемен, Шымкент, Ақтау, Қарағанды, Семей, Қызылорда, Тараз және басқа қалаларды қазіргі заманға сай қалалық автобустармен қамтамасыз ету арқылы жұмыс істеп тұрған жергілікті автобустық қызметтер көрсетуді жетілдіру;
- 2) Астана және Алматы қалаларында шолу экскурсияларына және шопинг-саяхаттарға арналған туристік автобус маршруттарын ашу;

3) такси түруға арналған белгілері бар аялдамалармен қамтамасыз етуді ескеретін, жергілікті такси қызметтері сапасының стандарттарын айқындау және енгізу, такси белгісі бар жаңа автомобильдер, сондай-ақ басымды түрде Астана, Өскемен, Шымкент және Ақтау қалаларында, сондай-ақ такси қызметі бар немесе талап етілетін туристік қызығушылықтың барлық басты орындарында жол жүру сапасы мен бағасының сәйкестігі.

Сондай-ақ қазіргі заманғы стандарттар (көрсеткіштер және маңдайша жазулар, тротуарлар, кіші сәулет нысандары, қоғамдық дәретханалар, мүмкіндігі шектеулі адамдар үшін абаттандыру элементтері) негізінде ірі қалаларда, кластерлік орталықтарда, сондай-ақ жұмыс істеп тұрған курорттық аймақтарда көше инфрақұрылымын дамыту бағдарламаларын әзірлеу ұсынылады.

Осындай бағдарламаны әзірлеу ЭКСПО-2017 өткізуге дайындық шеңберінде Астана қаласы үшін ерекше маңызды.

Сонымен бірге көліктің балама түрлерін дамыту және тиісті инфрақұрылымды, оның ішінде газбен жүретін электромобильдер мен автомобильдер үшін жел және күн энергиясын пайдаланатын автономды жанармай құю бекеттері желісін салу арқылы көлік секторына «жасыл» технологияларды енгізуге ерекше назар аудару қажет.

Көлік секторында энергия үнемдеу және энергияның тиімділігін арттырудың негізгі шаралары энергия тиімді көлік инфрақұрылымын дамыту, теміржол және жергілікті қоғамдық көлікті таза отынға (газ және электр) ауыстыру есебінен оның тиімділігін арттыру болып табылады.

Сонымен қатар жаңа буынның жол инфрақұрылымы қоғамдық көлікті, электромобильдерді, велосипед тебуді және жаяу серуендеуді белсенді пайдалану үшін жағдай жасайтын болады.

«Жұмсақ» инфрақұрылым. «Жұмсақ» инфрақұрылымға туристік дестинацияның туристік бәсекеге қабілеттілігін арттыратын, туристер мен инвесторларға жоғары сапалы ақпарат ұсынуды, туризм мен қонақжайлылық саласындағы мамандарға білім беру мен оларды даярлаудың жоғары деңгейін қамтамасыз етуді қамтитын қымбат емес, бірақ өте маңызды жобалар мен іс-шаралар жатады.

Ақпараттық ортаға жататын жобалар мен іс-шаралар мыналарды қамтиды, бірақ мұнымен шектеліп қалмайды:

1) әуежайларда, теміржол вокзалдарында, орталық автовокзалдарда, сондай-ақ автомагистральдар бойында тегін туристік ақпаратты, брондау мүмкіндіктерін, кәдесыйлар, кітаптар мен карталар сатып алу мүмкіндіктерін ұсынатын сапар орталықтары;

2) сапар орталықтарымен салыстырғанда аз көлемде, негізінен, ашық аспан аясында және белгілі бір туристік көрнекі орындарда ірі іс-шараларды өткізу уақытында тек туристік ақпарат ұсынатын ақпараттық бюро;

3) туристік көрнекіліктің негізгі орындарында, қонақ үйлердегі және басқа да орналастыру орындарындағы, әуежайлардағы, теміржол вокзалдарындағы, орталық автовокзалдардағы, порттардағы, сондай-ақ туристік қызықтыратын басқа да орындарындағы туристік көрсеткіштер;

4) кепілдік берілген бағдарламалар – туристік дестинация ұсынатын мәдени, экскурсиялық және басқа да бағдарламалар;

5) туристік көрнекілік, дестинация қызметтері мен өнімдер топтамасын ұсынатын дестинация карталары;

6) дестинация сұранысын (мысалы, келушілердің қанағаттану деңгейі), ұсыныстарды (мысалы, қонақ үйдегі қызмет көрсету) бәсекелестерді, өнімдерді және т.б. зерттеу қызметі;

7) туристік индустрияны дамытуға тартылған мүдделі тараптар – қонақ үйлер және басқа да орналастыру орындары, туристік көрнекілік мейрамханалары, туроператорлар, әуе желілері, жергілікті атқарушы органдар, университеттер, бұқаралық ақпарат құралдары және басқалары арасындағы әріптестік;

8) семинарлардың, ақпараттық брошюралар мен туризмді дамытудың жағымды нәтижелерін көрсететін басқа да іс-шаралардың көмегімен жергілікті халықтың туристерге деген оң қарым-қатынасын қалыптастыру;

9) Қазақстан Республикасының туризм индустриясын дамытуға отандық, сол сияқты шетелдік инвесторларды тарту.

Тұжырымдамада ұсынылып отырған туризм саласы үшін кадрлар даярлау жөніндегі жобалар мен іс-шаралар туризм саласындағы жоғары, техникалық және кәсіптік білімді, сондай-ақ тренингтерді одан әрі дамыту, кәсіби оқыту жүйелерін және туризм индустриясы мен қонақжайлылық мектептерін қолдау мүмкіндігін қарауды көздейді.

Туристік жобаларды іске асырған жағдайда кадрларға қосымша қажеттілікті кадрларды қысқа мерзімді даярлықтан өткізу оқу

орталықтарында қайта даярлау және олардың біліктілігін арттыру есебінен, оның ішінде Астана қаласында ЭКСПО-2017 Халықаралық мамандандырылған көрмесін өткізуге дайындық аясында толықтырған жөн.

Ұлттық туристік кластерлерді дамыту. Туризмді дамыту контексінде бәсекеге қабілетті кластерлерді құрудағы түйінді бағыттар имидждік стратегияны іске асыру және «жұмсақ» инфрақұрылымды дамыту болып табылады, ол мынаны білдереді:

- 1) туристік брендті әзірлеу және туризмді ел ішінде, сондай-ақ шетелде де жылжыту;
- 2) халықаралық туризм мектебі бар біріккен кәсіпорындар мен қонақ үй бизнесін құру;
- 3) конференц-бюро құру;
- 4) іс-шараларды кәсіби деңгейде дамыту;
- 5) аумақтарды туристендіру;
- 6) құзыреттілік деңгейін және қызмет көрсету саласында көрсетілетін қызмет сапасын арттыру бөлігінде ШОБ-ты дамытуды қолдау;
- 7) туризмді дамытуда мәселелерді шешу саласында өңірлік билік органдарына талдамалық қолдау көрсету.

Имидждік стратегия. Имидждік стратегияны дамыту шеңберінде мынадай шараларды шешу мүмкіндігін қарастыру:

- 1) халықаралық нарықтарда жұмыс істеу үшін туристік бренд әзірлеу, сондай-ақ іздестіру маркетингі (SEM) арқылы ақпаратты, мамандандырылған вебсайттардағы баннерлерді, мобильді жарнаманы орналастыруды, Веб (Web) 2.0 құралдарын жылжытуды қоса алғанда, интернет-маркетинг, сондай-ақ Қазақстан бойынша барлық туристік ұсыныстарды көрсететін және онлайн-брондау функциясын ұсынатын мамандандырылған онлайн-тұғырнама құру;
- 2) негізгі нарықтарда Қазақстанның туристік өкілдіктерін ашу. Бірінші кезеңде Ресейде, Гонконгте бір өкілдік және Батыс Еуропа елдері үшін біреуін ашу ұсынылады, кейіннен азиялық нарықты анағұрлым толық қамту, сондай-ақ Еуропадағы өкілдіктер санын ұлғайту жоспарланады;
- 3) қазақстандық туристік компаниялардың өз туристік өнімдерін халықаралық нарықта, оның ішінде халықаралық туристік көрмелерге қатысуын ішінара субсидиялау есебінен ілгерілетуіне қатысуын ынталандыру;

4) Қазақстанның туристік өнімдерін ақпараттандыру және жылжыту мақсатында көшпелі іс-шараларды, оның ішінде бұқаралық ақпарат құралдарының өкілдері мен туризм индустриясының шетелдік кәсіпқойлары үшін Қазақстан бойынша таныстыру турларын ұйымдастыру.

Туризм – мемлекеттік қолдауды қажет ететін сала. Қазақстан Республикасында маңызды мемлекеттік туризмді дамытудың көптеген бағдарламалары болды. Солардың бірегейі – Қазақстан Республикасындағы туризм индустриясын дамытудың 2020 бағдарламасы. Осы бағдарлама туралы аталмыш тақырыпта студенттер толықтай мәлімет ала алады.

Бақылау сұрақтары:

1. Қазақстандағы басқа қандай мемлекеттік бағдарламаларды білесіз?
2. Мемлекеттік қолдау туризм саласында қаншалықты маңызды деп ойлайсыз?
3. Туристік кластерлердің құрудың маңыздылығы қандай?
4. Ұлттық туристік кластерді дамытудағы түйінді бағыттар.

ҚОРЫТЫНДЫ

Адамның өзін қоршаған ортасын жан-жақты деңгейде тану үдерісі саяхатпен байланысты. Сауда қарым-қатынасын орнату қажеттілігі адамдарды бұрын барып көрмеген жерлерге сапар шектіруге мәжбүр етті. Саяхаттар мен олардың рөлдері туралы алғашқы мәліметтер біздерге ұлы мәдениеттердің пайда болуы туралы мифтерден, аңыздардан, библиялық жазбалардан және көне авторлардың деректерінен жеткен.

Саяхат индустриясы – қонақжайлылық қызметтің дамуы мен саяхаттардың дамуының негізі.

Туризм индустриясы әлемдік шаруашылықта жоғары пайда әкелетін ең маңызды салалардың бірі және қазіргі уақытта өте қарқынды дамуда. Бұған дәлел әлемдік ұлттық өнімнің 10-12%-ын, әлемдік инвестицияның 7%-ын, әрбір 16-ншы жұмыс орнын, 11% әлемдік тұтыну шығындарын, 5% салық түсімдерін, 30-35% халықаралық сауда қызметін құрайды. Туризм валюталық кірістердің мемлекеттің бюджетіне түсуін қамтамасыз етеді.

ДТҮ болжамы бойынша 2020 жылы туристердің жалпы саны 1 млрд 602 млн адамға жетеді дейді. Еуропа өз лауазымын сақтап тұрады (жалпы келу саны – 44,8%), Азия Тынық мұхит аймағы екінші орынға шығады (27,3%), ал дәстүрлі өз орнын Америка алады (17,7%).

ДТҮ өз классификациясында туристерді жеткізуші елдерді (Германия, АҚШ, Жапония, Ұлыбритания, Франция, Италия, Австрия, Нидерланды, Канада) және негізгі туристерді қабылдаушы елдерді анықтайды.

Туристерге көліктік қызмет көрсету – туризм өндірісінің құрамдас бөлігінің бірі. 1990 жылға дейін өзіне автокөлік, сулы, теңіз, теміржол және әуе транспортын қосатын және ішінде халықаралық туризмнің қажеттілігін қамтамасыз ететін туризмнің біртұтас транспорттық жүйесі болған. Туристік қызметтер құрылымында транспорттық қызмет көрсету үлесі 40% құрайды. Көліктің туризмдегі рөлі өте үлкен екеніне көз жеткізе отырып, көліктің қандай түрі туристерге ең қолайлы, ең комфортты және аз уақытты қажет ететініне жауап табуымыз керек.

Халықаралық тәжірибе туризмді дамытуды инфрақұрылымдық қамтамасыз етуде атқарушы биліктің белсенді рөлі сәттілік-

тің елеулі факторларының бірі болып табылады. Туризмді дамытуды мемлекеттік қолдаудың түрлері сан алуан, алайда бірқатар белгілері бойынша Қазақстанның қазіргі жағдайына сәйкес келетін кейбір мысалдарды бөлуге болады:

- экономикаға тікелей қатысу арқылы елді жаңғыртудағы мемлекеттің белсенді рөлі;
- шалғай орналасуынан, инфрақұрылымның жоқ болуынан және туризмнің осы түрі бойынша ішкі нарықтың дамымағандығынан курорттық аймақтардың өздігінен дамуының болмауы.

Туризм саласын дамытудың негізгі индикаторлары келуші туристердің саны, тәуліктік төсек-тәулік саны, сондай-ақ туристік қызметтен түсетін табыс көлемі болып табылады. Осы тұжырымдаманың мақсаттары мен міндеттеріне қол жеткізу дамытудың әрбір кезеңінде туризмді дамыту индикаторларын арттыру арқылы айқындалады.

Оқу құралының бірінші тарауында алғашқы саяхаттардың ұйымдастырылу ерекшеліктері, олардың басталу тарихы мен мақсаты сипатталады. Сонымен қатар әртүрлі әлемдік өркениет орталықтарындағы саяхатшылардың саяхаттары туралы шағын мәліметтер келтіріледі. Саяхат индустриясы ұғымына және құрылымына анықтама беріледі. Ұлы географиялық ашылулар және ондағы саяхатшылардың еңбектері айтылып, Колумб, Америго Веспуччи, Васко да Гама сияқты саяхатшылардың саяхаттары туралы мәліметтер келтіріледі. Ұлы географиялық ашылулардың саяхат индустриясымен байланысы және әсері қарастырылады. Ал тараудағы «Ерте және орта ғасырдағы Еуропа елдеріндегі саяхат индустриясының құрылымдық ерекшеліктері» деген тақырыпта ерте және орта ғасырдағы Еуропа мемлекеттеріндегі саяхат индустриясының құрылу және даму тарихы сипатталады.

XIX-XX ғасырлардағы Еуропадағы саяхат индустриясының дамуына, сол ғасырлардағы саяхат индустриясының дамуына әсер еткен факторларға, осы аймақта құрылған алғашқы туристік ұйымдарға сипаттама осы тараудан табылады. Сонымен қатар ТМД немесе бұрынғы КСРО аумағында туризмнің дамуы мен қалыптасу кезеңдері, оның ішінде Ресейдегі туризм дамуы аталмыш тарауда толықтай баяндалған.

Екінші тарауда 2020 жылдарға ДТҮ-ның алдын ала жасалған болжамдары мен статистикалық мәліметтері ашық көрсетілген.

ТМД елдеріндегі туризм саласындағы ынтымақтастық, осы елдер арасындағы өзара байланыс пен туристік ағын туралы мәліметтер толықтай қарастырылған.

Туристік саяхаттарды тасымал құралдарынсыз елестету мүмкін емес. Тарауда тасымал құралдарының түрлеріне, жіктемесі және көлік түрлері бойынша саяхат ұйымдастыру барысындағы ерекшеліктерге мұқият тасымал және көлік саласындағы басты ұйымдарға сипаттама берілген.

Негізінен саяхат индустриясының дамуы – қонақжайлық индустрияның немесе өзімізге белгілі қонақ үйлердің дамуымен байланысты. Әлемдік сахнадағы танымал қонақ үй желілерімен жақын танысуға мүмкіндік бар. Себебі саяхат индустриясы – күрделі экономикалық құрылым.

Екінші тарау Қазақстандағы саяхат индустриясының даму, қалыптасу кезеңдеріне арналған. Мұнда сонау ертедегі Қазақстан жеріндегі саяхаттардан бастап, КСРО және тәуелсіздік алғаннан кейінгі Қазақстан туризмінің дамуы сипаттала отырып, туризмді мемлекеттік қолдаудағы қазақстандық бағдарлама баяндалады.

ӘДЕБИЕТТЕР

1. Берн Ж. История великих путешествий: в 3 кн.: пер. с франц. – М., 1993.
2. Гумбольдт А. Картины природы. – СПб., 1900.
3. Дарвин Ч. Путешествие натуралиста вокруг света на корабле «Бигль». – М., 1983.
4. Квартальнов В.А. Гуманитарные проблемы развития туризма: история и современность. – М., 1998.
5. Крючков А.А. История международного и отечественного туризма. – М., 1999.
6. Алимбетов У.С., Койшинова Г.К., Калиева А.Е. Халықаралық туризмнің тарихы. – Өскемен, 2010. – 71 б.
7. Вуколов В.Н. История и теория международного туризма. – Алматы, 2002. – 221 с.
8. Долженко Г.П. История туризма в дореволюционной России и СССР. – Ростов-на-Дону, 1988.
9. Ердаuletов С.Р. История туризма. Развитие и научное изучения. – Алматы, 2003. – 215 с.
10. Накатков Ю.С. История туризма Казахстана. – Алматы, 2001. – 196 с.
11. Шаповал Г.Ф. История туризма. – Минск, 1999. – 303 с.
12. Биржаков М.Б. Введение в туризм. – М. – СПб., 1999. – 192 с.
13. Воронкова Л.П. История туризма и гостеприимства. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2004. – 304 с.
14. Дворниченко В.В. Развитие туризма в СССР (1917–1983 г.). – М., 1985.
15. Ердаuletов С.Р. География туризма: история, теория, методы, практика. – Алматы, 2000. – 336 с.
16. Усыскин Г.С. Очерки истории российского туризма. – СПб., 2000. – 224 с.
17. Соколова М.В. История туризма. – М., 2002. – 352 с.
18. Бирицкая Н.М. Туроперейтинг. – Минск: БГЭУ, 2007.
19. Квартальнов В.А. Туризм. – М.: Финансы и статистика, 2007.
20. Магидович И.П., Магидович В.И. Очерки по истории географических открытий: в 5 т. – Т.4. – М., 1985.
21. Авчинкин Д.В. Международные перевозки. – Минск, 1999.
22. Буравлев Ю.В., Павлова Е.И. Безопасность жизнедеятельности на транспорте. – М., 1999.
23. Волкова Л.П. Организация перевозок на воздушном транспорте. – М., 1998.
24. Биржаков М.Б., Никифоров В.И. Индустрия туризма: перевозки. – СПб., 2011.
25. Калашников И. «Мастер – тур» облегчит работу туристских фирм // Туринфо. – №14. – 2007.
26. Бардин К.В. Азбука туризма. – М., 1973.
27. Горностаев И. Новые автоматизированные системы бронирования авиаперевозок // Туринфо. – 1997. – №7.
28. www.coral.ru.

29. Джеймс Ф. Авиаперезовки в туризме // Мир деловой книги. – 1999.
30. Сенин В.С. Организация международного туризма. – М.: Финансы и статистика, 2005. – С. 23.
31. Квартальнов В.А. Туризм. – М.: Финансы и статистика, 2004.
32. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности: учебник. – М.: Финансы и статистика, 2005. – С. 10–11.
33. Здоров А.Б. Экономика туризма: учебник. – М.: Финансы и статистика, 2004. – С. 79.
34. Планирование на предприятии туризма / Е.И. Богданов, О.Н. Кострюкова, В.П. Орловская. – СПб.: Бизнес-пресса, 2004.
35. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 256 с.
36. Основы туристской деятельности / сост. Ильина Е.И. – М.: Советский спорт, 2002. – 200 с.
37. Гаврильчак И.Н. Основные принципы организации и развития международного туризма. – СПб.: СПб. гос. ин-т сервиса и экономики, 2001. – 173 с.
38. Скобкин С.С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе: учебное пособие. – М.: Юристъ, 2001.
39. Биржаков М.Б. Введение в туризм. – Волков Ю.Ф. Введение в гостиничный и туристический бизнес. – Ростов н/Д., 2003.
40. Гаранина Е.Н. Гостеприимство – динамичная индустрия // Парад отелей. – №6. – 2004.
41. Гостиничная деятельность и понятие «гостиничного продукта» // Материалы, подготовленные группой консультантов–методологов ЗАО «Интерком–Аудит».
42. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Туризм как вид деятельности. – М.: Финансы и статистика, 2001.
43. Лайко М.Ю., Родионов А.С. Еще раз о кадрах. Кто прав: отели или вузы? // Парад отелей. – №2. – 2006.
44. Ляпина И.Ю. Гостиничное дело. Организация и технология гостиничного обслуживания. – М.: Издательский центр «Академия», 2002.
45. Ляпоров В.Н. Франчайзинг: модель для сборки // Бизнес журнал. – №22. – 2003.
46. Мацкивская Ю. Что к чаю? // Торговое оборудование в России. – №8. – 2004.
47. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: пер. с англ. – М.: Дело, 1992.
48. Қазақстан Республикасы Туризм индустриясын дамытудың 2020 бағдарламасы. – 2013.

ГЛОССАРИЙ

- Саяхат* – адамдардың уақыт пен кеңістікте қозғалуы, ал өзінің мақсатына, қозғалыс құралына және уақыт аралығына тәуелсіз саяхатта жүретін адамды саяхатшы деп атайды.
- Туризм* – адамдардың демалу, емделу, қонақтық, танымдық немесе кәсіби-іскерлік мақсаттарымен өзінің тұрақты мекенінен басқа елге не өзінің елі шегіндегі орындарға уақытша қозғалысы.
- Туризм* – жеке тұлғалардың ұзақтығы жиырма төрт сағаттан бір жылға дейін, не жиырма төрт сағаттан аз, бірақ уақытша болған елде (жерде) ақы төлейтін қызметпен байланысты емес мақсатта түнеп өтетін саяхаты.
- Халықаралық туризм* – Қазақстан Республикасының аумағында шетел туристеріне туристік қызмет пен туристік өнімді (келу туризмі) және шетелде туристік қызмет пен туристік өнімді ұсынумен (шығу туризмі) байланысты туризм сферасындағы кәсіпорындардың жүйеленген және мақсатқа бағытталған қызметі.
- Гранд-тур* – қалталы адамдардың континентке сапарға шығуы; гранд-тур білім алуға, Жерорта теңізіне, өркениет көздеріне баруға мүмкіндік береді. Ол адамды білімді деп тануға қажет болып табылады.
- Туризм географиясы* туризмнің аймақтық ұйымдастырылуын зерттейтін ғылым, оның пәні кеңістіктік туристік құбылыстардың және олармен байланысты кеңістікті өзгертетін және ауыстыратын процестердің нысандарын және арақатынастарын талдау және синтездеу болып табылады.
- Туристік аймақ* – демалысты, оқу процесін немесе емделуді ұйымдастыруға қажетті арнайы құрылғылары және қызметтерінің үлкен торабы бар аймақ.
- Туристік ұйым* – туристік аймақта координатор қызметін өзіне алатын басқарудың ұйымдастырушылық құрылымының ерекше түрі.
- Рекреация* – адамның еңбек процесінде жұмсаған күштерін қайта қалпына келтіру (физикалық, интеллектуалды және эмоционалды).
- Тур* – белгіленген мерзімдер шеңберінде белгілі бір маршрут бойынша жасалатын саяхатты қамтитын туристік қызмет көрсетулер кешені.
- Турист* – жиырма төрт сағаттан бір жылға дейінгі мерзім кезеңінде уақытша болатын елді (жерді) аралап көретін және ақылы қызметпен айналыспай сол елде сауықтыру, танымдық, кәсіби-іскерлік, спорттық, діни және өзге де мақсаттарда кемінде бір рет түнеп шығатын жеке тұлға.
- Туристік индустрия* – бұл туроператорлық және турагенттік қызметті жүзеге асыратын ұйымдардың, қозғалыс құралдар, көлік құралдар, тамақтану объектілерінің жиынтығы.
- Туристік ресурстар* – туристік көрсету объектілерін қамтитын табиғи-климаттық, тарихи, әлеуметтік-мәдени, сауықтыру объектілері, сондай-ақ туристердің рухани қажеттерін қанағаттандыра алатын, олардың дене күшін қалпына келтіріп, дамытуға жәрдемдесетін өзге де объектілер.
- Қалалық тасымал* – автобустармен және жеңіл автомобильдермен жүзеге асады.

- Қала маңы тасымалы* қала маңы аудандарымен және қала маңы елді мекендерімен байланыстырады.
- Жергілікті тасымал* – ауылдық елді мекендерде жолаушыларға қызмет көрсету.
- Қалааралық тасымал* жолаушыларды қала шетінен 50 км қашықтықтағы қалалармен байланыстырады.
- Халықаралық автомобиль тасымалы* екі немесе одан да көп мемлекетпен байланыстырады.
- Экскурсиялық тасымал* – экскурсия мазмұнына байланысты алдын ала жасалып, келісілген экскурсияны қамтамасыз етуге арналған.
- Туристік тасымал* – ұйымның немесе жеке тұлғалардың алдын ала жасалып, келісілген маршрут бойынша туристік қатынасқа арналған.
- Қызметтік тасымал* жұмысшылар мен қызметкерлерді жұмыс орнынан тұрғылықты жерлеріне дейін немесе кері бағытта орындайтын тасымал.
- Оқушылар тасымалы* – арнайы маршрутпен жасалған оқушыларды тасымалдауға арналған тасымал.
- Маршрутты тасымалдар* – бекітілген кесте бойынша арнайы маршруттармен тасымалдау.
- Тапсырысты тасымал* – ұйымдар мен мекемелердің және т.б. келісімшарт немесе жеке тапсырыстар бойынша орындалатын тасымал.
- Тікелей аралас* – тасымал автобус көлігінің басқа да жолаушы көліктерімен орындалуы.

ЖЫЛНАМА

- 1106-1108 ж.** Даниилдың Русьтен Иерусалимге қажылығы.
- 1160-1163 ж.** В. Тудельскийдің Сирина Палестинаға және Иерусалимге саяхаты.
- 1221-1224 ж.** Чан Чунь Пекиннен Кабулға жүріп өтті.
- 1245-1247 ж.** Д.П. Карпинидің Франциядан Шара-Ордаға (ұлы ханның ұлысы) сапары.
- 1253-1256 ж.** Г. Рубруктің Франциядан Алтын Ордаға саяхаты.
- 1271-1285 ж.** Марко Полоның Венециядан Хан-балыққа (Пекин) саяхаты.
- 1316-1330 ж.** Одориконың Порденонеден Мадрастан Суматра аралы мен Қытайға жүзуі.
- 1338-1353 ж.** Д. Мариньоллидің Волгадан Пекинге дейінгі саяхаты.
- 1364 ж.** А. Абакумович пен С. Ляпа Обь өзені бойымен Ямал жарты аралына дейін жүріп өтті.
- 1379 ж.** Стефан Пермский Мәскеуден Котласқа дейін жүріп өтті.
- 1389 ж.** Митрополит Пимен Мәскеуден Иерусалимге қажылық жасады.
- 1403-1404 ж.** Чжэн Хэнің Үнді мұхиты бойымен жүзіп өтуі.
- 1419-1444 ж.** Н. Контидің Сириядан Үндістанға жүзуі.
- 1420 ж.** Зосима Мәскеуден Иерусалимге дейін жетті.
- 1436 ж.** митрополит Исидордың Мәскеуден Флоренцияға саяхаты.
- 1466-1472 ж.** А. Никитиннің Үндістанға «кезбесі».
- 1482-1486 ж.** Д. Кан Эльминнан (Судан) Крос мүйісіне дейін жүзіп өтті.
- 1483 ж.** Ф. Курбский мен И. Салтык Травин Котластан Обьке жүріп өтті.
- 1487-1488 ж.** Б. Диаш Лиссабоннан Добрая Надежда мүйісіне дейін жүзіп өтті.
- 1487-1492 ж.** П. Ковильян Гоадан (Үндістан) Көне Ормузға дейін жүзіп өтті.
- 1492-1493, 1493-1496, 1498-1500, 1502-1504 ж.** Х. Колумбтың Америка жағалауларына саяхаттары.
- 1496 ж.** Г. Истома Холмогордан Данияға дейін жүзіп өтті.
- 1497 ж.** Д. Зайцев пен Д. Радев Таллиннан Рыбачий жарты аралына дейін жүзіп өтті.
- 1497-1499 ж.** Васко да Гама Үндістанға жетті.
- 1499-1500 ж.** А. Охеда және А. Весдуччи Үлкен Антиль және Багам аралдарын зерттей отырып, Кадистен Кариб теңізіне дейін жүзіп өтті.
- 1500-1501 ж.** П.А. Кабрал мен Д. Диаш Үндістанға жүзіп барды.
- 1500 ж.** Гашпар Кортириалы мен Мигел Лиссабоннан эскимостарға дейін жүзіп өтті.
- 1501-1502 ж.** Америго Веспуччи Лиссабоннан Оңтүстік Америкаға жүзіп өтті.
- 1507, 1511, 1513 ж.** Д'Албукерки Эфиопиядан Арабия теңізі мен Үндістанға жүзіп өтті.
- 1509 ж.** Сикейра Кочиннан (Үндістан) Малаккиге дейін жүзіп өтті.
- 1511 ж.** Д. Фернандес Малаккиден Аютияға (Үндістан) дейін жүзіп өтті.
- 1511 ж.** Руи Да Ку Малаккиден Пегуге дейін (Үндістан) жүзіп өтті.
- 1526 ж.** Минезиш Малаккиден Жаңа Гвинеяға дейін жүзіп өтті.
- 1-1502 ж.** Бастидас Севильядан бастап, Дарьенский шығанағына дейін жүзіп өтті.
- 1513 ж.** Понсе де Леоне Флоридаға жүзді.

1513 ж. В.Н. Бальбоа Дарьенский шығанағынан Панамский каналына жүзіп жетті (Атлант мұхитынан Тынық мұхитына бірінші болып жүзіп өтті).

1517 ж. Ф.Э. Кордова Гаванадан бастап Мексика шығанағы бойымен Юкатан жарты аралына жүзіп өтті.

1518 ж. Х.Д. Грихальва Матансодан (Куба) Кампече шығанағына жүзіп өтті.

1519 ж. А.А. Пинеда Ямаикадан Мексика шығанағына жүзіп өтті.

1519-1521 ж. Ф. Магелланның саяхаты.

1777 ж. В. Генштің «Жоспары...» шықты.

1785-1788 ж. Ф. Лаперуздың саяхаты.

1791-1795 ж. Г. Ванкувердың саяхаты.

1803-1806 ж. И.Ф. Крузенштерн мен Ю.Ф. Лисянскийдің саяхаты.

1807-1809 ж. В.М. Головиннің саяхаты.

1813-1816 ж. М.П. Лазаревтың саяхаты.

1815-1818 ж. О.Е. Коцебудың саяхаты.

1819-1821 ж. Ф.Ф. Беллинсгаузен мен М.П. Лазаревтың саяхаты.

1819-1821 ж. З.И. Понафиндинның саяхаты.

1819-1822 ж. М.Н. Васильев пен Г.С. Шишмаревтың саяхаты.

1822-1825 ж. М.П. Лазаревтың саяхаты.

1823-1826 ж. О.Е. Коцебудың саяхаты.

1826-1829 ж. Ф.П. Литкенің саяхаты.

1831-1836 ж. Р. Фицройдың саяхаты.

1837-1840 ж. Дюмон-Дюрвиль мен Жакиноның саяхаты.

1839-1843 ж. Д.К. Росс, Ф.Р. Крозьенің саяхаты.

1841 ж. Т. Куктың қоғамы құрылды.

1852-1854 ж. И.С. Унковскийдің саяхаты.

1857 ж. Ағылшын альпілік клубы құрылды.

1862 ж. Австрия тау клубы құрылды.

1863 ж. швейцариялық тау клубы құрылды.

1863 ж. Лондонда алғашқы «Альпілік журнал» құрылды.

1877 ж. тау әуесқойларының тифлистік бірлестігі құрылды.

1878 ж. табиғаттанымдық және альпілік кавказдық клубының әуесқойлар қоғамы құрылды.

1882 ж. Т. Куктың алғашқы туристік дүниені айналып өту саяхаты.

1890 ж. Қырым тау клубы құрылды.

1894-1898 ж. К.К. Ренгартеннің жер жүзін айналып өту саяхаты.

1895 ж. Орыс тулинг-клубы құрылды.

1899 ж. «Русский турист» журналы шықты.

1901 ж. Орыс тау қоғамы құрылды.

1908 ж. техникалық білімді тарату қоғамы құрылды.

1911-1913 ж. А.П. Панкратовтың велосипедпен әлемді аралау саяхаты.

1918 ж. Бірінші кеңестік туристік ұйымы – Халықтық ағарту комиссиясының (Наркомпрос) мектептік экскурсиялар бюросының құрылуы.

1920 ж. Біріккен дәрістік-экскурсиялық бюросы құрылды.

1922 жылдан бастап кеңестік кәсіподақ жұмысшылар мен қызметкерлер үшін жаппай серуендеулер ұйымдастырды.

1923 ж. «Советский турист» журналы шықты.

- 1926 ж. ЦК ВЛКСМ кезінде туризм бюросы құрылды.
- 1928 ж. пролетарлық туризмнің қоғамы құрылды.
- 1928 ж. «Интурист» бүкілодақтық акционерлік қоғамының құрылуы.
- 1929 ж. Пролетарлық туризм мен экскурсияның бүкілодақтық еркін қоғамының (ОПТЭ) құрылуы.
- 1932 ж. Пролетарлық туризм мен экскурсияның бүкілодақтық еркін қоғамының (ОПТЭ) бірінші съезі болды.
- 1936 ж. ВЦСПС туристік–экскурсиялық басқармасының құрылуы.
- 1939 ж. «КСРО туристі» туралы ереже қабылданды.
- 1958 ж. «Спутник» Халықаралық жастар туризмі бюросының құрылуы.
- 1962 ж. ВЦСПС туризм бойынша Орталық кеңестің құрылуы.
- 1968 ж. Халықаралық бүкіләлемдік туристік ұйымның құрылуы.
- 1980 ж. 27 қыркүйек бүкіләлемдік туризм күнінің бекітілуі.
- 1980 ж. Манилада туризм бойынша бүкіләлемдік конференциясының өтуі.
- 1985 ж. «Туризм хартиясы» мен «Туристік кодексі» құжаттарының қабылдануы.

Қазақстанда туризмнің даму кезеңдері

- 1875 ж. А.В. Хорошкин Талғар шыңына шықты.
- XX ғасырдың басында** Верный қаласында Орыс тау қоғамының бөлімшесі құрылды.
- 1910-1912 ж. Әліби Жангелдиннің жаяу «әлемді аралау» саяхаты.
- 1913 ж. – Батыс-Сібір казактар бригадасы офицерлерінің ең алғаш атпен жүруі.
- 1923 ж. – КазЦИК-те дене шынықтырудың Жоғарғы кеңесінің құрылуы.
- 1924 ж. – Алматыда Жетісу облыстық дене шынықтыру кеңесінің құрылуы.
- 1925 ж. Алматыда «Допризывник» спорт клубы және ең алғаш рет альпинизм секциясы ұйымдастырылды.
- 1929 ж. тау туризмінің энтузиастары Г.И. Белоглазов, Ф.Л. Савин, В.М. Зимин Іле Алатауына бірнеше рет туристік жорық ұйымдастырды және Есік көліне алғашқы туристік жорық жасады.
- 1930 ж. құрамы 16 адамнан тұратын Алматы қалалық пошта және телеграф жұмысшылар ұжымы Ф.Л. Савиннің басқаруымен мына күрделі емес маршрутқа аттанды: Алматы – Медеу – Көкжайлау – Үлкен Алматы көлі.
- 1931 ж. қаңтарда В.М. Зимин мына маршрут бойынша туристердің алғашқы қысқы шаңғы жорығын өткізді: Алматы – Ұзынағаш – Қордай асуы.
- 1931 ж. Алматы қаласында Жетісу губерниялық мұражайында Пролетарлық туризм мен экскурсияның бүкілодақтық еркін қоғамының (ОПТЭ) бірінші ұяшығы құрылды.
- 1935 ж. бастап альпинистер жаппай шыңға шығуды жүргізді.
- 1935 ж. В. Зимин Талғар шыңын бағындырды.
- 1936 ж. Е. Колокольников Хантәңір шыңын бағындырды.
- 1936 ж. «Горельник» алғашқы туристік базасы ашылды.
- 1936 ж. «Горельник» лагерінде республикалық альпинистер клубы құрылды.
- 1938 ж. алғаш бұқаралық туристік шара – Көкжайлау үстіртінде слет ұйымдастырылды (200 қатысушы).

1948 жылдан бастап Қазақстанда күзға шығу тәжірибелене бастады.

1952 жылдан бастап Орта Азия мен Красноярск өлкесі командалары арасында дәстүрлі әріптестік жарыстар өткізілді.

1952 ж. – қазақстандық туристік-экскурсиялық басқарманың (ТЭУ) ашылуы.

1954 жылдан бастап клубтың біріншілігі, 1960 жылдан бастап клуб альпинизм бойынша Қазақстан чемпионаттарына қатысты.

1955 ж. «Есік» турбазасы іске қосылды.

1958 ж. туристік-экскурсиялық басқарма (ТЭУ) ортаазиялық туристік-экскурсиялық басқарма деп атала бастады.

1959 ж. «Алматы» турбазасының құрылды.

1960 ж. Казсовпроф кезінде туризм бойынша Республикалық басқармасы құрылды.

1962 ж. – туристік-экскурсиялық басқарманың (ТЭУ) Туризм және экскурсия бойынша кеңестері болып қайта құрылуы.

1965 ж. Алматыда және 5 облыстық кеңесте (Алматы, Шығыс Қазақстан, Қарағанды, Орал және Шымкент) туризм және экскурсия бойынша Қазақ Республикалық Кеңесі ұйымдастырылды.

1968 ж. Алматыға таяу жерде Талғар ауданының Горный садовод ауылында орналасқан «Алматау» турбазасы ашылды.

1969 ж. «Елде туризм мен экскурсияны әрі қарай дамыту бойынша шаралар туралы» қаулы қабылданды.

1970 жылдан бастап Алматы автобазасы жұмыс істейді.

1975 ж. «Медеу» мұз айдыны салынды.

1982 ж. Эверест (Джомолунгма, 8848 м) шыңына шығатын алғашқы кеңестік Гималай экспедициясының құрамына К. Валиев, Ю. Голодов, Е. Ильинский, В. Хрищатый, С. Чепчев деген алматылықтар кірді.

1988 ж. Туризм және экскурсия бойынша кеңестер туристік-экскурсиялық өндірістік бірлестіктер (ТЭПО) болып қайта құрылды.

1991 ж. туризм, дене шынықтыру және спорт министрлігі құрылды.

3/VII 1992 ж. «Туризм туралы» Қазақстан Республикасының заңы қабылданды.

1993 ж. – туризм, дене шынықтыру және спорт министрлігінің Қазақстан Республикасының Жастар ісі, туризм және спорт министрлігі болып қайта құрылуы.

1999 ж. Қазақстан Республикасының Көлік, коммуникация және туризм министрлігі құрылды.

2000 ж. Қазақстан Республикасының туризм және спорт агенттігі құрылды.

6.03.2001 ж. «Қазақстан Республикасында туризмді дамыту концепциясы» қабылданды.

13.06.2001 ж. «Қазақстан Республикасындағы туристік қызмет туралы» Заң қабылданды.

29.12.2002 ж. «2003-2005 ж. туристік саланы дамыту бағдарламасы» бекітілді.

МАЗМҰНЫ

КІРІСПЕ	3
I тарау. ЕРТЕДЕГІ САЯХАТТАР ЖӘНЕ САЯХАТ ИНДУСТРИЯСЫНЫҢ ҚАЛЫПТАСУЫ.....	5
1.1. Ертедегі алғашқы саяхаттар, саяхат ұғымы және құрылымы	5
1.2. Ұлы географиялық ашылулар, оның саяхаттың дамуына әсері	12
1.3. Саяхат индустриясы қалыптасуының тарихи кезеңдері	22
1.4. Ерте және орта ғасырлардағы Еуропа елдеріндегі саяхат индустриясының құрылымдық ерекшеліктері.....	27
1.5. XIX–XX ғасырлардағы Еуропадағы саяхаттардың дамуы. Алғашқы туристік ұйымдар	31
II тарау. ӘЛЕМ ЕЛДЕРІНДЕГІ САЯХАТ ИНДУСТРИЯСЫ МЕН ҚҰРЫЛЫМЫ	36
2.1. Әлем елдерінің саяхат индустриясының даму болжамы	36
2.2. ТМД елдеріндегі саяхат индустриясы, оның ерекшеліктері.....	43
2.3. Әлем елдеріндегі туристік тасымал түрлеріне сипаттама	46
2.4. Әлемдік ірі туроператорлармен танысу	67
2.5. Әлемдік ірі қонақ үй желілеріне сипаттама	74
2.6. Қазақстанның саяхат индустриясына шолу жасау	81
2.7. Қазақстандағы туризмді дамытудың мемлекеттік бағдарламалары мен нәтижелері	88
ҚОРЫТЫНДЫ.....	114
Әдебиеттер.....	117
Глоссарий.....	119
Жылнама	121

Оқу басылымы

Баяндинова Сайран Муктархановна

САЯХАТ ИНДУСТРИЯСЫ

Оқу құралы

Редакторы *Г. Рүстембекова*
Компьютерде беттеген
және мұқабасын көркемдеген *Қ. Өмірбекова*

Мұқабаны безендіруде қолданылған сайт
www.ktic.ru

ИБ №8332

Басуға 23.06.2015 жылы қол қойылды. Пішімі 60x84 1/16.
Көлемі 7,87 б.т. Офсетті қағаз. Сандық басылыс. Тапсырыс № 1110.

Таралымы 80 дана. Бағасы келісімді.

Әл–Фараби атындағы Қазақ ұлттық университетінің
«Қазақ университеті» баспа үйі.

050040, Алматы қаласы, Әл–Фараби даңғылы, 71.

«Қазақ университеті» баспа үйі баспаханасында басылды