

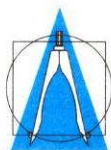
КӘСІПТІК БІЛІМ

Ә. Жолдасбеков

ТУРИСТІК КЕШЕНДЕРДЕ ҚЫЗМЕТ КӨРСЕТУ



FOLIANT



КӘСІПТІК БІЛІМ

Ә. Жолдасбеков

Туристік кешендерде қызмет көрсету

Оқу құралы

Қазақстан Республикасы Білім және ғылым министрлігі
техникалық және кәсіптік білім беру
ұйымдарына ұсынады



FOLIANT
БАСПАСЫ

Астана-2013

УДК 379.8(07)
ББК 75.81 я 7
Ж 69

Пікір жазғандар:

Дүйсебек Ә. – ауыл шаруашылығы ғылымдарының кандидаты;

Махашев Е. – арнайы пән оқытушысы

Ж 69 Жолдасбеков Ә.
Туристік кешендерде қызмет көрсету: Оқу құралы. – Астана: Фолиант,
2013. – 152 бет.

ISBN 978-601-292-729-0

Оқу құралында туризм саласында қызмет көрсету мәселелері қарастырылады. Туристік кешен есебіндегі экскурсияны ұйымдастыруда, қонақүйлерде, ерекше қорғалатын табиғи аймақтарда және демалыс орындарында көрсетілетін қызметтерге талдаулар жасалады. Оқу құралын дайындау кезінде отандық және шетелдік мамандардың және авторлардың өзіндік зерттеулерінің нәтижесі пайдаланылады.

Оқу құралы арнайы орта оқу орындарының тыңдаушыларына, туризм саласы кәсіп-орындарының мамандары мен жетекшілеріне арналған.

УДК 379.8(07)
ББК 75.81 я 7

ISBN 978-601-292-729-0

© Жолдасбеков Ә., 2013
© «Фолиант» баспасы, 2013

МАЗМҰНЫ

Кіріспе	5
1-тарау. Туристік кешендердің қалыптасуы	
1.1. Туризм индустриясы	7
1.2. Туристік индустрияның экономикалық механизмі	11
1.3. Қазақстандағы туризмнің қазіргі жағдайы	13
1.4. Туризм индустриясын ұйымдастыру	18
1.5. Туризм менеджментінің сипаты	23
2-тарау. Туризмдегі қызмет көрсету түсінігі	
2.1. Туристік қызмет ұғымы	28
2.2. Туризмдік қызмет аясын ұйымдастыру	35
2.3. Туристік қызмет көрсету саласын қалыптастыратын факторлар	41
3-тарау. Экскурсияда қызмет көрсету	
3.1. Экскурсия ұғымы және оның негізгі белгілері	43
3.2. Экскурсияны өткізу әдістемесі туралы мәселелер	48
3.3. Экскурсоводқа қойылатын талаптар	54
3.4. Экскурсоводтың сөйлеу мәдениеті	58
4-тарау. Қонақүйлерде қызмет көрсетуді ұйымдастыру	
4.1. Қонақүй шаруашылығының ерекшеліктері	65
4.2. Қонақүй шаруашылығының басқа кәсіпорындардан айырмашылығы	67
4.3. Қонақүй шаруашылығының жіктелінуі	69
4.4. Қонақүй шаруашылығында қызмет көрсету технологиясы	71
4.5. Қонақүй кәсіпорындарындағы өнімділікке әсер етуші факторлар	76
4.6. Қонақүй шаруашылығында жаңа ақпараттық технологияны қолдану	80
5-тарау. Ерекше қорғалатын табиғи аумақтарда туристерге қызмет көрсету	
5.1. Қазақстан Республикасындағы ерекше қорғалатын табиғи аумақтардың қазіргі жағдайы	91
5.2. Туризмдегі ерекше қорғалатын табиғи аумақтардың әлеуметтік-экономикалық тиімділігі	106
5.3. Туристік-рекреациялық ресурстар ерекше қорғалатын табиғи аумақтардың даму факторы ретінде	112

6-тарау. Емдік-сауықтыру демалыс орындарындағы қызмет көрсету

6.1. Санаторий-курорттық демалыс орындарына сипаттама.....	116
6.2. Демалыс орындарының рекреациялық маңыздылығы мен ерекшелігі.....	119
6.3. Табиғи-емдік факторларына байланысты демалыс орындарында қызмет көрсетулерінің жіктелінуі.....	125
6.4. Еліміздің емдік-сауықтыру орындарындағы қызмет түрлерінің ерекшеліктеріне сипаттама.....	131
Негізгі ұғымдар мен терминдер	146
Әдебиеттер.....	149

Кіріспе

Қазақстандағы туризм саласы экономикалық және әлеуметтік құбылыс ретінде соңғы уақытта ауқымы айтарлықтай кеңейген қызмет түрі болып табылады. Қазіргі уақытта туризмнің экономикада тікелей немесе қосылған құнды құру, халықты жұмыспен қамту, жеке табыс пен мемлекеттік кіріске әсер ету, т.б. қызметтері бойынша ел экономикасынан алатын орнына баса назар аударылуда. Еліміздің Президенті Н.Ә. Назарбаев 2030 жылға дейінгі Қазақстанның даму стратегиясында былай деп атап көрсеткен болатын: «Біздің бабаларымыз түркі халықтарының туысқандық бірлестігінде бұл маңызды стратегиялық факторды өздеріне тиімді жағдайда пайдалана білді: аты аңызға айналған Жібек жолының бойымен еуропалық және азиялық елдер арасында сауданың кең арнасын ұйымдастырды. Бүгінгі күні біз өңірдегі көрші елдермен бірлесе отырып және әлемдік қауымдастықтың қолдауымен осы жолды қайта қалыптастыру үстіндеміз. Болашақта Еуропа мен Азия арасында сауда жүйесі, қаржы ағыны және адамдардың қозғалысы арта беретіндігі анық». Елбасымыз атап көрсеткен осы мәселеден еліміз үлкен үміт күтуде және әр түрлі экономикалық арналардың басын қоса отырып, осы мақсатта үлкен істерді

ұйымдастыруда. Соның бірі туризм саласы болып табылады.

Туристік қызметтер дегеніміз – тасымалдау, орналастыру, тамақтантандыру, туристік-экскурсиялық қызметтер мен экскурсия жүргізушінің және гид-тасымалдаушының қызметтері саласындағы ұйымдастырушы мен жүргізушінің іс-әрекет түрлері. Тауарлық өнім алдын ала жасалады және тұтынушыға қандай да бір әдіспен беріледі және ол өндіру жерінен тыс жерде тұтынылады. Ал қызмет көрсетудің материалдық тауардан айырмашылығы, тек оны пайдалану орнында ғана көрінеді. Қызмет, сонымен қатар, қызметкердің дайындығын және материалдық құралдарды қажет етеді. Тиісті дайындығы жоқ қызметкер, сапалы қызметті қамтамасыз ете алмайды. Кәсіби тәжірибелі, жеке және ұжымдық түрде қызметті көрсете алатын мамандар тобын қалыптастыру туристік кәсіпорынды құру негізі болып табылады.

Экскурсияны ұйымдастыру үшін туристік кәсіпорында сауатты да тәжірибелі экскурсия жүргізушінің қызмет көрсетуі қажет болады. Бір ғана экскурсия өткізуде оның маршрутын дайындау, құжатты жасау, келіссөз өткізу, автобустық кәсіпорындармен келісімшартқа тұру, экскурсияны жүргізушіні даярлау сияқты жұмыстар орындалады.

Туристiк қызмет көрсетудiң күрделiлiгiн және бұл саладағы мәселелердi мемлекеттiк деңгейде кешендi шешу қажеттiгiн туристiк қызметтiң түрлерi, мiндеттерi мен мақсаттарының алуан түрлiлiгi айқындай түседi. Бұл мәселедегi ұйымдық құрылым және олардың тиiмдi қызмет iстеуi – туристiк саланың жоғары деңгейде дамуына қол жеткiзудегi басты факторларының бiрi. Туристiк қызмет тұтынушыларының құқықтарын қорғауда қызмет аясының дамуына ықпал ететiн заңды және нормативтiк актiлердiң орны ерекше. Уақтылы әзiрленген нормативтiк-құқықтық база әлеуметтiк дамуға, туристiк қызметтiң жаңа түрлерiн әзiрлеуге және туристiк кәсiпорындардың

дамуында қаржылық-экономикалық механизмдердi енгiзуге септiгiн тигiзiп, iшкi және сыртқы халықаралық туристiк қызмет нарығын реттеуге мүмкiндiк бередi.

Осы мақсаттарды шешу жолында қазiр елiмiздегi бiршама оқу орындары туристiк жұмыстарды ұйымдастырушы кадрлар мен туристiк кәсiпорындарда жүргiзiлетiн шаруашылық, қаржылық жұмыстар үшiн мамандар дайындау iсiн қолға алды. Сiздерге ұсынып отырған оқу құралы туристiк кешен тұрғысындағы нысандарда қызмет көрсету мәселелерiне арналған. Бұл оқу құралы осы туризм мамандықтарында бiлiм алып жүрген студенттер үшiн пайдалы болмақ.

1-тарау. Туристік кешендердің қалыптасуы

1.1. Туризм индустриясы

Қазіргі кезде туризм индустриясы – қарқынды дамып келе жатқан халықаралық шаруашылықтың бір саласы. Кейбір елдерде туризм валюта кірісіне, жұмыс орнына, халықтың жұмыс уақытына, халықаралық байланыстардың кеңеюіне жол ашады.

Турист энциклопедиясында туризм индустриясы туралы мынадай анықтама берілген: бұл – материалдық-техникалық базалардың құрылуын, туристік рекреациялық ресурстардың пайдаланылуын, туристік тауарлар мен қызметтердің айырбасталуын, қолданылуын, материалды және материалды емес сфера өнімдерінің өндірісін қамтамасыз ететін мекемелер мен ұйымдар жиынтығы.

«Туризм» және «туризм индустриясы» ұғымдары бір-біріне мағыналас және мазмұндас ұғымдар ретінде қарастырылады. Ғылыми әдебиеттерде түрлі авторлар осы терминдердің анықтамасын беріп жүр. Алайда туризм индустриясы термині кейде көп мағыналы, нақты бір ұғымға түсініктеме бере алмайды. Оның басты себебі – туризм индустриясы ұғымының өзі ауқымды және барынша күрделі.

С.Р. Ердаулетовтің пікірі бойынша, туристік индустрия туризм саласында тиімді нәтижені қамтамасыз ететін туризмнің шаруашылық деңгейін анықтайды.

Туризм индустриясы – мағынасы жағынан таза экономикалық маңызға ие өндіріс саласы. Қазақстандық туризм индустриясы мәселелерін алғашқылардың бірі болып зерттеген Г.М. Дүйсен мынадай анықтама береді: Туризм индустриясы – бұл еліміздің табиғи-рекреациялық әлеуетіне негізделетін, өзінің құрамына қызмет көрсету инфрақұрылымының барлық нысандарын енгізетін, қоғам мүшелерінің демалыс орны әрі шаруашылық, өндірістік және әлеуметтік қызметтің күрделі және көп қырлы жүйесі.

Туризм индустриясының мекемелері мен орталықтарын, кәсіпорындарын үш топқа бөледі:

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

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

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

Туризм индустриясына тән мынадай ерекшеліктерді атап өтуге болады: туристік кәсіпорындарды жайғастырудағы ресурстық бағыттылығы, өндірістің маусымдық және кезеңдік сипаттағы әлеуметтік және өнеркәсіп саласына қомақты инвестициялар тарту. Бұл қажеттіліктер мен ерекшеліктер түрлі саяси, әлеуметтік-экономикалық дағдарыстар кезінде шамалы ауытқып отыруы мүмкін, алайда, жалпы алғанда, олар өзінің маңыздылығын жоғалтпастан, басымдылығын сақтап қалады.

Біздің елімізде ұлттық туристік өнімнің ерекшелігін ескере отырып, тұрақты туристік ағымды қамтамасыз етуге қабілетті еліміздің инфрақұрылымын қамтамасыз ету үшін келесі іс-әрекеттерді жүзеге асыру қажет:

– туристік мұқтаждықтарды қамтамасыз етуге және жалпы пайдалануға арналған жол-көлік инфрақұрылымын дамыту;

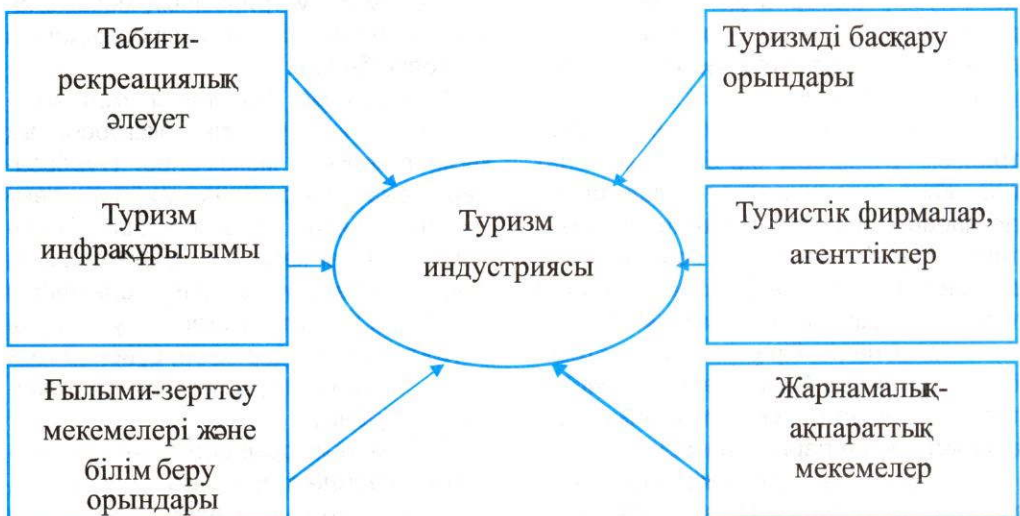
– қосалқы инфрақұрылымдарды, мысалы, қолданыстағы және болашақта құрылуы ықтимал туристік аймақтарды сумен, электр энергиясымен және телекоммуникация құралдарымен жабдықтау;

– туристік кешендерді, этнографиялық мұражайларды және демалыс аймақтарын құру;

– тарихи-мәдени және этнографиялық ескерткіштерді қалпына келтіру және мұражайларға айналдыру;

– туристік нысандардың жобасын жасау барысында оларды барлық жыл мезгілдерінде пайдаланатынымызды ескеру қажет, соның ішінде орташа және шағын демалыс орындарын салу және олардың қызметін ұйымдастыру.

Туризм индустриясы – ел экономикасы үшін стратегиялық маңызы бар сала. Оны өнеркәсіп саласы ретінде 1.1-суреттегідей көрсетуге болады.



1.1-сурет. Қазақстандағы туризм индустриясының құрылымы

Туристік индустрия жүйесіне арнайы кәсіпорын, ұйым және мекемелер кіреді:

1) түнеуге қызмет көрсететін мекемелер (қонақ үйі, мотель, кемпинг, жеке пәтер, санаторий, пансионат, туристік база, демалыс үйі);

2) тамақтану мекемесі (мейрамхана, кафе, бар, асхана және т.б.);

4) көлікпен қызмет көрсететін мекемелер (автомекеме, темір жол мекемесі, теңіз және өзен кәсіпорнының флоты); туристік өнімдерді шығаратын және тарататын туристік фирмалар (туристік бюро, экскурсиялық бюро, туристік фирма, туристік агенттік);

5) жарнама-ақпараттық туристік мекемелер (жарнама агенттігі, жолдама тарататын бюро);

6) туристік өнеркәсіп мекемесі (туристік сувенирлер шығаратын фабрика, туристік жабдықтар, туристік жиһаз шығаратын мекемелер);

7) сауда мекемелері (дүкендер, прокат пунктi және т.б.);

8) туризмдегі бос уақыт сферасының мекемесі (кино-концерт залдары, ойын автомат залдары және т.б.);

9) әуесқойлық туризм мекемесі (туристік, альпинистік, велосипед клубтары және т.б.);

10) туризмді басқару органы (комитеттер, туризм департаменті, қоғамдық туристік ұйымдар);

11) туристік оқу орны (жоғарғы және орта арнайы туристік оқу орны);

12) ғылыми-зерттеу және жоспарлау мекемесі (ғылыми-зерттеу туристік институты, зертханалар, зерттеу полигондары).

Туристік индустрияның басты құрамы – бұл туристік мекемелер. Туристік мекеме дегеніміз барлық керекті өндірістік құралдарды біріктіріп, (жерді, ресурстарды, еңбек күшін, ақшаны және т.б.) туристерге қызмет көрсету үшін өндіріс орнын дайындайтын ұйым.

Туристік мекемелер өз қызметтерін ұсынып, халықтың туристік қажеттілігін өтейді. Туристер негізгі, қосымша және қосалқы қызметтерді тұтынушылар есебінде пайдаланады. Негізгі қызметтер туристік жолдамаларда келісіммен шектеледі. Оған жататындар: орналастыру, тамақтандыру, көлік қызметі, экскурсия қызметі. Қосымша қызметтер туризмнің инфрақұрылымы дамыған жағдайда жалпы кірістің 50%-ын атқарады. Олар: негізгі қызметтерге кірмейтін сауықтыру қызметі, медицина қызметі, ойын мекемелері және басқалар. Қосалқы қызметтерге жататындар: сувенир өнімдерімен қамтамасыз ету, туристік символикамен, сауда, валют-кредит, ақпарат және басқа да қызметтер. Қосымша және қосалқы көрсетілетін қызметтердің арасында айырмашылық жоқ.

2000 жылдың басында Қазақстанда 29 мың шаруашылық субъектілері тіркелген екен, солардың ішінде туризм саласымен байланысты шаруашылық субъектілері: 239 қонақүйі, 13 демалыс және туризм саласының кәсіпорындары, 106 санаторий-курорттық мекемелер, сонымен бірге дене шынықтыру-спорт мекемелері, сауда кәсіпорындары, табиғи саябақтар мен қорықтар, автокөліктік кәсіпорындар, мейрамханалар, жарнама агенттіктері және т.б. құраған. 2011-2012 жылдары бұлардың саны біршама өсті, бұл көрсеткіш Қазақстандағы туризмнің жыл өткен сайын қарқынды түрде дамып отырғандығына дәлел болады (1.1-кесте).

Туристік саланың негізгі аспектілері мен ерекшеліктерін түсіну үшін оның қандай құрамды бөліктерден тұратындығын анықтап, олардың өзара қарым-қатынастарының қалай қалыптасатындығын білу маңызды.

Туристік саланың құрылымы мыналардан тұрады:

Қазақстан Республикасындағы туристік фирмалар саны

	2011 жыл	2012 жыл
Қазақстан Республикасы	1 567	1 720
Ақмола облысы	31	31
Ақтөбе облысы	29	32
Алматы облысы	95	49
Атырау облысы	24	25
Батыс Қазақстан облысы	12	11
Жамбыл облысы	24	27
Қарағанды облысы	85	113
Қостанай облысы	35	42
Қызылорда облысы	8	7
Маңғыстау облысы	33	54
Оңтүстік Қазақстан облысы	45	81
Павлодар облысы	58	60
Солтүстік Қазақстан облысы	18	19
Шығыс Қазақстан облысы	51	63
Астана қаласы	187	225
Алматы қаласы	832	881

Туристік фирмалар қызмет көрсеткен келушілер санының серпіні
(адам)

	қаңтар-наурыз	қаңтар-маусым	қаңтар-қыркүйек	қаңтар-желтоқсан
2007	88 916	232 554	401 470	541 930
2008	75 372	198 005	354 098	473 947
2009	44 619	132 127	263 107	347 413
2010	70 505	181 354	336 753	459 337
2011	77 029	205 889	424 355	601 521
2012	70 259	220 833	464 833	604 699

Ескерту: ҚР Статистика агенттігі мәліметтерінен алынды

- 1) өндірістік;
 - 2) заң шығарушы және саланы басқарушы;
 - 3) бақылаушы;
 - 4) қоғамдық;
 - 5) инфрақұрылым;
- Туристтік саланың негізі – турөнімдерді өндірушілер мен саланы және

кәсіпкерлікті реттейтін нормативтік-құқықтық база.

Турөнім келесі құрамды бөліктерден тұрады: 1) көлік және тасымалдау; 2) орналастыру; 3) тамақтандыру; 4) көңіл көтеру; 5) жабдықтау және қосымша қызметтер (1.2-сурет).



1.2-сурет. Турөнім элементтері

1.2. Туристтік индустрияның экономикалық механизмі

Туристердің келуінен шаруашылықтарға түсетін пайданы адамдар өте ерте заманда байқады. Солай болса да, тек XIX жүзжылдықтан бастап қана туризм көптеген аймақтың экономикасына елеулі әсерін тигізе бастады. Туристерге көрсетілетін қызметтен түсетін табыстың жоғарылығына байланысты кейбір елдер мен аймақтарда XX ғасырдан бастап туристерге көрсетілетін қызмет саласын туристік индустрия деп атай бастады. Туристердің қажеттерін өтеу үшін туризм аудандарында бірқатар шаруашылық түрлерін игеруге тура келді.

Туристік шаруашылық дегеніміз әр түрлі бөлімдердің белгілі бір кешені, олардың құрылуы және дамуы туристердің келуі және тұруымен байланысты. Бұл шаруашылық бірін-бірі толықтырып тұратын салалардан қалыптасқан, туристердің сұранысын біріккен бір кешенде ғана өтей алады.

Туризм саласының экономикалық механизмін түсіну үшін мынадай екі

мәселені шешу керек: біріншіден, бұл механизмнің барлық жүйелерінің негізгі шеңбері туралы толық мағлұмат болу керек; екіншіден, бұл жүйенің жеке бөлшектерін терең зерттеп-білу қажет.

Қазіргі шақтағы туризмнің жалпы экономикалық механизмін мынадай ерекшеліктермен ашып көрсетуге болады.

1. Қазіргі туризм нарықтық ортада мемлекеттің бақылауымен және реттеуімен, сонымен қатар басқа да қаражат, экономика институтымен және ұйымдармен жұмыс істейді. Мұны былай түсінуге болады: барлық туристік фирмалар мен ұйымдар үш негізгі экономикалық таралу қағидаларымен жұмыс істейді:

– біріншіден, олар басқарудың ерікті болуын және соған сәйкес бас-тамамен жауапкершіліктің бос болуын қалайды;

– екіншіден, олардың шаруашылық іс-әрекеттері объективті түрде туристік нарықтың заңдарына бағынады (құн заңына, сұраныс пен ұсыныс, бә-

секелестік, ақша айналымы, баға құру заңына);

– үшіншіден, турист және табиғат үшін туризмге әлеуметтік және адамгершілік бастаманы енгізуге, мемлекеттік және қоғамдық институттар туризмдегі нарық процестерін реттеуге тырысады.

2. Туристік фирмалардың нарық ортасында жұмыс істеуі туристік нарықтың ерекшеліктері мен заңдылықтарын объективті түрде оқып-білуді қажет етеді. Туристік нарықты оқудағы негізгі аспектілері келесілер:

– туристік нарықтың жұмыс істеу механизмі, оның сегменттері, маусымдық сипаты; туристік нарық пен оның сегменттерінің жұмысы;

– бағаның қалыптасуы және туризмдегі бағаның құрылуы;

– туризм сферасындағы сұранысқа әсерін тигізетін факторларды оқып-білу және баға мен табыстың сұраныстың төлем қабілетіне әсері;

– туристік қызметке ұсыныс жасауға әсерін тигізетін факторларды оқып-білу, сондай-ақ құнды және құнсыз факторлардың әсерін де қарастыру.

3. Ұзақ мерзімдік болашаққа туристік нарықтағы экономикалық теңдестік, туристік индустрияға объективті қаражат экономикалық талдау жасауды қажет етеді (оның құрылымы, даму тенденциясы мен жағдайы, функциялық рөлі мен бағыты). Туризмнің материалдық-техникалық базасына және ресурстарына талдау жасау, нақты іске асатын туристік ұсыныстарды шешуге, сондай-ақ туристік өнімдердің сапасы туралы көмек береді.

4. Туризм экономикасының маңызды мәселесі бұл салада жұмыс күшін пайдалану. Сондықтан да туристік іс-әрекеттің экономикалық әсері оның барлық көршілестерінде терең талдау жасауды керек етеді. Еңбек өнімділігі мен еңбек сыйымдылығына талдау ерекше ден қоюды қажет етеді.

5. Туризм экономикасы негізгі мәселе ретінде іскерлік іс-әрекет пен туристік фирмалардың нарықтағы тәртібі туралы тақырыптарды зерттейді. Бұл туризмдегі іскерлік іс-әрекеттің айрықшалығына есеп жүргізу, коммерциялық есепті терең білу, бұл жұмысты жоспарлау, әсіресе, бәрінен бұрын, бизнес-жоспар жасау, сондай-ақ бухгалтерлік және басқару есептерін білу.

Туризмдегі іскерліктің маңызды мәселесі – ол туристік фирманың шығынына, кірісіне, жалпы пайдасы мен табысының шегіне талдаулар жасау. Шығынның шегі мен табыстың шегін білу фирманың туристік нарықтағы тәртібі мен орнын шешуге мүмкіндік береді.

6. Туризм экономикасының маңызды бөлімі – табыс факторларына талдау жасау: жұмыс ақысы мен еңбектің бағасы; капиталдың бағасы мен пайызы; туристік рента (пайыз түрінде түсетін табыс). Туристік рента мәселесі мен өнімдер шегіне ерекше көңіл аудару керек. Бұл туризмді өзіндік қаржыландырудың ішкі көздерін анықтауға мүмкіндік береді және туризм сферасындағы өндіру факторларының өнімділік шекарасын белгілейді.

7. Туризм экономикасы өзіне қаржы мәселесін де енгізеді: турфирмалардың өзінің қаржы ресурстары, кредит алу мүмкіндіктері, банкімен және банк жүйелерімен өзара қатынасы, барлық деңгейдегі бюджетпен қатынас және салық салу. Жоғарыда айтылғандарды қорыта келгенде, қазіргі туризмнің экономикасы маңызды экономикалық ғылымның біреуіне айналды. Қазіргі экономикада туризмнің рөлі үнемі өсіп және өзгеріп тұрады. Бұрын туризмде алдыңғы рөлде болған елдер қазір екінші және үшінші орындарға кетуде. Олардың орнына жаңа озаттар келуде. Экономикалық жағынан туризмді былайша қарастырады:

- өнімді өндіру, айырбастау және бөлу сферасындағы қоғамдық қатынастардың белгілі бір жинағы ретінде;

- белгілі бір өндіріс саласы мен экономикалық іс-әрекеттерді қосып, елдің халықшаруашылық кешенінің бір бөлігі ретінде;

- туризмді елдің немесе аймақтың шаруашылық саласы сияқты зерттейтін экономикалық ғылым ретінде;

- туристік өнімді өндіретін, оны қолданатын, бөлетін және айырбастауды зерттейтін қоғамдық ғылым ретінде;

- туристік экономика жүйесінің барлық деңгейіндегі адамның мінез-құлқын зерттейтін қазіргі экономикалық теория ретінде;

Фундаменталды экономика жағынан қарастырсақ, туризм дегеніміз – экономикалық кешен, оның дамуы ішкі себептерден гөрі, көбінесе әлемдік шаруашылық процестері мен қатынастар арқылы түсіндіріледі. Сонымен қатар, туризм – көптеген дамушы елдердің экономикалық өсуінің катализаторы. Өйткені туристер басқа елге демалысқа барғанда басқа өндірісте өндірілген өнімнің бір бөлігін ғана апарып қоймайды, сонымен қатар онда жаңа жұмыс орнын да құрады.

Қазіргі заманғы туризм экономикалық құбылыс ретінде:

- индустриялы түрде болады;

- туристік өнім мен қызмет түрінде көрінеді, оны жинауға және көлікпен тасуға болмайды;

- жаңа жұмыс орындарын құрайды және жаңа аудандарды игерудегі алғашқы бастама, сонымен қатар ұлттық экономиканың жылдам дамуының катализаторы болады;

- туризмге мамандандырылған елдің пайдасына ұлттық табысты қайта бөлу механизмі ретінде кіріседі;

- ұлттық табыстың өсуіне, жергілікті инфрақұрылымның дамуы мен жергілікті халықтың өмір деңгейінің өсуінде мультипликатор рөлін атқарады;

- жоғарғы деңгейдегі әсерлілікпен және инвестицияның жылдам қайтарылуымен сипатталады;

- табиғат пен мәдени мұраны қорғаудың тиімді құралы ретінде жұмыс істейді, өйткені оның негізгі ресурстарының базасын осы элементтер құрайды;

- барлық шаруашылық салаларымен және адамның іс-әрекет түрлерімен сәйкес келе береді.

Сонымен, туризм аймақтың немесе елдің экономикасына белсенді түрде әсер ете алады, оның шаруашылық, әлеуметтік және гуманитарлық негізінде дамиды.

1.3. Қазақстандағы туризмнің қазіргі жағдайы

Туризмнің индустриясы табысы жоғары және серпінді дамып келе жатқан қызмет көрсететін халықаралық сауда сегменттерінің бірі болып табылады. Туризмнен түскен табыс мұнай өнімдері мен автомобиль экспортының табысынан кейін тұрақты үшінші орында келеді. Әлемдік туристік нарықтың дәстүрлі аудандары өзінің рекреациялық сыйымдылығының шегіне

жеткендіктен, халықаралық туризмнің өсуі туристер баратын жаңа аумақтар есебінен басым дамиды болады. Сондықтан Қазақстанның әлемдік туристік нарықта өзінің лайықты орнын табуына бірегей мүмкіндігі бар.

Қазақстан 1993 жылдан бастап Дүниежүзілік туристік ұйымның (ДТҰ) толық мүшесі болып табылады. Көптеген елдер біздің елімізді үлкен ту-

ристік әлеуеті бар сенімді әріптес ретінде бағалайды. Сондықтан туризм саласындағы ынтымақтастық жөніндегі екіжақты және көпжақты келісімдер саны жылдан-жылға арта түсуде. Еліміздің Туризм және спорт министрлігінің мәліметтері бойынша, 2008 жылдан бастап Қазақстанда туризмнің барлық салалары жүйелі және орнықты түрде даму үстінде. Туристік қызмет көрсетудің жалпы көлемі 2011 жылы 11,1 пайызға артып, 73,1 миллиард теңгені құрады. Бүгінгі күні Қазақстанда 1700-ден астам туристік ұйым жұмыс істейді. Олардың әлемнің 80 елінде шетелдік әріптестері бар.

Республикамыз туризмді дамытуда бірегей ресурстарға ие. Мемлекет орталықазиялық аймақта өте пайдалы геосаясаттық орынға ие. Ертеде-ақ Ұлы Жібек жолы өтіп, бастапқыда көне халықаралық сауда-дипломатиялық жолы Қытайды Орта Азияның, Каспий маңының, Жерорта теңізінің және Батыс Еуропаның мемлекеттерімен біріктірген. Жібек жолының халықаралық және әлеуметтік-экономикалық маңыздылығын назарға алып, ЮНЕСКО Дүниежүзілік туристік ұйыммен бірлесе отырып, Ұлы Жібек жолын қайта өрлету әрі жаңалау мәселелері деген арнайы жобаны жетілдірді. Бұл бағытта Ұлы Жібек жолының тарихи орталықтарын қайта өрлету, түркі тілдес халықтардың мәдени мұрасын дамыту әрі сақтау, туризмнің инфрақұрылымын құру атты ҚР мемлекеттік бағдарламасы қабылданды.

Халықаралық туризм жалпы алғанда, мемлекеттің экономикасына оң нәтиже береді:

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

2. Халықты жұмыспен қамту іс-шараларын жүзеге асыруға көмектеседі. ДТҰ мен Дүниежүзілік туризм және саяхат кеңесінің бағалауы бойынша туризм өндірісінде құрылатын әрбір жұмыс орнына басқа салаларда пайда болатын 5-тен 9-ға дейінгі жұмыс орны келеді екен. Туризм тура немесе жанама түрде экономиканың 32 саласының дамуына ықпал жасайды.

3. Елдің инфрақұрылымын дамытуға ықпал етеді.

Туризм елдің тұтас аудандарының экономикасына белсенді әсер етеді. Туризм саласындағы шаруашылықты жүргізетін субъектілердің құрылуы оларды жұмыспен қамтумен, жол көлігін, сауданы, коммуналдық-тұрмыстық, мәдени, медициналық қызмет көрсетуді дамытумен тығыз байланысты. Сөйтіп, туризм индустриясы басқа экономикалық секторлардың көпшілігімен салыстырғанда, анағұрлым пәрменді мультипликаторлық тиімділікке ие. Халықаралық туризм жеке және ұжымдық жетілдіру құралы ретінде жоспарлануы керек және ол тәжірибеде іске асырылуға тиісті демалыспен, бос уақытты өткізумен, спортпен, мәдениетпен және табиғатпен тікелей араласуға байланысты қызмет болуы керек. Туризмнің жылдам және тұрақты өсуін, оның қоршаған ортаға, экономиканың барлық секторлары мен қоғамның әлауқатына күшті әсерін назарға ала отырып, үкімет Қазақстанның ұзақ мерзімдік даму бағдарламасында туристік саланы басымдық ретінде белгіледі.

Туристік қызметке жасалған талдау көптеген турфирмалардың сыртқа шығу туризмімен айналысатындығын көрсетті, ал, бұл бірінші кезекте, Қазақстаннан капиталдың жылыстауына әкеп соғады. Республика азаматтарының шетелдерден тауарлар сатып алуы, кейіннен оны сату мақсатында

баратын жолсапарлары бұрынғысынша бұқаралық сипат алып отыр, ал шоп-туризм Қазақстандағы туристік қызмет көрсету нарығының жай-күйін анық көрсетеді. Ол экономикалық дағдарыс кезеңінде туристік қызметке сұранысты жандандырып, көбінесе туристік фирмалардың тиісті тәжірибесінің және білікті мамандардың жетіспеушілігіне байланысты туристер мен «чартер ұстаушылар» арасындағы делдалдық қызмет атқаруына елеулі көмек көрсетті. Қазақстанның тұтынушылық нарығының төрттен бірін «қапшықтау» бизнесі тауарлармен толтырады және, тұтастай алғанда, бір мезгілде тауар өткізу әрі сату жүйесіндегі 150 мыңға жуық адамды жұмыспен қамтамасыз етеді. Ішкі сауда айналымындағы жыл сайынғы «қапшықтау» саудасының көлемі шамамен 2 млрд. АҚШ долларын құрады.

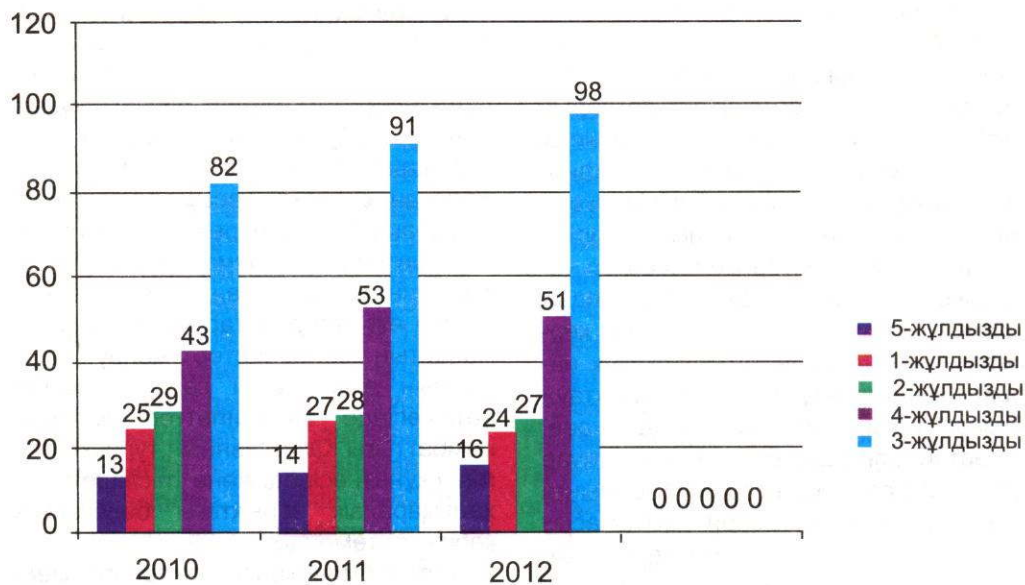
Туристік бизнестің секторларының бірі ретінде шоп-туризмнің өсуі туристік қызмет көрсетудің деңгейін көтеруге елеулі әсер ете қойған жоқ.

Өркениетті әрі туризмі дамыған елдер негізгі туристер ағынын өздеріне тартуға ұмтылуда, себебі халықаралық туризм мемлекет бюджетінің кіріс бөлігін толықтырудың маңызды көздерінің бірі болып табылады. Сол сияқты Қазақстанда да шетелдік туристер ағымын көбейту жолында жұмыстар жүргізуде. Осы мақсатта туристік ұйымдардың қызметін, мұның өзі бірінші кезекте, көлік құралдарының, орналастыру құралы, кадрлық қамтамасыз етудің жай-күйіне байланысты, келуші туризмді дамытуға қайта бағдарлау қажет. Көлік туралы тоқталайық. Бүгінгі таңда Қазақстанның халықаралық авиажөлілерінің Германияға, Үндістанға, Біріккен Араб Әмірліктеріне, Түркияға, Италияға, Корея Республикасына, Венгрияға, Израильге, Қытайға, Тайландқа ұшуды жү-

зеге асыруға мүмкіндігі бар. Ішкі және халықаралық нарықтарға жұмыс істейтін «Эйр Астана», «Скат» тасымалдаушысы және басқа авиакомпаниялар авиа тасымалдауларын жүзеге асырады. Туристердің көпшілігі сервис және қызмет көрсету сенімділігі жағынан отандық тасымалдаушыларға қарағанда, авиа рейстерін жүргізетін шетелдік тасымалдаушылардың қызметін пайдаланғанды жөн көреді, мұның өзі отандық тасымалдаушылар жасайтын авиарейстер жолаушылар ағымын азайтатыны сөзсіз. Осының нәтижесінде авиабилеттер құнының қымбаттығы Қазақстанның туристік өнімінің құнын өсіреді және тиісінше оның халықаралық нарықтағы бәсекелесу қабілетін төмендетеді.

Автомобиль көлігі шекаралас мемлекеттерге шоп-туризмді ұйымдастыру және экскурсиялық бағыттарды ұйымдастыру үшін пайдаланылады. Алайда, оны дамыту, тұтасымен алғанда, жолдардың жай-күйіне және туристік көлік құралдарына тиісті техникалық қызмет көрсетуіне де байланысты болады. Негізгі теміржол тасымалдаушысы «Қазақстан теміржолы» республикалық мемлекеттік кәсіпорны 14 бағыт бойынша жолаушылар тасымалдайды. Қазақстанның темір жолдарымен транзитпен Қырғызстанның, Өзбекстанның, Ресейдің, Тәжікстанның және Түркіменстанның жолаушылар пойыздары өтеді.

Орналастыру құралы. Қазақстанда әр түрлі санаттағы 385 қонақүй жұмыс істейді. 350-і қалалық жерлерде орналасса, 35-і ауылдық елді мекендерден (11 облыстағы) орын алған. Оларға бір мезетте 32 876 адамды сыйдыруға болады. Соның ішінде Алматыдағы 25 қонақүйде 4950 орын бар. Еліміздің жас астанасында 60-тан астам қонақүй жұмыс істесе, оларда бір мезетте 5000-нан астам адамды қабылдауға болады. Астанадағы қонақүйлердің



1.3-сурет. Орналастыру нысандарын санаттары бойынша бөлу



1.4-сурет. 2012 жылы сапар мақсаты бойынша орналастыру нысандарындағы қызмет көрсетілген келушілер

Ескерту: ҚР Статистика агенттігі мәліметтері

басым көпшілігі шағын және орта бизнестің қолында. Мұның өзі Елорданың бизнес ахуалына жағымды ықпал етуде.

Статистикалық мәліметтер бойынша, шетелдік қонақтар негізінен сервистік қызметтің көптеген түрлерін көрсете алатын 5 жұлдызды қонақүйлерде орналасуды қалайды.

2010 жылдан бастап оларда қызмет көрсетілген туристер саны елеулі түрде артып отыр. Ал шетелдерге шыққан қазақстандықтар көбіне 3 жұлдызды қонақүйлерге орналасады екен. Оның үстіне соңғы жылдары республика азаматтары Қазақстанның өз аумағын жиі аралайтын болып жүр. Мәселен, 2010 жылы туризмнің осы түріне қатысушылар саны 10,3 пайызға ұлғайыпты.

Туристік бизнесті шектейтін елеулі факторлардың бірі туризм индустриясы материалдық базасының мүмкіндіктерінің төмендігі болып келді, ал қазіргі кезде бұл мәселе оң шешімін таба бастады. Әсіресе, қонақүйлер, ондағы қызмет көрсету әлемдік деңгейге көтерілу үстінде. Талдаулар көрсеткендей, туристік кластағы қонақүйлердің (2-3 жұлдызды немесе шағын және орташа мейманханалар) рентабельділігі анағұрлым жоғары.

Халықшаруашылық саласы ретінде туризм сұраныс пен ұсыныстың нарықтық санаттарына сәйкестенген өнім шығарады. Осыған қатысты шетелдік тұтынушыға бағдарланған халықаралық нарық пен Қазақстан азаматтарына арналған ішкі нарықтың аражігін ажырата білу қажет.

Шетелдік инвестициялар мен туристерді отандық туризм саласына тарту – Қазақстанның дамуындағы стратегиялық мақсаттардың бірі. Бұл жыл сайын Қазақстанға шет мемлекеттерден келетін туристер санын 15-30 %-ға артып отырғандығымен түсіндіріледі.

Қазақстанның туристік саласының жалпы әлеуетін бағалай отырып, саладағы шешімін табуды қажет ететін өзекті мәселелерді атап өткен жөн болар еді:

1. Нормативтік-құқықтық кешен;
2. Республиканың шекаралық аймақтарына қол жеткізу мүмкіндігі;
3. Қазақстанның туристік саласының ашықтығы;
4. Қазақстанның әлемдік аренадағы танымалдылығы;
5. Кадрлар саясаты;
6. Материалдық инфрақұрылым;
7. Туризм саласындағы жеке кәсіпкерліктің дамуына мемлекеттің әсері;
8. Орталық Азияда аймақтық ынтымақтастықты дамыту.

9. Қызмет көрсетуді дамыту.

Еліміздегі туристік әлеуетті талдау нәтижелерін ескере отырып, оның келесі түрлерін дамыту оңтайлы болар еді деп ойлаймыз:

- Курорттық-рекреациялық туризм;
- Ұлы Жібек жолындағы тарихи-мәдени туризм.

Әлемдік даму орталықтарының қиылысқан тұсында орналаса отырып, біз отандық өнімдерді өткізуде үлкен мүмкіндіктерге ие бола аламыз. Елбасының атап көрсеткеніндей, мұның өзі ел дамуына сенімді алғышарттарды қамтамасыз етеді. Еліміздің туризмге ашықтығы 2010 жылы осы саладағы инвестицияны 58,3 пайызға дейін арттыру мүмкіндігін берді. Бір жылдың өзінде ғана салаға 194,6 миллиард теңге инвестиция келді.

2011 жылы туристік индустрияның кірісі 56 пайызға артып, 122 миллиард теңгені құрады. Одан түсетін бюджеттік түсім 4,8 есе өсіп, 39,66 миллиард теңге болды. Міне, осы цифрлардың өзі Қазақстанда туризмнің жылдан-жылға кеңінен қанат жайып келе жатқандығын көрсетеді.

1.4. Туризм индустриясын ұйымдастыру

Туризмнің даму процесі туризмдік қызмет ұсынысы мен оған деген сұраныстың өсуімен және бұл қызметтермен айналысатын кәсіпорындардың материалдық-техникалық базасының даму қарқынының жеделдетуімен анықталады. Бұл, өз кезегінде, салалық-экономикалық ғылымның мәселесін әдіснамалық негізде нақты экономика тұрғысында жетілдірулерін қажет етеді.

Ғылым мен техниканың дамуы адам тұрмысының барлық негізгі жақтарын қамтиды: өмір сүру деңгейі, адам мен табиғат арасындағы қатынас және т.б.

Өндіріс күшінің дамуының белгілі бір сатысында қоғамдағы адамдардың қажеттілігі мен мүмкіндігін салалы түрде қарастыруға мүмкіндік береді. Бос уақыт құрылымының маңызды элементтерінің бірі адам мен қоғам қажеттіліктері көзқарасы бойынша туризм болып есептеледі, себебі ол адамның психикалық және күш қайратын қалпына келтіруге мүмкіндік береді. Осыған байланысты туристік қызмет халыққа мәдени қызметті көрсететін сала ретінде кең дамуда. Қызмет шеңберінде ғылыми-техниканың дамуы әсер етеді. Сондықтан қызмет саласының материалдық өндірісі мен қоғамның рухани қажеттілігін қарама-қайшы қоюдың қажеттілігі жоқ.

Қазіргі кезде қызметке деген қажеттілік пен қызметті тұтынудың өсуі қоғамдық өндірістің тиімділігін жоғарылатуға әсер ететін маңызды факторға айналууда. Бірақ туризмдік қызметтің әсері жанама және қайта өндіру, сондай-ақ еңбек ресурстарын жетілдіру есебінен байқалады. Осылайша сала ретінде туризмнің дамуы қоғамның негізгі экономикалық заңдылықта қалыптастырудың формасы болып табылады. Туризм экономикалық қызметтің динамикалық саласы, бір жа-

ғынан, тікелей туристік қызмет өндірісіне басқа туристік кешендерді салуды, қондырғы, көлік, байланыс өндірісін, тамақ өнеркәсібін, ескерткіш бұйымдар, сыйлықтар, сувенирлер жасауды және т.с.с. қамтитын туризм индустриясы ретінде қарастырылады. Басқа жағынан туризмді арнайы тауар түрі туристік қызмет өндірісі ретінде қарастыруға болады. Мұндай көзқарас бойынша туризм өндірістік емес экономика саласы ретінде қарастырылады.

Өндірістік емес экономика саласын зерттеу затын өндірістік қатынастар құрайды. Біріншіден, бұл жүйе құрамына өндірістік күштер мен шектеулі байланыстық негізде өндірістің жеке және заттай факторларын біріктіру жолымен өндіріс процестерін жүзеге асыратын қатынастар жатады. Екіншіден, өндірістік емес саладағы өндірістік қатынастан материалдық өндіріс жүйесімен байланысты болады.

Осылайша өндірістік емес саланың өндірістік қатынастары жеке тұтыну қатынасына тиісті және материалдық өндіріспен тұтас байланыста болып келеді.

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

Әлемдегі туризмнің жаппай дамуы туризм индустриясымен қосалқы шаруашылықтарды, ғылым мен мәдениетті, білім беру жүйесін тез қарқынмен дамытуда. Осыларды қорыта айтқанда, туристік индустрия қонақүй мен орналастыру орындарының, көлік құралдарының қоғамдық тасымалдау, қоғамдық тамақтандыру нысандары мен танымдық, емдік, спорттық, сауық-

тыру, діни-мәдени, ісерлік және т.с.с. ұйымдастырудың, тuroпeрaтopлық және тyрaгeнттік қызмет, сонымен қатар туристік-экскурсиялық қызмет пен гидaудaрмaшы қызметін ұсынушы ұйымдарды да қамтиды.

Туризмді ұйымдастыруға екі түрлі туризм саласындағы кәсіпорындар мен кәсіпкерлер қатыса алады. Олар: тuroпeрaтopлар және тyрaгeнттік. Өздерінің сапарларын жоспарлау немесе ұйымдастыру барысында туристер сапарлардың түрлі нұсқалары туралы ақпарат алу үшін және брондау мақсатында (не пакетте, не жеке сатып алынатын көліктік қызметтер, орналастыру, рекреациялық шаралар) тyрaгeнттік және тuroпeрaтopлық қызметтермен айналысатын туристік ұйымдар қызметін жиі пайдаланады. Былайша айтқанда, олар туристік қызметті өндіруші арасындағы соңғы қызметті орындайды. Бұл қызметтер – олардың көрсететін қызметі.

Тuroпeрaтop – заңды немесе жеке тұлға, туризмде өнімді негіздеу жұмысын, оның нарықтағы қозғалысын және жүзеге асуын қадағалайды. Тuroпeрaтopдың алдыңғы екі функциясы түсінікті, енді осыларды кеңірек тарқатсақ. Туристік өнімді негіздеу түсінігінде ұсынатын қызметін сапасына, құнына, жұмысы мен қызмет қарқынына және оларды ұсыну жайында келісімшартты түзу, брондау, т.с.с. қызметтер кіреді. Ал қозғалыс түсінігінде қызмет пен тауарды, турды жарнамалау, әлеуетті тұтынушының тұтыну қабілетін қанағаттандыру, т.с.с. бірқатар қызметтер кіреді.

Соңғы қызметі тереңірек түсінуді қажет етеді. Бұл термин екі түрлі қасиетке ие.

- 1) сату;
- 2) пайдалану.

Классикалық жүйеде тuroпeрaтopлық қызмет – туристік өнімді тек қана

көтерме саудамен тyрaгeнтке сатушы. Өз кезегінде тyрaгeнт – көтерме бағамен сатып алушы. Одан кейін ол бұл өнімдерді аудандар мен аймақтарға жергілікті тyрaгeнттер арқылы сата алады.

Тұтынушы туриске жеке турды, әрине, тyрaгeнт сатады. Тyрaгeнттік функциясы негізінен белгілі бір уақыт кезінде және белгіленген шарттарда басқа ұйымдар көрсететін қызметті пайдалануға құқықты сатуда жатыр. Олардың рөлдері келіп кетушіге ақпаратты және басқа да қызметтерді көрсетуде жатыр және олар экскурсия барысында сүйемелдеу, гидтер қызметтері және т.б. сияқты қосымша қызметтерді дербес көрсете алатын болса да, кейбір қызметтерді сатып алу кезінде делдал болып табылады. Туризм саласы кәсіпорындарының арасында тәжірибе жүзінде тuroпeрaтop 5 пайыз, ал тyрaгeнттер 95 пайыз болады. Сонымен қатар тuroпeрaтopлар туристік өнімді тұтынушының толық пайдалануына жауапты, себебі тұтынушы қызмет көрсету пакетін тuroпeрaтop алады, ал пакетте көптеген әр түрлі кәсіпорындардың қызметтері кіреді. Жауапкершілік тuroпeрaтopға кепілдік беруді қарастырады. Дамыған елдерде жауапкершіліктің әр түрлі деңгейіне байланысты құн төленеді.

Туристік қызметтердің бірі көліктің әр түрлерін пайдалану арқылы тасымалдауды ұйымдастыру болып табылады. Тасымалдау жүйесі туристердің жаяу қозғалысымен, дамыған технологиялық процестің деңгейімен және қозғалыс құралдарын пайдаланумен байланысты:

- жануарлар;
- пілдер, түйе, жылқы, есек, ит;
- жерде жүретін қозғалыс құралы;
- әуе қозғалыс құралдары;
- судағы қозғалыс құралдары.

Тасымалдаудың негізгі және қосымша туристік өнімдегі қозғалыс құрамына қарай жұмыс кезеңін келесі ретте бөлуге болады:

- трансфер, автобустар, кететін 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 бағыты бойынша жеткізіп салу, яғни бұл жерде круиздік бағыттарды да жатқызуға болады;

- экскурсиялық бағыттар бойынша қалаларда, саябақтарда, т.б. жерлерде тасымалдау.

Халықаралық туризмдегі әуе көлігімен тасымалдау, чартерлік және рейстік ұшақпен жүзеге асырылады. Туризм мақсатында кең ауқымда тік ұшақтармен әр түрлі ұшу аппараттары қолданылады: әуе шары, парафлан, дельтафлан, т.б. Қызметі мен жайлылығына, тамақтануына және әр түрлі факторлардың орындалуына байланысты ұшақтар келесідей кластарға бөлінеді:

- 1-класс (F)
- бизнес-класс (C)
- эконом-класс (Y)
- әртүрлілік.

Ұлттық тасымалдау шеңберінде немесе жекелеген авиакомпанияларда халықаралық туризмге келесідей жеңілдіктерді қарастырып бекіткен:

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

Туристерге ерекше қарқынмен пайдаланылатын жеңілдік карта: АПХА (авиакомпания пассажирлерінің халықаралық ассоциациясы), ЕТА (туризмнің еуропалық жүйесі), т.с.с. Мұндай кар-

таны иемденгендерге кейбір авиакомпанияларда (DELTA, SAS) мынадай жеңілдіктер қарастырылған: қонақүй төлеміне жеңілдік (10-40 пайызға дейін), ол әлемнің ең жақсы деген 40-мыңнан астам отельдерінде бар әрі автомашинаны алғандағы жеңілдік (30 пайызға дейін), сақтандыруда, т.с.с.

Халықаралық қарым-қатынаста жолаушыларды ұшақпен тасымалдау Варшава конвенциясына байланысты ескеріліп отырады. Алғаш 1929 жылы, кейін 1955-1975 жылдары халықаралық әуе тасымалдау ережесі халықаралық деңгейде жасалған. Бұл шартты конвенция барлық елдерде туристерді және олардың жүктерін тасымалдауды ескереді. 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 қатынасы дегеніміз – ұшақтың ұшу, қону және жолшыбай қонуының республиканың аумағында орындалуы. Халықаралық әуе тасымалдауы кезінде ұшу және қону алаңдары әр түрлі мемлекеттерде болады. Әуе тасымалының халықаралық ережесі дегеніміз – туристердің әуежайда алғашқы тексеруден өткен кезеңнен бастап, келесі әуежайда құзырлы адамдардың тексеруден өткенге дейінгі аралығы. Әуежайларда ғимарат, ұшу алаңдары, жолаушылар демалатын орын, т.б. осы ұйымдардың талаптарына сай болуы керек. Дүние жүзі бойынша әуе тасымалдауы БҰҰ, ДТҰ, ICAO ұйымдары арқылы жүйеге келтіріліп отырады. Мысалы, бір жылғы ұшу көлемін алсақ, орташа есеппен ішкі ұшу 4,5 % болса, ал халықаралық – 7%. Жыл сайын халықаралық

ұшу көлемі артып келеді. Кейбір елдерде ұшатын жолаушылар санын арттыру мақсатында билет құнын арзандату, жиі ұшатын жолаушыларға арнайы сервистік қызмет көрсету, т.с.с. қарастырылады.

Ұшақтағы сервис мынадай жайттарға байланысты:

- авиакомпанияға;
- ұшу бағытына;
- тарифке;
- тасымалдау дәстүріне;
- ұшу ұзақтығына.

Қазақстанда тіркелген 61 әуе компаниясы бар болса, оның негізінен тұрақты рейстерін 6 қазақстандық әуе компаниясы орындайды. Олар: «Эйр Астана» АҚ, «SCAT» авиакомпаниясы» АҚ, «Жетісу» авиакомпаниясы» АҚ, «Иртыш Эйр» авиакомпаниясы» АҚ, «Жезқазған Эйр» авиакомпаниясы» АҚ, «Семейавиа» АҚ. Бүгінде ішкі және халықаралық рейстерде нарықтағы күшін арттырып келе жатқан 2 әуе компаниясын бөліп аласыз. Олар: «Эйр Астана» АҚ және «SCAT» АҚ.

«Эйр Астана» паркінің құрамына заманауи деген «Боинг 767-300ER», «Boeing 757-200», «Эйрбас А319», «Эйрбас А320», «Эйрбас А321», «Эмбраер 190» және «Фоккер 50» ұшақтары кіреді. Қазіргі уақытта «Эйр Астана» рейстерін 26 әуе кемесінде орындайды және 2014 жылы бұл санды 34-ке дейін көбейтуді жоспарлап отыр.

Ал «SCAT» компаниясында 4 Boeing 757-200, 4 Boeing 737-300, 2 Boeing 737-500, 5 Bombardier CRJ-200, 1 Bombardier CRJ-700, 2 Як-42, 1 Ан-26 (жүк тасымалдаушы), 1 Ан-12 (жүк тасымалдаушы) және 20 Ан – 24 ұшақтары бар.

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

Қазіргі авиакомпанияның мақсаты – ұшақтың сыйымдылығын арттыру, ұшу ұзақтығын, жылдамдығын, сервистік қызмет пен жайлылығын арттыру.

Ішкі су жүйесінде туристерді тасымалдау арқылы жабдықталған теплоходтарда жүргізіледі. Каюталар бір орындық, екі орындық, төрт орындық және отбасылық болып бөлінеді. Мұндай кластағы теплоходта демалуға барлық жағдайлар қарастырылған: каютадағы жұмсақ ыңғайлы жиһаз, желдеткіш, тоңазытқыш пен кіші барлар бар. Жолаушыларға қызмет ұсынатын ресторандар, бар, сауна, музыкалық салон, ойын залдары қарастырылған.

Халықаралық теңіздік линияда көп палубалы, жоғары жайлылықты, круиздік судналар жұмыс істейді. Жоғарыда айтылып кеткен жайлылыққа мыналарды да қосуға болады: барлық жағдайы қарастырылған бизнес-кластар, семинар мен симфозиндер өткізуге арналған орындар, бассейн, лифт, спорттық кешендер және бортқа туристерді жеке автомашиналармен қабылдау, спутник, интернет, т.с.с. қарастырылған.

Судағы туристік экскурсиялар мен саяхаттарды басқа да тасымалдау түрі: яхта, сүңгуір қайықтарында, катмаранда, байдаркаларда, қайықта және де сол сияқты көліктерде жүргізуге болады. Туристерді тасымалдаудың келесі бір түрі – теміржол қызметі. Ол арнайы жабдықталған туристік құрамдарда жүргізіледі.

Орналастыру жүйесі туризмде ең басты элемент болып табылады. Егер орналастыру болмаса, онда туризм де болмайды. Бұл кез келген туристік аймақ пен орталық үшін қатаң талап болып есептеледі. Себебі өзінің туристік ресурстарына туристерді қабылдау мен эксплуатациялаудан үлкен табысты табуда орналастыру орындарының маңызы зор.

Қонақүй индустриясында қонақжайлылық жүйесі қызмет негізі болып табылады. Бұл бұрыннан келе жатқан дәстүр, кез келген адамзат тарихындағы қоғамдық ортада қонақты сыйлау, оларды қабылдау мен қызмет көрсету мәдениеттіліктің жоғары көрсеткіші ретінде есептелген.

ДТҰ ұсыныстарына сәйкес барлық орналастыру орындары екі санат бойынша ұсынылады: ұжымдық және жеке. Туристерді ұжымдық орналастыру құралдары былайша бөлінеді:

1) қонақүйлер және туристерді орналастырудың ұқсас құралдары (қонақүйлер, ұқсас ғимараттар);

2) мамандандырылған мекемелер (сауықтыру мекемелері);

3) өзге де ұжымдық мекемелер.

Қонақүйлердің негізгі белгілері ретінде ең алдымен 10 бірліктен кем емес нөмірлік қордың болуын атап өту қажет. Қонақүйлер міндетті қызмет түрлерін ұсынады: нөмірді тазалау, төсек-орындарды күнделікті ауыстыру және кәріздік желілерді тазалау.

Нақты жабдықтар мен көрсетілетін қызметтердің ерекшеліктеріне қарай қонақүйлер құрамында кең профилді қонақүйлерді, пәтерлік типтегі қонақүйлер, мотельдер, жол-жөнекей қонақүйлер, курорттық қонақүйлер, тұруға болатын клубтарды және өзгелерін ерекше атап өтуге болады.

Қонақүйлер іспеттес мекемелер тобы нөмірлік қорға ие, міндетті қызметтер тізімін ұсынады. Бұл тәріздестер пансиондар, жиһазбен жабдықталған бөлмелер, туристік жатақханалар және сол сияқтылар.

Мамандандырылған мекемелер (бірыңғай басшылығымен) сондай-ақ туристерге қызмет көрсетуге арналған. Олардың нөмірлері жоқ. Мұнда бастапқы бірлік тұрғынжай, ұжымдық жатын бөлме, алаң болуы мүмкін. Туристерге қону үшін мекеме

орын ұсынғаннан басқа қызметтің өзге де түрлерін көрсете алады. Мұндай мамандандырылған мекемелер мысалы ретінде сауықтыру мекемелері (сауықтыратын орындар, курорттар санаторийлер, сауықтыру фермалары және т.б.), лагерьлер, қоғамдық көліктердегі, конгресс-орталықтарындағы орналастыру құралдары (пойыздар, кемелер) қызмет етеді.

Сауықтыру орындарында, курорттарда түнеу үшін орындар беру қызметі бастысы болып табылмайды. Бұл жерде, ең алдымен, келушілердің ауруларын табиғи факторларды тарту жолымен (климат, теңіз, минералды су және өзгелері) емдеу және алдын алу қажет. Адам организміне материалдық және рухани әсер ету еңбек пен демалудың әдеттегі жағдайларын жоюды қосады. Емдеумен қатар тамақтандыру, демалу, спорт, тұрмыс және, әрине, тұратындардың түнеуі ұйымдастырылады.

Орналастырудың өзге де ұжымдық құралдарына демалуға арналған тұрғынжайды жатқызамыз. Бұл орналастыру құралдары тобының мысалдары ретінде пәтерлік типтегі қонақүйлер, үйлер кешені бунгалолар жүреді. Бұл орынжайлар бірыңғай басқаруға ие, кез келген тұлға (тұлғалармен) немесе ұйымдар тарапынан төлемге, жалға, тегін тапсырылады.

Өзге де ұжымдық орналастыру құралдарының құрамына кемпингтерге арналған алаңдардағы, шағын кемелерге арналған айлақтардағы нысандар (біркелкі басқарумен) кіреді. Қонаққа түнеу және ақпараттық, сауда, бос уақыт түріндегі қызмет көрсетулер қатары ұсынылады.

Туристік жатақханалар, жастар қонақүйлері, мектеп және студенттер жатақханалары, қарттарға арналған демалыс үйлері және әлеуметтік маңызы бар осы іспеттес нысандарды, сондай-

ақ өзге де орналастырудың ұжымдық құралдарына жатқызу керек.

Орналастырудың жеке құралдары төлемге, жалға, тегін ұсынылады. Мұнда үй шаруашылықтары мүшелерімен кезектесіп жалға алынатын (тайм-шеринг) тұрғынжайлар (пәтерлер, коттедждер, жекежайлар) кіреді.

Турист сонымен қатар жалдау құқығымен отбасылық үйде орналаса алады. Турист жеке тұлғадан немесе агенттіктен толық жабдықталған тұрғынжайды (үй, пәтер, коттедж) немесе туысқандарында, таныстарында тегін тоқтай алады.

Қонақүй индустриясы экономикалық қызмет түрінде қонақүйде, кемпингте, мотельде, мектеп және студенттер жатақханасында, келушілерге арналған үйлерде қысқа уақытқа тұруды ұйымдастырады, бұл қызметке ресторандық қызметтің де қатысы бар. Алайда туристік индустрияда негізгі орналастыру құралы қонақүйлер болып табылады. Ол жерде уақытша келушілерге арнайы қызмет, сервис жасалынады. Қонақүйлер тұрақты жатын орындар саны (сыйымдылығы) бойынша ажыратылады. Қонақүй саласында нөмірлердің саны – ең басты көрсеткіші, яғни осыған қарап туристік аймақтың деңгейін бағалауға болады. Жайлылық деңгейі бойынша халықаралық тәжірибеге сәйкес қонақүйлер жұлдыздар бойынша ажыратылады: төменнен (1 жұлдызды) жоғарыға дейін (5 жұлдызды). Қонақ-

үйлерді жұлдыздар бойынша дифференциациялау әр түрлі санаттағы қонақүйлерге деген нормативті талаптарға сәйкес жүргізіледі.

Халықаралық тәжірибеде қабылданған туристерді орналастыру тәсілдерінің стандарттық классификациясын Дүниежүзілік туристік ұйым (ДТҰ) сарапшылары әзірлеген.

Қонақүй мекемелері сыйымдылығына, олардағы нөмірлердің санына және тұруға арналған орындардың санына қарай ерекшеленеді. ДТҰ-ның анықтауы бойынша, қонақүй – бұл ұжымдық орналастыру құралдары белгілі бір мөлшердегі бөлмелерден тұратын жеке басшылығы бар, қызметтердің көптеген түрін ұсынушы және кластарға топталып, категорияға сәйкес қызмет ұсынушы мекеме немесе кәсіпорын. Әлемдік тәжірибеге негіздей отырып, қонақүйлердің бірнеше түрлерін ұсынады: жоғары класс, орта класс, экономдық кластағы апартамент-отель қонақүй.

Ең кең тараған классификациялар мыналар:

- Жұлдыз жүйесін Францияда, Австрияда, Венгрияда, Мысырда, Қытайда, Ресейде және бірқатар басқа елдерде халықаралық туризмді алмасуға қатысушылар қолданады;
- әріптік жүйе Грекияда қолданылады;
- кілтті немесе купон жүйесі Ұлыбританияға қатысты сипатталған.

1.5. Туризм менеджментінің сипаты

Барлық қызмет жүйесі екі шағын жүйеге бөлінеді. Оның біреуі өзінің қарауындағы ресурстарды өңдеп, тауарға және қызмет көрсетуге айналдыратын шағын жүйе, ал екіншісі – шағын басқару жүйесі, оның міндеті – бірінші шағын жүйенің іс-әрекеттерін

бақылау және оған жетекшілік ету. Әдебиеттерде екінші жүйені басқару жүйесі немесе *менеджмент жүйесі* деп атайды. *Менеджмент* деген сөз (ағылшын тілінде «*management*») басқарма деген мағына береді. *Менеджер* – менеджмент саласында көпжылдық да-

йындығы бар, білім деңгейін әрдайым көтеріп тұратын маманданған басқарушы. Қазір нәтижелі менеджмент индустриясы дамыған мемлекеттердің негізі, ал дамушы елдерде ең керекті ресурс болып отыр. Жеке мекемелердің экономикалық жағдайы және толық экономика күйі 3 негізгі факторларды анықтайды: техника мен технология деңгейі; жұмыс күшінің сапасы; өндірісті ұйымдастыру және басқару (менеджмент). Ең соңғы фактор, яғни менеджмент алдыңғы екі факторларға әсер етеді.

Қазіргі басқару жүйесі қарапайым және икемді болуы керек. Бірдей, мінсіз басқару моделі болмайды, өйткені әрбір туристік фирма өзінше керемет. Ол өз моделін іздестіру керек. Америкалық компаниялардың көбі жылына бір рет ұйымдастыру жұмысына өзгерістер енгізіп тұрады.

Қазіргі туризм менеджменті сферасындағы туристік мекемелердің іс-әрекеттерін және ұйымдастыру ерекшеліктерін ескеруі керек. Туризмнің менеджментінің өзіне тән бірнеше ерекшеліктері бар:

Біріншіден, оның тереңге тарауы (құбылыс ретінде қайда адам болса, сонда туризм болады) және элементтерінің өзара байланысының күрделілігі. Туристік мекемелердің көбісі шағын келеді. Ірі мекемелер халқы көп жерлерде ғана құрылады. Туристік индустрияда көптеген өндіріс, мекеме және ұйымдар бар, олар қалай болғанда да бір аймақтық басқару жүйесінде жұмыс істеуі керек, онда қойылған міндеттер – туристік қызмет көрсету нарығында ұзақ уақыт жұмыс істей білу және басқалармен жарыста ұта білу керек. Барлық туристік индустрияны, барлық туристік аймақты бақылап, талдаулар жасап тұру қажет. Осындай жағдайларда менеджменттің көмегімен барлық аймақтың, сон-

дай-ақ жеке туристік ұйымдардың даму стратегиясы жасалынбақ.

Басқарудың объектісі ретінде туризм менеджментінің *екінші* ерекшелігіне өлшеуге қиын және түсініксіз мақсаттарды жатқызуға болады. Жеке мекеменің менеджменті үшін іс-әрекеттері табыс алуға бағытталған, нақты өлшемді мақсат болып шарт, ол – құндылықты көбейту, бос ақшаны үнемі айналысқа жіберу, табыс келтіру және басқалар. Туристік ұйымның менеджменті үшін ондай мақсаттар мекеме деңгейінде де, аймақ деңгейінде де болмайды. Сол үшін туристік ұйымның өлшемді мақсаттары болмайды, сондықтан да оның өндірістік қабілетіне және жетістіктеріне нақтылы баға беруге болмайды. Туризм менеджментінің *үшінші* ерекшелігі – оның аймаққа әсерінің шектеулілігі. Жеке туристік мекеменің басқару мамандары, жарғыда көрсетілген өкілдік бойынша, өздерінің шаруашылық іс-әрекеттеріне байланысты барлық жұмыстарға тиісті шешім қабылдай береді. Туристік ұйымның менеджментінің ондай өкілдігі жоқ. Туристік ұйым мемлекет қаржысын пайдаланып, мемлекеттік шаруашылықпен айналысады, сондықтан да оларға мемлекет саясатының ықпалы басым. Менеджмент өз аймағындағы саяси күштерге көңіл аударуға тиісті, өйткені оның мамандары еңбекақыны үкімет бюджетінен алады.

Туризм менеджментінің *төртінші* ерекшелігі – мүдделі туристердің сырттан тигізетін әсері. Туристік мекеме және ұйым көптеген мүдделі адамдар мен клиенттермен жұмыс істейді, олардың қызығу себептері де әр түрлі және олар қатты әсерін тигізеді. Туристік ұйым және мекеме кредиторлармен, саяси құрылымдармен, қала басшыларымен, туристермен бірігіп жұмыс істейді.

Басқару объектісі ретінде туризмнің ең маңызды *бесінші* ерекшелігі – туристік өнімнің айрықшалығы, оның өндірілу көзімен бірге қалыптасуы. Өйткені туристік өнім көрсетілетін туристік қызмет арқылы ғана өндіріледі, жоғарыда айтылғандай, оны қоймада сақтау немесе көлікпен басқа бір жерге жіберу мүмкін емес. Бірден туристер көп келеді деп те болжам жасауға болмайды. Сол себептен де туризм менеджментінде өз қызметкерлеріне көңілді көбірек бөлген жөн.

Туризмнің *алтыншы* ерекшелігіне туристік өнімнің сыртқа тигізетін әсерін жатқызуға болады. Мұнда сөз болатын – туристердің қоршаған адамдармен қатынасы. Бос уақытында өткізген саяхат – бұл басқа саяхатшылармен және жергілікті тұрғындармен әңгімелесіп, қатынас жасау. Жүргізілген зерттеулер көрсеткендей, келген қонақтың (туристің) мәдени қатынасы оны қабылдаушыларға және басқа да туристерге үлкен әсерін тигізеді. Егер келген туристің тәртібі нашар болса, ол жергілікті халықтың оған қатынасын нашарлатады, осыдан оның демалысы да бұзылады. Туризм адам өмірінің әр түрлі сферасына үлкен әсерін тигізеді: экономикаға, экологияға, саясатқа, олар өз ретінде туризмге әсерін тигізеді. Туристік аймақ келген туристерден табыс табады, ол жергілікті экономиканы көтереді. Егер де түскен табыстан жер бедерін, көркін сақтауға, қорғауға ақша бөлінсе, туризм аймақтың экологиясы үшін де пайдалы. Бірақ та кейде туризм жергілікті тұрғындардың қарсылығын туғызуы мүмкін, онда аймақта туризмді дамыту қиын болады. Мұндай жағдайда туризмді жоспарлау және қалыптастыру үшін жалпы қоғамды тарту керек, соның көмегі керек. Мұндай процестерге барлық топтардың (эконо-

мистер, экологтар және т.б.) қатысқаны жөн.

Туризмнің *жетінші* ерекшелігі – бұл туристік сұраныстың айрықшалығы, негізгі үш себебіне қарай біркелкі емес. Бірінші себебі туристік өнімді не сезінуге, не сақтауға мүмкін еместігі болып табылады. Туристік қызметті келісім жасағанда ұстап көру және оны тауар ретінде дәмін білу мүмкін емес. Туристік фирманың менеджерінің жұмысындағы күрделілік – ол өздері көрсететін қызметтің сатып алушы үшін пайдалылығына сендіру. Екінші себебі – туристік қызметті пайдаланушылардың әртүрлілігі. Әр түрлі категориядағы туристер сапар мақсатымен, туристік қызметке қоятын талабымен, төлем бағасымен бір-бірінен айырмашылықта болады. Туристердің әрбір түріне сәйкес туристік нарық түрі керек, сондықтан да туристік қызметтің өндірушілері демалушылардың белгілі бір, яғни табысты мол әкелетін түрлеріне бейімделуі жөн. Үшінші себебі – қоғамдық факторлардың мәнінің жоғарылығы: елдегі экономикалық жағдай, экология, әлеуметтік факторлар және басқалар.

Туризмнің *сегізінші* ерекшелігі – басқару объектісі ретіндегі туристік қызметтердің кешенді түрде көрсетілуі. Шынын айтқанда, туристік қызмет дегеніміз – бұл саяхат кезіндегі және демалатын орындардағы туристке ұсынлатын қызмет. Мұнда кейбір жеке туристік қызметтер бір-бірін толықтырып тұрады. Туризм менеджменті үшін ең маңыздысы – «толықтырушы» деген түсінік. Мысалы, турист демалысқа шыққанда, егер де баратын жерінде түнейтін орын мен тамақтанатын жері болмаса, онда оның саяхатқа шығуы да мүмкін болмайды. Шаңғышы баратын қонақ үйінің қасында шаңғы тебуге мүмкіндік болмаса, бұл қонақүйдегі орынға тапсырыс бермейді. Бұл туризм

сферасындағы жеке қызметтердің өзара тығыз байланыстылығын көрсетеді.

Туризмнің *тоғызыншы* ерекшелігі – оның мезгілдік болуы немесе туристік қызмет мөлшерінің табиғи-климат жағдайына байланыстылығы. Туризм менеджменті мұндай құбылыстарды міндетті түрде ескеруі қажет, өйткені сұраныстың күрт өзгеруі барлық туризм индустриясының жұмыс жағдайын нашарлатып жіберуі мүмкін. Сонымен, туризм сферасындағы басқарма өзінің табиғаты жағынан біртекті емес: ол кейде жеке және ұжымдық еңбектің өзара байланысының функциясының бірлігі ретінде де көрінуі мүмкін. Басқарма дегеніміз – жетекші органның мақсатты түрдегі ықпалы: сервис қызметінде туристердің қажеттерін толық өтеу, жұмыстың сапасын көтеру және табыстың түсімін қамтамасыз ету.

Жоғарыда айтылған туристік саланың ерекшеліктері басқарудың объектісі ретінде, туристік бизнестің менеджерлері келесі мәселелерді жақсы түсінуі керектігін көрсетеді: бұл сала толығымен басқа салаларға ұқсамайды, сондықтан да басқарудың моделін басқа бір еңбек сферасынан туризм сферасына аудару мүмкін емес.

Қандай болмасын туристік бір мекемені басқарудың келесідей ерекше сипаттарын бөліп көрсетуіміз керек:

- туристік іс-әрекетті (шаруашылықты) жоспарлағанда, ең алдымен туристердің мүдделерін, қажетін және тілектерін ойластыру керек;

- туристік қызметтің бірінші қажеттілік еместігі. Туристік өнім тіршілік үшін

ең бірінші қажетті зат болған емес және жақын арада ондай болуы да мүмкін емес. Мұны былайша түсінуге болады: қазіргі әлемде сауықтыру және даму құралы ретінде туризмнің маңызы өте зор болғанымен, ол экономика, экология, саясат конъюнктурасына өте тәуелді;

- туристік салада маркетингтің маңызы едәуір жоғары. Оның себебі, туристік қызмет көрсетуші өз тауарының үлгісін туристің көз алдына келтіре алмайды, сондықтан да ол өзінің тауары (қызметі) туралы дәлел табуы керек. Мұны тек жақсы жүйеге қойылған маркетинг қана орындай алады;

- туристік қызмет мәні жағынан өзінің ешбір аспектісінде қайталанбайды. Тіптен бір фирманың екі турының өзі бір маршрутпен өтетін қызметтерінің мәні жағынан бір-біріне ұқсамайды (сапар маршруты, көрсетілетін қызметі, көлік құралдары, барған еліндегі оқиғалар және т.б.).

Туристік фирманың құрылу ережелерін оның алдына қойған мақсаттары мен стратегиясы анықтайды. Туристік фирманың мақсаты – оның жақсы болашағы. Туристік мекемелер мақсаттарына байланысты үш класқа бөлінеді: экономикалық, фирмалық және әлеуметтік. Экономикалық мақсаты табыстың ұзақ мерзімге жоғары деңгейде болып өсуін көздейді. Фирмалық мақсаттары фирманың атағын шығарып, имиджін жақсартады (жердің, аймақтың, елдің атағын шығарады). Әлеуметтік мақсаттары табыстары төмен халықтар үшін туристік өнімдерді өндіруді, дамытуды міндетіне алады.

БАҚЫЛАУ СҰРАҚТАРЫ

1. Туризм терминіне анықтама беріңіз.
2. Туризм индустриясы дегеніміз не? Оның құрылымы қандай?
3. Түрөнім қандай құрамдас бөліктерден тұрады?
4. Туризмнің экономикалық механизмі жайлы не айтасыз?
5. Туризмді ұйымдастыру қандай қызмет жүйелерін қамтиды?
6. Туроператор дегеніміз кім?
7. Турагенттіктің қызметі қандай?
8. Тасымалдау жүйесі қалай жүзеге асады?
9. Орналастыру орындарының түрлері.
10. Туризм менеджментінің ерекшеліктерін атаңыз.

2-тарау. Туризмдегі қызмет көрсету түсінігі

2.1. Туристік қызмет ұғымы

Туристік қызметтер – тасымалдау, орналастыру, тамақтандыру, туристік-экскурсиялық қызметтер мен экскурсия жүргізушінің және гид-тасымалдаушының қызметтері саласындағы қарапайым бірліктегі немесе байланыстағы туристік өнімдер.

Қызмет материалдық тауардан тек оның пайдалану орнында ғана шығуыменен ажыратылады. Қызмет, сонымен қатар, оны ұсынушы мамандардың дайындығын және материалдық құралдарды қажет етеді. Тиісті біліктілігі жоқ маман сапалы қызметті қамтамасыз ете алмайды. Кәсіби біліктілігі жоғары, ұжымдық түрде қызметті көрсете алатын мамандар тобын қалыптастыру туристік кәсіпорынды құрудың негізі болып табылады.

Экскурсияны ұйымдастыру үшін туристік кәсіпорында біліктілігі жоғары экскурсия жүргізушісінің болуы қажет. Сол сияқты экскурсия маршрутын дайындау, құжатты жасау, келіссөз өткізу, автобустық кәсіпорындармен келісімшартқа тұру қажет. Бірақ турист болмаған кезде, бұл қызметтің барлығы жоғалып не ескіріп қалмайды, тек өз тұтынушысын күтеді.

Маманды дайындау процесі, мамандар тобын алу және оларды оқыту – дайындау процесінің немесе әлеуеттік қызметті өндірудің соңғы қадамы. Әлеуеттік қызмет деген – тұтынушы

нарығында ұсынылатын көрінбейтін тауар. Тұтынушыны (турист) күту процесін тауардың жиналу процесімен салыстыруға болады. Орналастыру қызметін қонақүйде немесе басқа орналасу орындарында көрсетуге болады. Тасымалдау қызметтерінің орындалуы үшін көлік құралдарын қажет етеді. Экскурсия үшін материалдық нысандар қажетті, мысалы, музейлер.

Егер де тауар қолданылмаса және жиналып жатса, онда ол уақыт өте келе өзінің тұтынушылық қасиетін жоғалтады. Одан басқа жиналу процесінің өзі қаражатты қажет етеді. Бұл уақыт өте келе өз қасиетін жақсартатын тауарларға қатысы жоқ, мысалы, бағалы заттар. Қызмет адам арқылы іске асады және оны тұтыну процесінде туындайды. Егер кәсіпорынның функциясында үзіліс болса, онда ол шығынға ұшырайды, ал ұжым өзінің кәсіби біліктілігін жоғалтады. Қызмет көрсету сатысында оның жүзеге асуына әсер ететін және деңгейді, сапаны анықтайтын материалдық құралдары болады. Қызмет саласындағы жұмыстарда ұзақ үзілістер мамандардаң қайта даярлануын, кәсіби біліктілігін жетілдіруді, технологияның, тұтынушы талаптарының өзгеруіне және дамуына сәйкес қайта білім алуды қажет етеді.

Адамның саяхат кезіндегі орын алмастыруы былайша бөлінеді:

– активті – адамның бұлшықет көмегімен: жаяу, тауға шығу, альпинизм, велосипедпен, жүзу, ескек есу және басқа;

– пассивті – механикалық қозғалатын немесе басқамен қозғалатын түрлі құралдардың көмегімен.

Тасымалдау қызметі және басқа да транспорттық қызметтер әр түрлі туристік өнімнің құраушысының бірі. Ең алдымен, бұл жіберу жерінен белгіленген жерге тасымал және трансфер, туристі белгіленген нысанға жеткізу (мысалы, аэропорттан қонақүйге), сол орнындағы транспорттық қызметтер, мысалы, экскурсиялық. Қызметтің туристік өнім құрамындағы маңызды орны мен сипатын көрсету керек, тасымалдау қызметін ұсынбағанда немесе қызмет тиісті деңгейде көрсетілмеген жағдайда туристік өнім өзінің негізгі қасиеттерінен айырылады және, кей жағдайда, тұтынушы немесе тұтынушы тобы тарапынан қызметті тұтыну тоқтауы мүмкін. Егер теңіз курортының турында туристі туристік орталыққа тасымалдауды жүзеге асырмаса, онда тур болмайды. Ұйымдастырушының себебінен туристі кері тасымалдың жоспарланған кезеңі жүзеге асырылмаса, онда тур толық емес қызмет көрсеткен болып табылады және тұтынушы оларға шығындардың орнын толтыруды талап етуге құқысы бар. Қызметтердің генерациялану барысында және оны тұтытуда түрлі құралдар қатысады және тасымалдың көптеген әдіс-тәсілдері қолданылады.

Сол сияқты тасымалдау құралдары мыналармен қызмет ете алады:

– орналастыру орнымен (түнеу): круиздік кемелер, туристік пойыздар, жатын автобустар орналастыру қызметтері;

– көңіл көтеру нысандарымен: ойын-сауық іс-шаралар, көңіл көтеру мақсатымен сырғанау, спорттық жарыстар, шоу және көрмелер – көңіл көтеру қызметтері;

– тауар сатып алу нысандарымен: модельдік экспонаттар – сатып алу;

– жеке көліктермен: автомашиналарды жалға алу, яхталарды жалға алу және т.б. жалға алу қызметтері.

Транспорттық қызмет көрсету турдың құрамына кіруі мүмкін, бірақ турист сол қызметтерді келген жерде өздігінен сатып ала алады. Тасымалдау құралдары тауар ретінде, жалға алу нысан ретінде, аттракция құралы мен нысан ретінде және т.б. болуы мүмкін және туристік өнімнің негізгі түрлерінің генерациясында қатысуы мүмкін. Тасымалдау құралына негізделген іс-шаралар, туристік өнім негізіне салынуы мүмкін немесе туристік сапардың басты мақсаты болуы мүмкін, мысалы, Монте-Карлодағы «Формула-1» автомобильдік жарыстар туры. Уақыт белсенді түрде алға жылжуда, туристердің қажеттіліктері мен ғылыми-техникалық прогрестің мүмкіндіктеріне жауап бере алатын туристік өнім генерацияның жаңа қасиеттері, әдіс-тәсілдері шығуда. Бұрын белгісіз болып келген техникалық құралдар мен әдістер негізінде жаңа қызмет түрлері құрылуда.

Туристік қызмет – қызмет көрсету саласында мақсатты түрде жасалынатын іс-қимыл, бұл туристің немесе экскурсанттың қажеттіліктерін қамтамасыз етеді. Туристік қызметтің тауардан айырмашылығын көрсететін төрт сипаттамасы бар. Олар:

- 1) сезілмейтіндігі;
- 2) өндірісі мен қолдануының ажырамастығы;
- 3) өзгергіштігі;
- 4) сақтауға жарамайтындығы.

Туристтік қызметтерден бөлек арнайы сипатты қызметтер де бар:

- туристік аймақтың анық көрсетілуі (мысалы, «күн – теңіз» – Кипр, Болгария, Түркия; «демалыс – емделу» – Карловы Вары, Ессентуки, «спорт» – Домбай, Чехия, Югославия, Швейцария, және т.б.);

- көптеген ұйымдар көмегімен туристік пакет жасау, оның әрқайсысының өзіндік жұмыс әдістері, әр түрлі коммерциялық мақсаттары бар;

- туристік қызмет пен оның қолданылатын орны арасындағы арақашықтықтардан өту;

- туристік қызметтің уақытқа және жерге тәуелділігі. Мезгіл факторы зор маңызға ие. Туристтік ұйымдардың маркетингтік шаралары мезгілінде және мезгіларалық уақытта айқын білінеді.

- сұранысын жоғарылату үшін мезгіларалықта қосымша ұсыныстар жасау керек: төмен бағалар, қосымша әр түрлі қызметтер және т.б.;

- туристік қызметтің сапасына сыртқы факторлар маңызды әсерін тигізеді, олар форс-мажорлық сипаттар, сатушы мен сатып алушыларға тәуелсіз болады: ауа райы, табиғат жағдайлары, саясат, халықаралық құбылыстар, және т.б.

Туризмде ұсынылған қызметтер территория бойынша бөлінеді. Туристерге қызметтердің кейбіреулері тұрғылықты өмір сүретін жерлерінде көрсетіледі (ақпараттық қызмет). Басқаларын туристік саяхат кезінде (ақпараттық, көліктік қызметтер) алады. Үшіншісін туристер туристік орталықтарда (орналасу, тамақтану, емдеу, көңіл көтеру, іс кездесу) алады.

Қызмет көрсетуді туристерге бағыттап, үлгі бойынша былай бөлуге болады:

Қызмет пен тауарларға тарту.

Олардың туристік өнімге қызығушылығын тудыру.

Ұсынылған тауар мен қызметтерді пайдалануға қызығушылықтарын тудыру.

Туристтік қызмет пен тауарларды пайдалануда тура шешім қабылдауға көмектесу.

Туристтік қызмет индустриясы өз тарапынан, туристік бизнестегі қызметті бағалай алу өкілеттігіне ие, туристік саланың дамуын жоспарлай алатын, сандық, сол сияқты сапалық көрсеткіштерде туристік сұранысты болжауды жүзеге асыруға, экономикалық және әлеуметтік құбылыстардағы өзгерістерді есепке алу негізінде икемді шешім қабылдау және бағыттың серпінді өзгеруіне қабілетті басқару құрылымы бар, яғни жауапкершілігі мол құзыреттіліктермен нығайтылуы қажет.

Кең ауқымды менеджмент басқару объектісіне әсер ететін басқарушылық ықпал етуді әзірлеу мен оны жүзеге асыру процесін білдіреді. Қызмет көрсету аясындағы менеджмент салалық деңгейде басқару субъектісінің басқару объектісіне әсер етуін білдіреді. Басқару процесінің өзі басқару субъектісі мен оның объектісі арасындағы белгілі бір ақпараттарды айналымға түсіру арқылы жүзеге асырады.

Туристтік қызметті басқару әрі ұйымдастыру, маркетингтік зерттеулерді жоспарлау әрі реттеу және сервистік қызмет көрсету саласында шетел тәжірибесін пайдалану, бәсекеге қабілетті жоғары тиімді туристік кешенді ұйымдастыруға, сол арқылы біздің және шетел азаматтарының демалуға, еркін орын ауыстыруға деген құқықтарын қамтамасыз етуге септігін тигізеді. Осы орайда, көршілес Ресей Федерациясындағы туристік индустрияны басқару құрылымының барынша жетілдірілгенін Туризм жөніндегі Үйлестіру Кеңесінен, Ресей Федерациясы президенті жанындағы

туризм және спорт жөніндегі мемлекеттік Ұйымнан басқа Ұлттық туристік корпорацияның (қаржылық өнеркәсіп тобы) құрылуынан көре аламыз.

Тұтынушылар мен қоғам алдындағы жауапкершілік адамдар қажеттіліктерінің өсуі мен өзгеруіне, ұлттық туристік өнімнің жай-күйіне конструктивті жауапты әрекет білдіру туристік әкімшіліктің әлеуметтік міндеттері болуы тиіс.

Мемлекеттік басқару әрі реттеу жүйесінің тұрақсыздығы, туристік қызмет нарығының арнайы зерттеу әрі талдауының болмауы туристік қызмет аясын тұрақты дамыту міндеттерін қиындатады.

Туристік қызмет аясын өркендетті дамыту негізіне жататын шешуші фактор – бұл мемлекеттік менеджмент пен жоспарлы мемлекеттік қаржылай қолдау көрсету. Сондай-ақ, мұны әлемдік тәжірибе де дәлелдейді. Біздің көзқарасымызша, келеңсіз құбылыстарды тез арада жою Қазақстанның туристік қызмет аясында мемлекет пен бизнестің өзара ынтымақтастығынсыз әлемдік туристік нарыққа кіру қиын болатын шындықты сезінумен байланысты болады.

Соңғы жылдардағы Қазақстандағы туристік бизнестің қарқынды түрде дамуы кәсіпкерлерге ғана пайда әкеліп жатқан сияқты. Валютаның шетелге «кетуі» нәтижесінде адамның әлеуметтік әлеуетін үнемі өндіруді көздейтін туристік саланың әлеуметтік-мақсатты міндеті ғана емес, сонымен бірге ұлттық және өңірлі ауқымдардағы туристік саланың экономикалық міндеттері де жүзеге аспады. Қазіргі кезеңде туристік бизнестің қарқынды дамуын қамтамасыз ететін нарықтық тұтқалар өлсіз әрекет етуде, нарықтық қатыныстарды қолдаудың мемлекеттік саясаты қажет етіледі.

Ғылыми-техникалық және басқару ұйымдарының жетістіктерін біріктіре отырып, туристік қызмет бизнесі қазіргі заманның экономикалық және әлеуметтік серпініне бейімділігі мен «өзіндік пайданы мейлінше көтеру» мотивациясынан туындап, жаңа – «әлеуметтік-бағдарланған» рөлде көрініп, өзінің кәсіпкерлік тәжірибесінде тұтастай қоғамның экономикалық, әлеуметтік және саяси мүдделерін қозғауы тиіс. Туристік қызмет бизнесінің «әлеуметтік-бағдарлануын» сезіну, туристік саланың дәстүрлі орталықтарын қайта түлету және дамыту, ауқымды табиғи және әлеуметтік-экономикалық әлеуеті бар жаңа туристік аудандарды игеру мақсатымен ішкі және сыртқы туризмді басым дамытудағы жағдайларды қамтамасыз ету негізінде туристік қызметті мемлекеттік реттеу әдістерін өңдеу мен қолдануды талап етеді. Сонымен бірге, көпшілік халықтың мүдделері үшін Қазақстанның әлемдік нарық жүйесіне интеграциялануын және туристік қызмет саласындағы халықаралық ынтымақтастықты дамытуды да талап етеді. Туристік қызмет бизнесінің «әлеуметтік-бағдарлануын» қалыптастыру, жалпы ұлттық мақсат экономикалық өсу қарқынын арттыру мен Қазақстан Республикасының халықаралық орналасуын нығайту жолында қоғам мүдделері мен капитал балансын қамтамасыз ету үшін құқықтық және экономикалық, басқа да ұйымдастыру шараларының кешенін қарастыру қажет. Осы мақсаттарда туристік қызмет бизнесін дамытудың мемлекеттік және өңірлі жоспарлануы негізінде жасалатын мемлекеттік басқару мен реттеу жұмыстары қолданылады. Солардың ішінде негізгі элементі болып табылатын заңдар, қазіргі жағдайларда туристік индустрияның дамуын реттейтін жауапкершіліктің негізделуін

қарастыратын қажетті тәртіп үлгілерін белгіледі; кінәлі деп табылған жауапты субъект үшін заңның қатаңдығын қолдану; несиелеу мен баға белгілеудің неғұрлым тиімді, ынталандырушы жүйесі – экономикалық шараларды; туристік саланың дамуы жағдайын жоспарлауды, бақылау мен бағалауды жүзеге асыратын, туристік бизнес жауапкершілігінің инстанцияларын құру-ұйымдастыру шараларын қарастырды.

«Әлеуметтік-бағдарланған» туристік қызмет саласы тұрақты дамуымен, сондай-ақ «сапалы» туристік сала түсінігімен байланысты. Ол туристік индустрияда баға мен сапаның оңтайлы арақатынысын қамтамасыз ететін туристік қызметтердің, тарихи орындар мен нысандардың пайдаланылуына катысты. Сапалы сервистік қызметтің көрсетілуі туристерді баулуға ықпал етеді десек, онда оның мемлекеттік, қоғамдық және жекеменшік секторларының міндеттері ретінде көрінетіндігін айтып, оны туристік саланы жоспарлау, дамыту және басқару процесіне кірістіру көзделеді.

Дүниежүзілік Туристік ұйым тарапынан түрлі елдер мен өңірлерде туристік аяның тұрақты даму жоспарларын әзірлеу әдістері мен жалпы стратегияларына; туристік қызметтердің нормативтік-құқықтық базасына; жерге және демалыс аймақтарындағы мүліктерге меншік құқықтарымен, туристік инфрақұрылымдарды тиімді пайдаланумен, ұлттық саябақтар, қорықтар құрумен және т.б. байланысты саясатқа үлкен мән беріледі.

Туристік менеджмент мәселелеріне талдау жасай келе, мемлекеттен өзге қоғамдық туристік ұйымдар бар екендігін айту қажет. Атқарушы және өкілді билік құрылымдарынан тұратын мемлекеттік басқару органдары және қоғамдық туристік ұйымдар (туропе-

раторлар, турагенттер, қонақүйлер және т.б. қауымдастықтар) өзара байланыста әрекет ете отырып, елдегі туристік қызмет аясының қалыпты әрекеттер жасауын әрі тұрақты дамуын қамтамасыз етеді. Туристік қызметтер аясы тиімділігінің халық шаруашылығындағы өлшемдерін айқындау мәселелерін: қоғам (тұтастай халық шаруашылығы), салалар, жекелеген туристік фирмалар деңгейі тұрғысынан қарастыру көзделетінін атап өтеміз. Осыған орай, әлеуметтік-тұрмыстық инфрақұрылымдардың диверсификацияланған салааралық кешені ретіндегі жүйеден; өңір ауқымындағы дербес шаруашылық жүргізуші буын ретіндегі саладан; туристік шаруашылық жүргізуші субъектіден (туристік фирмалардан) тұратын туристік саланы басқарудың ұйымдық құрылымын басшылыққа аламыз.

Туристік саланың дамуын үйлестіруді қамтамасыз ету мақсатында 2000 жылдың 30 қазанында Қазақстан Республикасы Үкіметінің №16 Қаулысымен, Қазақстан Республикасы Үкіметі жанындағы консультативтік-кеңесші орган болып саналатын туризм жөніндегі Үйлестіру Кеңесі құрылған болатын. Шешімдері ұсынысты сипатқа ие, ал қызметі қоғамдық бастауларда жүзеге асырылатын Үйлестіру Кеңесінің жұмысшы органы болып саналатын ҚР туризм және спорт Агенттігінің қызметі арқылы Қазақстан Үкіметі туристік қызмет секторын тікелей басшылыққа алса, құқықтық тұтқалар, инфрақұрылым және халықаралық саясатты қолдау көмегімен жанама түрде реттейді.

Нақты айқындалған міндеттер мен мақсаттарға қарамастан, оған қол жеткізу тәсілдері мен олардың сипаты тұтыну сұранысындағы, ғылыми-техникалық прогрестегі өзгерістер және т.б. факторлардың әсерімен өзгеріп

отыруы мүмкін. Сондықтан да басқару жүйесі ішкі және сыртқы жағдайлардың өзгеруіне тез кері әсерін білдіруге икемді болуы тиіс. Инфрақұрылымының нашар дамығандығына қарамастан, қазір туристік қызмет индустриясының бір бөлігі кешенді туристік қызмет, яғни туристік-саяхатшылық қызмет өнімдерін ұсынуға қабілетті. Дегенмен де, бұл саланы қайта құру әрі дамыту мемлекеттің белсенді көмегінің, іс жүзінде мүмкін болмай отырғандығы шындық.

Нарықтық экономиканың нақты жағдайында, яғни қызметтер, капитал және адамдардың еркін орын ауысуында бағалардың тепе-теңдігі болмайды, туристік тұтынуудың нәтижелері туристік саланың ерекше ресурстарының кейінгі тұтынылуы мен жағдайында көрініс табады. Туристік қызметтердің өзгешелікті сипаты, елдің туристік өнімдерін қоғамның байлығы ретінде қорғаудың қажеттілігін тудырады. Туристік аядағы тұтыну тұрақтылығына, елдің, өңірдің, аумақтың туристік өнімдерін сақтау бойынша саналы түрде күш жұмылдырғанда ғана қол жеткізуге болады.

Туристік индустрияның әлемдік жүйесіне қосылуы үшін әрбір елдің туристік саладағы байланыстары мен өзара қарым-қатынастарының белгілі құрылымы болуы тиіс. Мемлекеттік органдар мен туристік кәсіпорындарды, сондай-ақ ғылым, мәдениет, бұқаралық ақпарат құралдары және т.б., туристік қызметтерді қажетсінетін халықаралық байланыстырушы буын болып табылатын қоғамдық туристік ұйымдар, туристік қызмет индустриясын дамыту бағдарламалары жасалынатын, туристік саладағы болған жағдайларға байланысты сұрақтар мен көзқарастар талқыланатын орталықтар.

Жүйе ретінде туристік қызмет индустриясының күрделілігін және бұл

саладағы мәселелерді мемлекеттік деңгейде кешенді шешу қажеттігін туристік қызметтің түрлері, міндеттері мен мақсаттарының алуан түрлілігі айқындай түседі. Таңдап алынған стратегия ұйымдық құрылым және олардың тиімді қызмет істеуі – туристік саланың жоғары деңгейде дамуына қол жеткізудегі басты факторларының бірі. Туристік қызмет тұтынушыларының құқықтарын қорғауда, қызмет аясының дамуына ықпал ететін заңды және нормативтік актілердің орны ерекше. Уақтылы әзірленген нормативтік-құқықтық база әлеуметтік дамуға, туристік қызметтің жаңа түрлерін әзірлеуге және туристік кәсіпорындардың дамуында жағдайларды қамтамасыз ететін, қаржылық-экономикалық механизмдерді енгізуге септігін тигізіп, ішкі және сыртқы халықаралық туристік қызмет нарығын реттеуге мүмкіндік береді. Осыған орай, мемлекеттік реттеу жүйесі, отандық туристік салаға және тұтастай халықаралық қызметтер саудасына шығын келтіретін әділетсіз бәсекелестіктің бой көрсетуіне қарсы тұратындай басқару механизмін ұсынуы тиіс.

Экономикалық реформалардың қазіргі кезеңі, оның бірқатар бағыттарын өңір деңгейіне бұруды талап етіп, ол негізінен шағын кәсіпкерлікке, әлеуметтік ортаға, табиғатты қорғау және табиғи ресурстарды пайдалануға қатысты. Бұл процесс реформаны басқару процесін орталықсыздандыруды, жер-жерлердегі экономикалық қызметтің белсенділігін арттыруды, жекелеген маңызды бағыттар бойынша өңірлерде реформалар жүргізудің арнайы бағдарламаларын жасаудың қажеттілігін болжайды. Өңір саясаты, тұрғын халықтың әлеуметтік-экономикалық тұрмыстық жағдайын жақсартуға бағытталған, мемлекеттік және қоғамдық, ең алдымен,

аймақтық және жергілікті билік органдарының жүзеге асыратын реттеу шараларының кешені ретінде қаралуы тиіс. Өңір саясатының жоғарғы формасы – бұл аймақтарды басқарудың маңызды механизмі болып саналатын өңір бағдарламасы. Нақтысында, бұл туристік қызмет аясын дамытуға қатысты. Мұндай саясаттың жүргізілуі, Қазақстандағы туристік саланың әлеуетті даму аймақтарындағы экономикалық, табиғи-географиялық, климаттық, әлеуметтік-демографиялық және өзге де жағдайлардағы айырмашылықтардың болуымен шарттасқан, әрине, бұл қоршаған орта жағдайларына бағдарланған туристік саланың бағдарламалық жоспарлауына деген бірегей келісімде қолдануға болмайтындығын көрсетеді. Әрбір өңірдің ерекшелігін ескере отырып, икемді саясат жүргізу талабы әділетті болып саналады.

Нарықтың қалыптасуы кезінде елдің жекелей өңірлері дағдарыстық жағдайды бастан кешетіндігі белгілі, экономиканың құрылымында ауыр өзгеріс процесі орын алатындықтан, туристік саланың дамуын зерттеу кезінде оның қазіргі заманғы әлеуметтік-экономикалық ахуалын түсіну аса маңызды болып саналады. Экономикалық кеңістіктегі интеграцияға іріткі салу өңірлер арасындағы байланыстардың үзілуінде аса байқалады.

Мақсатты-бағдарламалық жоспарлау негізінде Қазақстанда «әлеуметтік-бағдарланған» туристік қызмет бизнесін қолға алуда ұйымдық ортаны құру, туристік аяда қазіргі заманғы нарықтық қатынастардың қызметіндегі процестерді реттеуге мүмкіндік беретін кешенді инновациялық жүйені талап етеді.

Мемлекеттік деңгейде ақпараттық ресурстарды таратуды реттеу жандық мәселеге айналуға қазіргі

заманғы өндіргіш күштер жүйесінде ақпарат және коммуникациялық технология мемлекетті дамытудың ең серпінді факторларының бірі болып саналады. Осы ресурстарға қаншалықты ие болуына байланысты мемлекеттің халықаралық еңбек бөлімі және халықаралық иерархиядағы орны айқындалады.

Саяси, әлеуметтік-экономикалық тұрғыда компьютерлендірудің басымдықтарын анықтау, оған біртұтас ұлттық орталықтың басшылық жасауы елдің және туристік саланың дамуында салмақты рөл атқаруы мүмкін. Біздің пікіріміз бойынша, туристік саланы мемлекеттік тұрғыда реттеудегі ынталандыратын қуатты фактор – ғылыми-техникалық революция, оның жетістіктерінің материалдандырылуы туристік саланың дамуын үйлестіру мен болжамдауды қамтамасыз ету қажеттілігімен байланысты.

Туристік қызметті компьютерлендіру экономикалық процесс үлгілерін жасау құралына айналып, әр түрлі жағдайларда дәл шаруашылық шешімдерін қабылдау мүмкіндігін қамтамасыз ете алатын болады. Өз құрамына жүйелер теориясы мен кибернетика әдіснамасын біріктіретін, зерттеулер әдісі ретіндегі эконометрия және жүйелік талдауды қолдану дамыған елдерде кеңінен таралды. Бұған қолайлы база ретінде компьютерлі техниканың жоғарғы деңгейде дамыған дәрежесі ұсынылды.

Туристік қызмет тәжірибесіне қатысты ғылыми-техникалық даму жетістіктерін өзінде қамтыған әдістерді мемлекеттік деңгейде пайдалану туристік қызмет бизнесін басқарудың ұйымдастыру құрылымын дамытуда, туристік аяның халық шаруашылығының басқа салаларымен өзара байланыстылығын қарастыратын үкімет бағдарламаларын әзірлеу мен

жүзеге асыру ісінде оңтайлы нәтижелерін бере алады.

Ақпарат ағымдарының мемлекеттік бақылауы оған өкімшілік тәртіпте енгізілген ақпаратты пайдаланушылардың барлығын қамтитын, мемлекет билігіне бағынышты компьютерлік жүйелерден тұратын біртұтас ұлттық ақпараттық жүйе құруды талап етеді. Ең алдымен, мемлекеттік инвестициялар мен сатып алулар, субсидиялар мен экспорттық несиелерді қарастыру қажет. Мемлекет бұл аяға шетел инвестицияларының келуіне кедергі келтіріп, қарсы тұруы тиіс. Өйткені, шетел инвестициялары шетелдік бәсекелестердің мүдделерін қорғай отырып, саяси жағдайлар арқылы үстемдік жасағысы келеді.

2.2. Туризмдік қызмет аясын ұйымдастыру

Ұлттық туризмдік өнімді дамыту мен сақтауды жоспарлау туристік қызмет аясының қалыптасуындағы ұйымдастыру шараларының ішінде негізгі орын алады.

Тұрақты даму тұжырымдамасы негізінде «әлеуметтік-бағдарланған» туристік саланы жоспарлаудың Қазақстан үшін маңыздылығы ерекше, өйткені бұл саланың дамуы басым жағдайда табиғи ортаның көрікті жерлерін, тарихи және мәдени мұраларын пайдаланумен тығыз байланысты. Туристік қызмет аясы, тұтастай алғанда, мүмкіндіктері шектелген аймақтарда қоршаған ортаны қорғау және мәдени мұраларды сақтаудың маңызды факторына айналуы тиіс.

Туристік саланы дамытудың мемлекеттік бағдарламасы туристік саланың дамуын жоспарлау, туристік маркетинг, туристік сала экономикасы, туристік көлік, инфрақұрылым, туристік сала дамуының экологиялық аспектілері мен экология, туристік

Қазақстанда пәрменді ақпараттық жүйені құру туристік саланы дамытудың жалпы саяси бағыты мен экономикалық стратегиясын әзірлеуде айқындаушы фактор болып саналады. Өзіндік және өзге туристік ұсыныстардың көбею мүмкіндіктері мен жағдайы туралы мәліметтер, сондай-ақ туристермен алмасуды жүзеге асыруды болжайтын елдердің құрылымдық туристік сипаттамалары туралы мәліметтер негізінде туристік жүйенің қандай салаларына артықшылық беруге, қандай нарықтарда халықаралық туризмнің дамуын ынталандыруға болады және қандай қиындықтармен бетпе-бет келуге тура келетіндігін айқындауға болады.

саланың әлеуметтік және антропологиялық аспектілерін зерттеп үйрену; өуе көлігі, жұмыспен қамту және адам ресурстары, туристік секторды басқару құрылымы; туристік саладағы заңдылықтар, қонақүй шаруашылығы, туристік нысандар архитектурасы мен қосымша құрылыстар салу нормасы; жерді пайдалану, жобаның техника-экономикалық негізделуі; тарихи-мәдени мұралардың сақталуы мен дамуын және экотуризмді жоспарлау, сервис салаларындағы мамандарды тарту арқылы әзірленуі қажет.

«Әлеуметтік-бағдарланған» туристік қызметтің өзара байланысты жүйесі ретінде туристік сала менеджменті, оның барлық бөліктері – сұраныс пен ұсыныс факторлары, инфрақұрылымдық және институттық элементтерінің кешенді дамуын қадағалауы керек. Ол туристік жүйе ішіндегі кешенділікті және туристік саланың ел немесе өңірдің даму саясатына үйлесімдігін қамтамасыз ету үшін бағытталған.

Дұрыс ұйымдастырылған менеджмент белгілі бір ресурстарды немесе дамудың әр түрлі бағыттары үшін тиімді орындарды пайдаланумен байланысты әлеуетті қарама-қайшылықтарды шешеді. Ол, сондай-ақ, инфрақұрылымды қоғам мен туристік саланың жалпы қажеттіліктері игілігіне мақсатты түрде пайдалануды қамтамасыз етеді. Тұтастай ел мен өңір үшін туристік саланы дамыту саясатын әзірлеп қабылдау, оларды дамыту бойынша қабылданатын шешімдерге басшылық жасауға мүмкіндік береді.

Табиғат пен мәдениеттің үйлесімді жарасымы Қазақстанның қайталанбас тартымдылығын, туристік аспектідегі оның беделін қалыптастырады. Экологиялық менеджмент тұрақты дамуды қамтамасыз етудің негізгі әдістерінің бірі болып, ол нысандарды орналастырудың неғұрлым қолайлы үлгілері мен тәсілдерін анықтау кезінде қоршаған ортаның барлық элементтерін мұқият қадағалауды, талдауды және есепке алуды қарастырады.

Мемлекеттің туристік аяның бейберекет дамуын болдырмау үшін жасалынатын жоспарлау төңірегіндегі ерекше рөлін атап өту қажет. Мемлекеттік және өңірлік деңгейлердегі туристік қызмет саласын жоспарлау туристік қызмет бизнесінің менеджменті үшін қажетті даму саясатына, нысандар стандартына, институттық факторларға және басқа да элементтерге негізделеді. Қоғамға өлшеусіз шығын келтірмес үшін туристік көрікті орындарды, табиғи және әлеуметтік-экономикалық ресурстарды тиімді пайдаланудың түпкілікті жоспарын әзірлеу қажет.

Туристік саланың дамуын жоспарлауды халықаралық, ұлттық өңір, сондай-ақ нақты аудандар мен нысандарға қатысты деңгейлерде жүзеге асыруға болады. Жоспарлауға деген

жүйелі келіс қана экономика, экология және әлеуметтік-мәдени орталардың бірлігін қамтамасыз етіп, туристік саланың тұрақты дамуына ықпал етіп, осыған орай, қандай да бір күрделі экологиялық немесе әлеуметтік мәселелерді туғызбай, елге және жекелеген өңірлерге айтарлықтай әлеуметтік-экономикалық пайда әкеле алады. Осыған байланысты туристік ресурстар болашақта тұрақты пайдалану үшін сақталатын болады.

Туристік қызмет аясын мемлекеттік басқарудың неғұрлым маңызды міндеттерінің қатарына келесілерді жатқызуға болады:

– сырттан келетіндер мен іштен келушілерге қажетті жағдай жасауды, ал жергілікті тұрғындарға онда тұру жағдайын қамтамасыз ететін туристік инфрақұрылым элементтерін кешенді түрде дамыту;

– мемлекеттік мүдделерді есепке алу, Қазақстан Республикасының тарихи-мәдени мұрасын қорғау, қоршаған орта сапасын жақсарту, туристік ресурстарды кешенді және тиімді пайдалану;

– ел ішінде туристік нысандарды тиімді орналастыруына қол жеткізу.

Бұған қоса еліміздегі барлық топтардың қалыпты тұрмыс деңгейін қамтамасыз етуді қазіргі кезеңдегі мемлекеттік және өңірлі басқарудың жекелей міндеттері қатарынан көреміз.

Туристік саланың жағымсыз әлеуметтік-мәдени ықпалы жергілікті тұрғындар тарапынан оған деген кері қатынасты туғызады. Бұл, ең алдымен, кейбір өңірлерді шамадан тыс коммерцияландырумен және тіл, мінез-құлық мәнеріндегі айырмашылықтарынан туындайтын түсінбеушіліктер мен даулардың орын алуымен байланысты. Туристік саладағы әлеуметтік мәселелердің пайда болуы мен күшеюі нашақорлық, маскүнемдік,

қылмыстық және жезөкшеліктің өсе түсуінен көрініс беруде.

Туристік саламен туристерді қызықтырып, тартатын көптеген элементтерді қамтитын қоршаған ортаның (табиғи және адам қолымен жасалған) өзара тәуелділігіне көз жеткізген болсақ, ендігіде туристік саланы бақылаусыз дамыту келеңсіз экологиялық әсерлерді туғызуы мүмкіндігі туралы атап кеткеніміз жөн. Оларға мыналар жатады: қонақүйлер және басқа нысандардағы канализация мен қатты қалдықтарды жою жүйелерін дұрыс қалыпқа қойылмағандығы нәтижесінде өзен, көл, жерасты суларының ластануы; қонақүйлердің және өзге туристік нысандардың сәтсіз жобалануы, тым ашық жарнамалық ілмелерді пайдалану нәтижесінде ландшафтар эстетикасының бұзылуы; сол жерлерге үйлеспейтін туристік нысандарды салу нәтижесінде экологиялық тұрғыдан алғанда әлсіз табиғи аймақтардың бүлінуі; туристік нысандар мен кәсіпорындардың сәтсіз жобалануы, жопарлануы және орналасуы салдарынан туындайтын жерді пайдаланумен байланысты мәселелердің пайда болуы.

Туристік саланың жағымды, жағымсыз әсерлерін бағалау және бағамдау мәселелері, ұлттық шоттарда туристік аяның толық заңды сала түрінде қарастырылмауы; ұсыныс көзқарасы тұрғысынан туристік сала әсерін зерттеудің күрделілігі; туристік индустриямен байланысты әлеуметтік-экономикалық зерттеулердегі үзілістің орын алу жағдайларына байланысты қиындатылған. Сондықтан да елді, өңір немесе аумақты дамыту мүдделері тұрғысынан туристік менеджменті жүзеге асыру жағдайында, туристік сұраныс пен ұсыныс факторларын біріктіру, адамның жоғарғы тәртіптегі қажеттіліктерін қана-

ғаттандыру және туристік бизнесті табысты дамытуға ғана емес, сонымен бірге туристік өнімнің өзгешелікті қасиеттерін сақтауға да септігін тигізеді.

Кәсіпкерліктің қалыптасуымен байланысты Қазақстанда болған өзгерістерге қарамастан, туристік ресурстардың айтарлықтай тозуы және оны қалпына келтіру үшін біршама жылдардың қажет етілуінің сақталуы туристік қызмет аясының мемлекеттік қолдауды өткір қажетсінетіндігін байқатады.

Туристік қызмет аясының алдында тұрған міндеттерге келсек, олар:

1. Қоғам азаматтарының демалуға деген құқықтарының сақталуын, туристік қызметтерді аз қамтамасыз етілген топтар пайдалана алатындай мүмкіндіктері бойынша әлеуметтік мәселелердің шешілуіне жағдайлар туғызу арқылы шешу, яғни адам факторына инвестиция жасауды ұлғайту.

2. Елдің табиғи және әлеуметтік-экономикалық ресурстарының қазіргі уақытта және болашақта сарқылуына жол бермей, туристік қызметтің дамуын қолдау.

3. Мемлекеттік, қоғамдық және жеке мүдделер позициялары тұрғысынан туристік қызмет аясын дамыту бойынша шешімдер қабылдау үшін тиімді негіздерді қамтамасыз ету.

4. Туристік қызмет индустриясының барлық элементтерінің келісімді дамуы үшін мүмкіндіктер туғызу. Бұл орналасу орындары, көлік, тамақтандыру және т.б. туристік қызметтер, туристік маңызды нысандар, бизнестің ұйымдастыру шараларының өзара байланысын білдіреді.

5. Туристік саланың әлеуметтік, саяси, экономикалық, экологиялық пайдалылығын бір мезгілде қоғам ішінде бөле отырып, тепе-теңдеуге және оңтайландыруға көмектесу, бұл саламен байланысты әлеуметтік мәселелерді

мейлінше азайтуға қол жеткізу көзделеді;

6. Туристік қызмет индустриясындағы қызметтер нысандарының, көрікті жерлерінің даму дәрежесі мен түрлерін таңдау, оларды орналастыру мүмкіндіктерін бағалау саласында қажетті басқару құрылымын құру;

7. Туристік қызмет саласында мемлекеттік және жекеменшік секторларының қызметтері мен инвестицияларының тиімді үйлесуін қамтамасыз ету;

8. Туристік қызмет саласын дамытудың саясаты мен жоспарларын тиімді жүзеге асыру үшін, туристік секторды реттеу мен басқару үшін қажетті негізді, ұйымдық және басқа институционалдық құрылымдар арқылы қамтамасыз ету;

9. Мемлекеттік және қоғамның жалпы мақсаттарына сәйкес туристік қызмет аясын басқарылатын біртұтас жүйеге айналдыру.

Нақты басымдылықтар мен мақсаттардан тұратын негізгі бағыттарды айқындау басты императивке айналуы тиіс. Осыған байланысты, ұлттық экономиканың нақтылы жағдайына баға беру, халықаралық салыстырулар жасау, қозғалыстың бағытын бейнелейтін және оның болашағын айқындауға мүмкіндік беретін процестерді анықтау қажет.

Туристік нарықты сегменттеу. Біріншіден, сегменттеу кезінде жалпы халықтың пайыздық құрамын алуға болады, яғни Қазақстанда 52% әйелдер және 48% ерлер немесе тұрғындардың 56%-ы қалаларда және 44%-ы ауылды жерлерде тұратындығын ескеру. Екіншіден, мұндай мәліметтер қол астымызда. Үшіншіден, әрбір географиялық аудан үшін маркетингтік мүмкіндіктер оңай анықталады, осы нарыққа қажетті тауарлар мен қызметер ассортименті дайындалады.

Осындай сегменттің тиімді қамтылуын қамтамасыз ете отырып, сатушы баға, тарату каналдары, жарнама шараларын оңай икемдейді. Төртіншіден, туристік кәсіпорынның, қызмет атқару жағдайлары анықталады: туристерге ұсынылатын табиғи байлық, инфрақұрылым, материалдық база, көлік қызметі, қонақжай ресурстары.

Адамның әр түрлі қызмет түрлері арасында, яғни өзінің бос уақытында таңдау жасаған сәтінде айқын көрінетін түрлілікке деген ұмтылысы туристік мотивацияның алғышарты болып табылады.

Демографиялық қағида бойынша сегменттеу кезінде «жас» көрсеткішінің маңызы ерекше. Адамдардың жасы олардың мотивтері мен қажеттіліктеріне, сәйкесінше туристік сервис инфрақұрылымын ұйымдастыруға әсерін тигізеді. Көптеген зерттеушілер тұрғындар жасының пирамидасы мен шынайы туристік нарық араларындағы нақты байланысты анықтауға тырысуда және де сол мақсатта елдердегі орташа өмір сүру ұзақтылығындағы болжамды өзгерістерді пайдаланады.

Көптеген туристік фирмалар, әсіресе жаппай рекреациялық туристік қызмет көрсететін фирмалар, нарықтарын табыс деңгейімен үйлестіре отырып, отбасы өмірлік циклі кезеңдері бойынша айқындайды және олардың әрқайсысына нақты туристік өнімдер дайындайды.

Отбасы өмірлік циклі әдетке, туристік қызметті тұтынуға және шешім қабылдау процесінің серпініне қалайша әсер ететіндігін анықтауға біраз талпыныстар жасалып, зерттеулер жүргізілген. Мысалға, отбасындағы әрбір мүшенің рөлі олардың отбасылық циклдегі болған өзгерістер салдарынан қалайша өзгертіндігі анықталған.

Туристiк нарықты сегменттеу кезiнде ауыспалы ретiнде пайдаланылатын көптеген демографиялық көрсеткiштердiң iшiндегi урбанизацияға баса назар аудару орынды. Жер шарындағы тұрғындардың жалпы санына қатысты қала тұрғындары санының әлемде ұлғаюы шындық. Қала саны өсiп, олардың құрылымы өзгеру үстiнде. Адамдардың тұрмыс жағдайларының, тығыз орналасу, микроортаның дегенерациясы, микроклиматтың нашарлауы және басқаларының салдарынан төмендеуi, туристiк қызметтi тұтынуындағы қуатты стимул ретiнде көрiнуде. Қалалықтарда табиғи сипат алмайтын қала ортасынан қашу тiлегi пайда болады. Тұрғылықты мекен ауқымды болған сайын туристiк қызмет саласы адамдардың тұтыну шкаласында жоғарғы орын ала бастайды. Яғни, туристiк қызметке деген басым қажеттiлiк қарапайым қажеттiлiкке айналады.

Психографиялық көрсеткiштер бойынша, нарықты сегменттеу кезiнде қоғамдық класқа, тұрмыс кейпi, тұлғаның мiнездемесiне қатысты мақсатты топтарды анықтап алу маңызды. Рекреациялық бағдарламаларды дайындау кезiнде туроператорлар «функционалды бағдарлауды» ескере отырып, қарапайым рекреациялық шұғылдануларды мақсатты, қосымша және қосалқы түрлерiне бөледi. Мысалы, экскурсиялар тану функциялы рекреация үшiн мақсатты болса, сауықтыру үшiн қосымша және емдеуге қосалқы болады.

Көптеген мамандардың пiкiрiнше, тұтынушылардың мiнез-құлқына қарай нарықты сегменттеу туристiк нарық сегментiн құрудағы қисынды негiздi бiлдiре отырып, аса маңызды туристiк сегмент қатарларын айқындауға мүмкiндiк бередi. Дегенмен, онда негiзге алынатын ауыспалылардың барлығы қалайда тұлға типтерiн

сипаттайды. Бүгiнгi күндегi Қазақстан нарығының ерекшелiгiн ескере келе, туристiк өнiмге деген қалыптасқан сұранысты айқындау, сондай-ақ тұрғындардың түрлi топтары үшiн оның ерекшелiктерiн талдау, болашақтағы сұранысты бағалау мақсатымен маркетингтiк зерттеудiң кейбiр арнайы әдiстемелерi ұсынылады.

Ең алдымен, Қазақстанда нарықтың орнығуы кезеңiне тән халықтың табыс деңгейi бойынша ерекшеленуi туристiк өнiмге қол жеткiзуi бойынша халықтың жеке сегменттеуiн жүргiзу қажет. Туристiк өнiмге қол жеткiзу дәрежесi бүгiнгi күнi туристiк өнiмге деген сұранысты қалыптастыруға әсерлi септiгiн тигiзетiн табыс деңгейi секiлдi факторды сипаттайды. Мұндағы табыс деңгейi әр түрлi тұрғындар тобындағы тұтыну құрамы мен құрылымының бiр-бiрiнен өзгеше болуымен байланысты болады. Мұның нәтижесiнде табысы төмен, аз қамтамасыздандырылған тұтынушылар сегментiн айқындап, олар үшiн ерекше қолдау бағдарламасын әзiрлеуге болады. Осыған орай, ақша қаражатының шегiн анықтай отырып, табыс деңгейi бойынша халықтың сегментiн анықтау, әрбiр айқындалған топқа кiретiн тұтынушылар санын есептеу қажет. Мұндай жұмысты жүргiзу үшiн тұрғындардың орташа еңбек ақысының деңгейi жайлы, Қазақстан халқының табыс құрылымы жайлы бюджеттi статистиканың мөлiметтерi, сондай-ақ зерттеу жүргiзу кезiңiне табыстар деңгейi бойынша халықтың бөлiнуi туралы ақпараттар пайдаланылуы мүмкiн.

Әлеуеттi сатып алушыны iздестiруде мiндеттi табысты қамтамасыз ететiн сегменттеудiң бiрыңғай, бәрiне ортақ әдiсi болмайтындығы белгiлi. Сондықтан нарық жағдайында өзiне тартымды сегменттi табу үшiн

туристік сервис қызметкерлері түрлі ауыспалы параметрлер негізінде бір немесе бірнеше сегменттеу нұсқаларын қолданып көру қажет. Мысалы, екі белгінің (табыс деңгейі және білім деңгейі) құрамдастары негізінде Бүкіләлемдік туристік ұйым сарапшыларының ұсынған туристік нарықтың 4 сегментін негізге алуға болады, олар:

– табыс деңгейі орта немесе салыстырмалы төмен адамдар. Олардың саяхаттау мақсаты – теңіз жағалауында демалу. Баға деңгейі олардың демалыс орнын таңдауындағы басты белгі болғанымен, осы тұтынушылар категориясы ұсынылатын қызметтер сапасына қатаң талап қояды. Жағдайдың дереу ауысуына ұмтылыс бұл категория үшін тән нәрсе емес. Өз ақшаларын толықтай қайтару принципі бойынша демалады. Дегенмен, танымдылық мақсаты олардың саяхаттауының негізгі мотиві емес;

– табыс деңгейі ортадан жоғары адамдар. Бұл сегментке жататын адамдар тану мүддесімен үйлестіре демалыстың ұйымдастырылуын қалайды және де басқа елдердің мәдениеті мен дәстүрлері демалыс орнын таңдаудың басты түрткісі болып табылады. Негізінен, бұл туристер жоғары білімді, кейде арнайы орта білімді, экскурсияға шығуға, спортпен шұғылдануға және т.б. мүмкіндік беретін белсенді демалысты жақсы көреді;

– жоғарғы табысты адамдар. Негізінен, жоғары білімді, әсер алуды ауыстыруға ұмтылу, тану мақсатымен сапарға шығады. Жасына байланысты олар жеке сапарға немесе саны шектелген адамдармен сапарға шығуды (30-50 жас аралығындағылар) не болмаса адамдар тобы құрамында саяхаттауды (50 жастан асқандар) таңдайды. Ұзақ сапарлы саяхаттың

дәлелі қымбат бағалы сувенирлер болуы мүмкін;

– табиғат, мәдениет, басқа халықтардың тұрмыс кейпі, әдет-ғұрыптарын тануға қызығушылық танытатын жоғары білімді адамдар.

Түрлі факторлар негізінде нарықты сегменттеудің жолдарын игере отырып, тек белгілі сегмент мүшелерінің қажеттіліктерін және олардың ойындағы туристік өнімді тұтынудан көретін ұтымды жақтарын анықтап қана қоймай, келешектегі олардың іс-қылықтарын түсіндіруге болады.

Қалайда сауда жасау тілегін тудыру үшін жеке адам немесе бір топтың іс-қылығын түсіндіре білу қажет, сол мақсатпен мотивациялардың зерттелуі жүргізіледі. Мұнда туристік ұсыныс қалайша қабылданады, сұранысты ынталандыратын немесе керісінше, тежейтін факторлар қандай, қандай да бір сауда-саттық жасау және сол игіліктер мен қызметтерді пайдаланудағы адамдардың іс-қылықтары қандай; туристік қызмет аясының қол жеткізген жетістіктері жайлы олардың ой-пікірлері қандай екендігін анықтау маңызды болады.

Сонымен, қажеттіліктер мен пайда көру мәселесі егжей-тегжейлі зерттелуі қажет, себебі мұндай зерттеулер нарықты тапсырыстарға толығырақ жауап беретін өнімдерді анықтауға мүмкіндік береді. «Қажеттіліктер – пайда» қағидасы бойынша сегменттеу бәсеке әсер етпейтін кейбір қажеттіліктерді анықтауда мүмкіндік беруі тұрғысынан қызығушылық танытады.

Туристік нарықтың маркетингтік зерттеулерінде баға, «демалу пайызы», саяхаттаудың ұзақтылығы, жас бойынша біріктірілген топтар, табыстары, шығындары секілді сандық факторлар негізінде салыстырмалы біртекті сегменттерді анықтау процесі

етек алған. Сонымен қатар, сапалық сипаттамалары (ұлттық, топтық және дербес ерекшеліктері) бойынша да сег-

менттеу қолданылады. Қажеттіліктер мен көретін пайда тұрғысынан нарықты сегменттеу тәсілдері қолданылады.

2.3. Туристік қызмет көрсету саласын қалыптастыратын факторлар

Туризмдік ұсыныс төңірегінде жүргізілетін зерттеулер туризмдік қызмет көрсету саласында еліміздің әрбір өңіріндегі өзіндік көлемі мен ұсыныс сипаттамаларымен ерекшеленетіндігін айқындайды. Туристік сектор кәсіпорындарының саны, орналасқан жері мен сипаттамалары маркетингтік талдауда негіз бола алады. Мұндай мәліметтердің талдауы ішкі, сондай-ақ халықаралық туризм жағынан байқалатын үдемелі сұранысты қанағаттандыру мақсатымен шешімін табуға тиіс, көрсетілетін туристік қызметтер саласындағы әлеуетті тапшылық мәселелерін айқындауға мүмкіндік береді.

Туризмдік қызмет көрсету саласындағы кәсіпорындардың кешенді суреттелуі туризмнің ұлттық және өңірлі экономикаларындағы маңызын сандық жағынан өлшеуге көмектеседі. Ол үшін мынадай істердің қолға алынуына назар бөлу қажет:

- туристік өнімнің негізін құрайтын көрнекті нысандарды анықтау;

- туристік қызмет индустриясы кәсіпорындарының санын, бос емес орындардың пайызын, тарифтерді, жаңа құрылыс орындарының өзірленуі мен жоспарлануы жайлы мәліметтерді жинақтау;

- көлік құралдарымен қамтамасыз ету, бұл сала қызметінің көрсеткіштерін өңдеу;

- қаражат нарығына кіретін банктер мен басқа қаражат мекемелерінің, саяхат пен экскурсия агенттіктерінің, тамақтандыру орындарының, конгресс

және семинар өткізу орындарының және т.с.с. қызметтері туралы мәліметтер жинау.

Сегменттеуден кейінгі алынған нарықтың талдауы мына сұрақтарға жауап беруі қажет:

- қай нарық немесе оның бөлігі ұсыныс жасауға жарамды?

- осы нарықтың болжамды жиынтық сыйымдылығы қаншалықты үлкен?

- бұл нарық қаншалықты бәсекелестермен игерілген?

- бәсекелестің қолданатын негізгі жүйесі қандай және т.с.с.?

Туризмдік өнімге деген сұранысты қалыптастыратын факторларды зерттеу және айқындау кезектегі тұрған мәселе. Туристік өнімнің тұтынылуына әр түрлі дәрежеде әсер ететін факторларды және осы факторлардың түрлі сандық мағынасы кезінде сұраныс деңгейін бағалаудың маңыздылығы ерекше. Сондықтан, ұлттық, өңірлі деңгейлерде бүгінгі және алдағы сұраныс деңгейін бағалау үшін жекелей оларға тән факторлар қатарын анықтап, осы факторлардың сандық мағынасының өзгеру серпінін бақылауға алу қажет. Ол үшін, ең алдымен, туристік өнімге деген сұранысты қалыптастыратын факторлар тізімі анықталады. Мұндай ақпараттың көзі ретінде туристік өнімге деген сұранысты қалыптастыру механизмінің зерттелуі болуы мүмкін. Содан соң ұлттық және жеке өңір деңгейлерінде туристік өнімді тұтыну көлемі мен құрылымын анықтайтын факторлар жиынтығы айқындалып,

олардың сұранысты қалыптастыруға әсер ету дәрежесі бағаланады. Осыған орай, туристік өнімді тұтыну ерекшелігі туралы жетіспеген ақпараттарды алу мақсатымен тұтынушылар арасында әлеуметтік сауалнама жүргізілгені жөн. Ендігі кезекте, табыс деңгейі бойынша бөлінген әрбір топ үшін туристік өнімге деген сұраныстың қалыптасуы кезінде маңыздылығы жоғары факторларды табу мәселесі тұрады. Табылған факторлардың сандық мәнін іздестіру және соның негізінде туристік өнімге деген қазіргі уақыттағы сұранысын анықтау қажеттілігі туындайды. Бұл мақсатқа ақпаратты мына жерлерден жинастыруға болады:

- әкімшілік деректер: қонақжай мекемелерінде толтырылатын, банк мекемелері, көлік компанияларында жинақталған тізімге алу мәліметтері;

- әлеуметтік-демографиялық пәнаралық, елге кіру және шығу кезіндегі кеден бақылауынан;

- салық инспекциясының ақпары;

- туристік өнімнің тұтынушылары арасында жүргізілген сұрақ-жауап;

Осылайша, жинақталған ақпарат көлемі, тұтынушылардың әрбір сег-

ментіндегі туристік өнімнің тұтынушылығының шынайы сандық көрсеткіштері түрінде ұсынылуы мүмкін. Сонымен қатар, туристік нарықтың жағдайын, қаражат, еңбек, шикізат, инвестиция, туристік өнім нарықтары секілді, нарықтың негізгі компоненттерінің өзара әрекеттесуін анықтайтын конъюнктуралық талдау бейнелейді. Туристік нарықтың конъюнктуралық талдауының пәні болып, туристік өнімнің өндірісі мен тұтынушылығының көлемі, құрылымы мен серпіні; қорлар деңгейі; баға қозғалысы; нарықтың қатысушылары; нарық құрылымындағы өндірістік өткізу, ғылыми-зерттеу, жарнамалық қызмет табылады.

Туристік нарықтың сегментін таңдау, туристік өнімнің нарық талаптарына сәйкес болуы; тұтынушылардың сұранысы мен мотивациясы; сапасына қойылған талаптар, тұтынушыға көрсетілетін қызметтер көлемі; баға деңгейі; өткізу жүйесі; қонақтардың күтілетін саны; сұранысты ынталандыру жүйесі; сұраныстың даму процесі, сегменттің ашықтығы секілді көрсеткіштермен байланысты.

БАҚЫЛАУ СҰРАҚТАРЫ

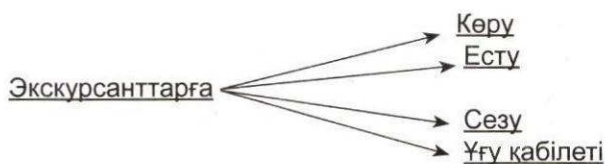
1. Туристік қызмет дегеніміз не?
2. Туристік қызметтің тауардан айырмашылығы қандай?
3. Туристік қызмет аясын ұйымдастырудың міндеттері.
4. Туристік қызметті қалыптастырушы факторларға тоқталыңыз.
5. Нарықты сегменттеу дегенді қалай түсіндіресіз?

3-тарау. Экскурсияда қызмет көрсету

3.1. Экскурсия ұғымы және оның негізгі белгілері

Экскурсия бұл айналамызды қоршап отырған әлемді тану процесін білдіреді. Бұл процестің ерекшелігін айтар болсақ, ол алдын ала таңдап алынған нысандарымен тығыз қарым-қатынаста болып, оларды орналасқан орнында зерттеумен айналысады. Экскурсиялардың барлығы көру, есту және басқа да сезімдер арқылы, алдын ала белгіленген, алдын ала жоспарланып қойған қоршаған ортаны қабылдау процесі болып табылады. Экскурсияны ұйымдастырушылар мен экскурсоводтар экскурсанттың қалай

көру, есту және сезіну керектігін, осы іс-шара арқылы қандай нәтиже алатындығын, осы экскурсия арқылы қандай пайдалы әсерде болатындығын нақты біледі. Экскурсиялық процестің мақсаты – экскурсанттарға экскурсиялық нысан туралы толық мәлімет жеткізу және олардың көру, есту, сезу және ұғу сезімдерінің белсенділігін ояту арқылы логикалық ойлау қабілеттерін дамыту. Экскурсияның алдында тұрған мақсаттарды төмендегідей көрсете аламыз:



Экскурсия кезінде экскурсовод экскурсанттарға келесі төрт негізгі мақсаттың орындалуына көмек береді: нысандарды көру, осы көрудің негізінде тақырып ашыла бастайды (бірінші мақсат), бұл нысандар жөнінде қажетті мәлімет алу (екінші мақсат), тақырыпқа қатысты оқиғалардың маңызын сезіне білу, яғни сол бір оқиғаның қатысушысы болу (үшінші мақсат), практикалық ұғу қабілеті арқылы жеке өзі байқаған экскурсиялық нысандарға сараптама жасай білу (төртінші мақсат).

Қазіргі таңда экскурсия – өзіне тән жүйесі мен көрсеткіштері, сонымен қатар өзіне тән жеке әдістемесі бар бір құбылыс.

Ең алғашқыда экскурсия «қыдыру» деген ұғымды ғана білдіретін, яғни практикалық мақсатпен, мысалы, емдік шөптерді іздеумен байланысты болған. Содаң соң оның алдына ғылыми мақсаттар қойылған, яғни музей үшін экспонаттардың анықталуы. Оқыту мақсаты пайда болғаннан кейін мектеп оқушылары мен студенттердің

экскурсияға шығуы басталды. Ал өзін-өзі үйретудің жаңа түрлері, экскурсияның алдына тағы бір мақсат қойды, ол – жалпы білім беру мақсаты. Тәрбиелеу жұмыстарын жақсарту ұмтылысы, экскурсияны топтық мәдени-үйрену жұмыстары қатарына айналдырды.

Қазақстан Республикасының 2001 жылғы 13 маусым №211-II қабылданған «Туристік қызмет туралы» Заңында экскурсияға қатысты келесі терминдердің анықтамалары берілген:

Экскурсиялық қызмет – азаматтардың уақытша болатын елдегі (жердегі) туристік ресурстарды танымдық мақсатта аралап көруін ұйымдастыру жөніндегі кәсіпкерлік қызмет, ол туристерді орналастыру (түнету) жөніндегі қызметті көздемейді және жиырма төрт сағаттан аспайтын мерзімді қамтиды.

Экскурсант – бір жерге, елді мекенге, аумаққа немесе сол елдегі басқа жерге туризм мақсатында жиырма төрт сағаттан аспайтын уақытқа уақытша келген жеке тұлға.

Экскурсия жүргізуші – уақытша болатын елдегі (жердегі) туристік ресурстармен таныстыру жөнінде туристерге экскурсиялық-ақпараттық, ұйымдық қызмет көрсетуге лайықты біліктілігі бар, кәсіби даярланған жеке тұлға.

Осы жоғарыда көрсетілген анықтамалар мен Дүниежүзілік Туристік ұйымның экскурсияға берген анықтамаларын ескере отырып, экскурсияны біз келесі түрде анықтауымызға болады. Экскурсия – бұл адамдардың (олардың қандай да бір азаматтығы, жынысы, ұлты, діні, тілі болуына қарамастан) бір елді, қаланы немесе елді мекенді 24 сағаттан аспайтын бір уақыт ішінде туристік мақсатта аралап шығуы. Бұл жердегі туристік мақсат деп келесілерді айтуға болады:

– демалу, емделу, оқу, діни және спорттық мақсаттар;

– іскерлік саяхаттар, туыстар мен таныстарға бару, конгресс пен семинарға қатысу.

Сонымен қатар экскурсант категориясына яхта және сол сияқты басқа да круиздік кемелер мен туристік пойыздардың жолаушылары кіреді және экскурсанттар көбінесе туризм статистикасында есепке алынбайды. Ал осы елге келетін түрлі тасымалдау көліктерінің экипаж мүшелері мен елдің территориясын транзитпен өтетін пойыз және автобус жолаушылары елге уақытша келушілер категориясына кіреді.

Экскурсия дегенде бірінші кезекте ойға белгілі бір іс-әрекет келеді. Бұл іс-әрекеттер әр түрлі болады: белгілі бір маршруттан топтың өту жағдайы, белгілі бір нысанға қатысты өту жағдайы (олардың жанынан айналып өту), маршрутқа енгізілген ескерткіштерді байқау мен түсіндіру. Экскурсовод пен оның аудиторияға деген ұсыныстары, экскурсанттардың іс-әрекеттерін бір араға тоғыстыруға, яғни нақтылауға көмектеседі. Экскурсанттың іс-әрекеті болса, нысандарды байқау, оларды ұға білу және зерттеу сияқты белсенді формалармен бірге түседі.

Экскурсия бірнеше аспектіде қарастырылады:

- Экскурсия өз алдына тәрбиелеудің бір формасы болып келеді;

- Экскурсия үлкен топ аудиториясымен жұмыс істеу, яғни экскурсия білім берудің бір формасы болып табылады;

- Экскурсия мәдени бос уақытты өткізу формасы;

- Экскурсия саяси және ғылыми білімді тарату формасы;

- Экскурсия адамзаттың сана-сезімін көтеру формасы ретінде, яғни адамзаттың ойлау қабілетін жоғарылату іс-әрекеті болып табылады.

Экскурсия ғылыми-үгіт-насихаттау іс-әрекеті немесе қызмет ретінде саяси философиялық, ғылыми, көркемдік және басқа да көзқарастарды таратуға ықпал жасайды. Тәрбиелеу және білім беру тұрғысында экскурсияның негізгі сапасы ол ғылым болып табылады. Экскурсияның мақсаты – ғылыми білімнің таралуына ықпал жасау, материалдың ең жоғары деңгейде жеткізілуін қамтамасыз ету. Экскурсияның сөзбен жеткізу бөлігінде материалды толығымен лекция түрінде жеткізу мүмкін емес, өйткені уақыт тығыздылығы бар. Сол себептен экскурсоводтың сөзбен жеткізу бөлігіндегі оқиғаларды әрі нақты, әрі нұсқа етіліп дайындап, объективті түрде бағамы болу қажет. Тақырыпты түсіндіретін ең нақты фактілер мен мысалдар, түрлі салыстырулар, салмақты дәлелдер, белгілі бір оқиға қатысушысының есіне түсіргендері, суреттердің жинақталуы, түпнұсқа құжаттар карта мен схемалар көшірмесінің жинақталуы экскурсияға жақсы нәтиже, яғни жетістік қамтамасыз етіледі.

Экскурсиялық тақырыптың, өзінің нақты білім түріне қарай, өзіне тән мәліметтері болады. Мысалы: ғылымының жетістіктері, медицина, биология, археологтардың жетістіктері, спортсмендердің жетістіктері, шаруашылық және әлеуметтік құрылыс жаңалықтары.

Экскурсия әлеуметтік бос уақыт өткізу іс-әрекеттері есебінде болады. Бос уақыт деп адамның жұмыс уақытынан тыс қалған уақытты айтамыз. Бос уақытты өткізудің танымал түрі болған экскурсия, адамзаттың рухани қажеттіліктерін қанағаттандыруды қамтамасыз етеді. Соңғы жылдарда экскурсияның, жағымды әсерлері халық алдында танымал болуда, яғни экскурсияның өзінің «саяхаттылығымен» көптеген адамдарға тартымдылығы,

сонымен қатар әрқайсысының өз қызығушылығына қарай тақырып таңдау мүмкіншілігі және т.б.

Экскурсия әлеуметтік-техникалық білім деңгейін байыту қызметі ретінде де болады. Экскурсияға қатысушылар әрдайым тарих, өнер, архитектура, әдебиет, экономика және т.б. салалар тұрғысында білім алады. Жақсы экскурсия бірнеше әлеуметтік-тәрбиелеу жұмыстарының синтезін ұсынуда. Оған әдістемелік түрде қабылданған бөліктері ретінде мыналарды жатқыза аламыз:

а) кинофильмдердің фрагменттері, хроникалық немесе ғылыми деректі фильмдер;

б) белгілі бір оқиғаға қатысушының берген мәліметтері, мысалы «әскери-патриоттық» экскурсия тақырыбындағы 1941-1945 жж. Ұлы Отан соғысы ардагерлерімен сұхбаты.

в) белгілі бір өнеркәсіп кәсіпорнының басшысымен кездесу, қарапайым жұмысшылармен сұхбаттасу.

г) композитор, музыкант, әртістердің өнеріне бағытталған экскурсиядағы музыкалық және басқа да шығармаларды тыңдау.

д) тарихи және тарихи-революциялық тақырыптағы экскурсияда, арнайы дыбыс жазу орталығы арқылы мемлекеттік қайраткерлердің баяндамаларын тыңдау.

Экскурсия адамның қызығушылығын арттыру функциясы ретінде болады. Экскурсияның мақсаты тек материалды аудиторияға дұрыс жеткізу ғана емес, сонымен қатар адамдардың белгілі бір тақырыпқа деген қызығушылығын арттыру. Өте жағымды экскурсияда қызығушылықтың артуы соншалықты, тіпті экскурсия біткеннен кейін де осы тақырып тұрғысында адам өзі ізденіп осы тақырып жөнінде білімін тереңдетуге әрекет ететін жағдайлар болады.

Экскурсия тәрбие ортасы ретінде болады. Экскурсия өз алдына педагогикалық процесс болып, білім беруді, тәрбиелеуді және жалпы дамуды қамтамасыз етеді. Білім беру салаларында оқушылар мен студенттерге арнап ұйымдастырылатын экскурсиялар, тіпті оқу процесінің бір құрамы ретінде қарастырылады. Бірақ бұл деген басқа мақсаттағы экскурсиялардың педагогикалық аспектілерінің болмағанын білдірмейді, керісінше, барлық мақсаттағы ұйымдастырылатын экскурсиялардың құрамында педагогика элементтері орын алады. Экскурсияда екі тарап орын алады: білім беруші – экскурсовод және білім алушылар – экскурсанттар. Экскурсовод белгілі бір тақырып төңірегінде білімін айтады, ал экскурсанттар болса, бұл білімді қабылдайды. Осы екі тараптың белсенділігі педагогикалық процесті құрайды.

Педагогикалық процесс ретінде экскурсияның маңыздылығы екі жақтың (экскурсовод пен экскурсанттар) белсенділігіне тәуелді болады. Экскурсия кезінде экскурсанттардың белсенділігі өте маңызды, бұл мәселені шешу үшін, экскурсия басталмастан бұрын, әсіресе топ бірінші рет шығып тұрған болса, экскурсовод қатысушыларға «экскурсиялық мәдениеттілікті және сауаттылықты» меңгерулеріне ықпал етеді.

Педагогикалық процесте экскурсоводтың ұйымдастыру қабілеті экскурсияның басталу кезінен, автобуска отырғаннан бастап, аяғына дейін маңызды рөл ойнайды. Экскурсияда кейбір нысандардың қасына тоқтамай, жанынан өтіп бара жатып, түсіндіріп айналып өтуге де болады. Педагогикалық процесс ретінде экскурсияның маңыздысы, ол жұмыс біткеннен кейінгі нәтиже. Экскурсанттар осы тақырып төңірегінде білімін жал-

ғастыру үшін, мәліметтерді қайдан алуға болатындығын сұрайды. Оларға мысалы әдебиет тізімі, көріп шығатын фильмдер, сонымен қатар осы тақырыпқа жақын экскурсиялардың аттары және т.б. айтылуы керек.

Педагог сияқты экскурсоводтың да іс-әрекетіне төрт компонент сай келеді: құрастырушы, ұйымдастырушы, байланыстырушы және білім беруші.

Құрастырушы компонент – экскурсиялық материалды дұрыс таңдау және көрнекілеу қабілеті, қажет болған жағдайда экскурсияны өту жоспарын, әдістемелік тәсілдің кестесін, сонымен қатар мәліметтің құрылымын өзгертуге болады.

Ұйымдастырушы компонент экскурсиялық топты басқара білу, мәліметті жариялай білу, экскурсанттардың керекті нысанға назарын аударта білу, туристер мен экскурсанттарға қызмет көрсету жоспарын қамтамасыз ете білу болып табылады.

Байланыстырушы компонент — топпен іскерлік қарым-қатынас құра білу, сонымен қатар, экскурсовод автобус жүргізушісімен, музей жұмысшыларымен, экскурсия ұйымдастырушыларымен жақсы қарым-қатынас құра білу. Экскурсовод аудитория алдында қорықпай, саспай, сөздерді асықпай сөйлеп, өзіне сенімді болып тұру қажет.

Білім беруші компонент экскурсовод жұмысының негізі болып табылады. Экскурсияның құрылымын, өткізу әдістемесі мен техникасын жоғары деңгейде көрсете білу, экскурсиялық процестің ерекшеліктеріне талдау жасап, нәтижесін шығара білу. Экскурсоводтың педагог ретінде мақсаты – топқа өзінің білімін жеткізе білу, экскурсанттардың тақырыпты толығымен меңгергендігіне көз жеткізе білу. Педагогиканың негізгі ережелерін меңгерген экскурсовод, аудиторияға

білім берер кезінде педогогиканың тиімділік әдісін қолданады. Педогогикалық элементтерін айта кетер болсақ, ол: тіл байлығы, яғни мәдениетті сөйлеуді білу түсінікті, әдемі, өзінің сөздерін нақты әрі жарқын етіп жеткізе білу, мимикалық жарқындық, нақты қимылдар, нақты қарау, күлу, өзінің эмоционалды (психикалық) жағдайын ұстай білу, қайырымды, сүйкімді болу, сонымен қатар режиссерлық және актерлік қабілеті болуы керек.

Әрбір экскурсияның мазмұны логика талаптары негізінде құрастырылады. Логика дегеніміз – бұл ойлау формалары мен заңдары туралы ғылым саласы. Әрбір экскурсовод дұрыс логикалық ойлаудың жан-жақты және тереңдетілген заңдары мен формаларын білу қажет. Логика заңдарына мыналарды жатқызуға болады: анықтылық, қайшылықсыздық, кезектілік, түсініктілік. Логикалық формалар – бұл ойлаудың құрылымы және құрылысы. Логикалық тәсілдер деп салыстыру, талдау, синтез жасау, абстракциялау және қорытындылауды айтамыз. Логика заңдарын меңгеру экскурсоводтың тек өзінің ой-шешімін дұрыс жасай білу ғана емес, сонымен қатар осындай шешімдерге экскурсанттардың өздері келе алатындай етуге мүмкіндік болады.

Сонымен логикалық анықтылық немесе теңдік заңы: экскурсия барысында көрсетіліп жатқан нысан мен ол туралы айтылып жатқан мәтіннің мазмұны бір-біріне сәйкес болуы тиіс. Ойлау процесіндігі әрбір ой өз-өзіне тепе-тең болуы қажет.

Қайшылықсыздық заңы – экскурсия барысында нысан немесе оқиға туралы айтылатын ой-пікірлер мен мәліметтерде сәйкестіктің болуын қажет етеді. Яғни, бір-біріне қарама-қайшы келетін бірнеше ой-пікірлер экс-

курсанттардың ойлау және ұғу қабілеттеріне кедергі болуы мүмкін.

Кезектілік заңы экскурсия процесінде алдын ала дайындалған бір сценарийдегі сияқты барлық экскурсия нысандары рет-ретімен келетіндей логикалық түрде құрастырылған болуды қарастырады.

Түсініктілік заңы – экскурсия барысында әрбір айтылған деректің анықтаушысы ретінде көрнекі құралдар мен толықтаушы қосымша мәліметтердің болуын қажет етеді. Өйткені тек ғылыми-теориялық немесе практикалық түрде дәлелденген ой-пікір ғана шындықты білдіреді және оны экскурсанттардың жағымды қабылдауларына әсер етеді.

Экскурсия барысында логикалық өткелден өтудің мәні ерекше. Логикалық өткел бұл нысанды көрсетуде немесе ол туралы айтып беруде көрсету мен айтып беру бөліктері арасында байланыстырушы тәсіл болып табылады. Ол ауызша-көрнекі көпірді білдіреді. Мысалы, нысан туралы айтылатын әңгімеде алдын ала осыған қатысты тақырыпшалар қарастырылып, ал кейіннен негізгі тақырыпқа қайта оралу арқылы экскурсанттардың экскурсия материалын жақсы меңгерулеріне әсер етуге болады.

Экскурсиядағы қызмет кезіндегі психологиялық мәселелерді қарастырайық. Экскурсиятану мәселелерін қарастыру барысында алдымен қысқаша экскурсиядағы психология элементтеріне талдау жасау қажет. Мұның соңында да арнайы психологияның – экскурсиялық қызмет психологиясының бар болғандығын мойындау қажет, себебі экскурсиялық қызмет экскурсиялық насихаттаудың психологиялық негіздері, экскурсовод психологиясы, экскурсиялық әдістің пси-

хологиялық негіздері сияқты мәселелерді қамтиды. Өткізілген теориялық және тәжірибелік конференцияларда, әдістемелік әдебиетте, жүйелік баспаларда тұлғаның, яғни экскурсияға қатысушының психологиялық жай-күйіне қатысты сұрақтар қарастырылады.

Психологиялық жағдай – психикалық әрекеттің анықталған көрінісі, тұлғаның жоғары немесе төмен активтігін анықтайды. Нақтырақ айтқанда, экскурсовод және экскурсанттардың болуы, өмір мен жұмыс жағдайы, ұжымдағы микроклимат, денсаулық жағдайы (физиологиялық фактор), атмосфералық процестер (ауа райы,

қысым және т.б.). Тұлғаның психикалық жағдайының бірнеше айырмашылық түрі бар – жалпы психикалық жағдайы, эмоционалдық жағдайы (жай-күйі), интеллектуалды шығармашылық жағдайы, өз еркінің жағдайы.

Әдіскер мен экскурсоводтар экскурсияны ұйымдастыру және жүргізу барысында қатысушылардың қабілеттерін, мінезін, темпераментін, сонымен қатар экскурсанттардың аңғарғыштығын, қиялын, зеректілігін көре білуі қажет. Экскурсовод экскурсанттың активтігі мен пассивтігіне, психикалық жайына мән береді. Ол экскурсияның калай өтуіндегі негізгі мәселелердің бірі болып табылады.

3.2. Экскурсияны өткізу әдістемесі туралы мәселелер

Әдіс деп белгілі бір мақсатқа іс жүзінде жету жүйесі айтылады. Таңдап алынған әдіс белгіленген мақсатқа ең тиімді жолмен жетуді қамтамасыз етуде қолданылады.

Адамзат іс-әрекеттеріндегі барлық әдістерді келесі категорияларға бөлуге болады:

Диалектикалық-материалистік әдіс, яғни табиғатта болып жатқан даму процесі тұрғысында түсіндіру әдісі.

Жалпы *қарапайымдылық-логикалық* әдіс, яғни анализ және синтез, индукция мен дедукция, және т.б. Бұл жаңа нәтижелерді іздестіру үшін қолданылатын әдіс және жалпы әдістердің формалды логикалық әдісі болып табылады. Экскурсия кезінде әдістердің жалпы түрі, кейде оның кейбір элементтері қолданылады.

Адам ойын немесе көзбен көру, есту, белгілі бір затқа нақты тоқталуын назар деп атайды. Барлық экскурсиялық іс-шараларда қатысушысының назары өте маңызды болып табылады. Белгілі бір процесі ұқтыруда адам

назарын аудару білу, сонымен қатар басқара да білу қажет. Нысандарды көрсетер кезінде адам назарының төмендегідей ерекшеліктеріне көңіл бөлген дұрыс:

1. *Назардың реттелуі* – назарды дұрыс бөлу және экскурсиялық материалды жақсы ұғу мақсатымен, экскурсанттың бірнеше нысандарды көру барысында, белгілі бір бейне арқылы осы нысандар арасында өз назарын реттеу деп түсіндіруге болады.

2. *Назарды басқа жаққа аудару* – қарастырылып жатқан бір нысаннан екінші басқа бір нысанға назарды аудару мүмкіндігі. Сонымен қатар назардың экскурсияның көру бөлігінен сөйлеу бөлігіне аударылуын да жатқызуға болады, іс-әрекет түрінің ауысуын және т.с.с.

3. *Назардың бөлінуі* – бұл, әсіресе жаяу жүру экскурсиясында өте маңызды, өйткені қатысушылардың назары әрдайым бөтен заттарға бөлініп кетіп отырады, мысалы, өтіп бара жатқан автокөлік, трамвай (өзінің

даусымен), түрлі күтпеген жағдайлар – жылқының кездесе қалуы, өрт сөндіруші немесе жедел жәрдем көлігінің өтіп бара жатуы, т.с.с. Экскурсанттар өз назарларын бір нысаннан екінші нысанға оңай ауыстырып отырады. Экскурсанттар назарының төмендеп кетуінің себептерін айтар болсақ, олар: сөзбен айту сапасының төмендігі – монотондық, тіл кедейлігі, мәлімет біркелкілігі, сонымен қатар керісінше, мәліметтің мүлдем көп болып кетуі, мұндайда да экскурсанттардың назары төмендеп кетеді.

Экскурсияда көрсету мен айтып беру, олардың байланысы басты рөл атқарады. Әрбір экскурсияның негізі екі маңызды элементтердің байланысымен құрылған, ол экскурсиялық нысандардың көрсетілуі мен айтылуы. Белгілі бір нысандардағы көрсету, оған жұмсалатын уақыт пен өту әдістемесінде, басқа нысандарды көрсетуге қарағанда бөлек айырмашылық болады. Айтып беруде дәл солай, яғни белгілі бір тақырыптың түсіндірілуі жоғары немесе төмен болуы мүмкін.

Бұл айырмашылықтардың негізгі себептері – ол аудиторияның ерекшелігіне қарап экскурсия маңызының өзгеруі, белгілі бір тақырыптағы нысандардың көп болуы, көрсетілетін нысандардың сипаттамасы, нақты материалдың көлемі, экскурсанттардың нысандарды ұғу және байқау қиындығының жоғары немесе төмен деңгейі.

Экскурсияның құрылу процесін көрсету мен айтып беруді қарастыру арқылы анықтауға болады. Бұл арада экскурсиялық тақырыптың түсіндірілуінің бес сатысын айтып кетуге болады.

Бірінші саты — кәдімгі экскурсия, тек көрсету бөлігі жоқ. Бұл сатыда экскурсоводтың сөмкесіндегі материалдар барынша қолданылады.

Екінші саты – көру бөлігі азайып, дәрістік сипаты бар айтып беру бөлігі көбейеді. Экскурсовод бұл сатыда тақырыптың түсінігі болуы үшін түрлі оқу-әдістемелік құралдарды – сурет, сызба, карта, гербарийлер және т.б. қолданады. Көру бөлігі айтап беру бөлігіне бағынышты, яғни көру бөлігі қосымша ретінде қолданылады. Экскурсовод бұл сатыда айтып берудің әдістемелік әдістерін белсенді қолданады.

Үшінші саты – бұл сатыда айтып беру бөлігі көру бөлігімен тең деңгейде болады, бірақ нысандардың саны көп болғандығынан, бұл сатыда көру бөлігі жаймен айтып беруден оза бастайды. Экскурсия мазмұнының тереңдей бастайтын кезі. Экскурсовод маршруттағы нысандарды көрсету элементтерін қолдана бастайды. Экскурсияға қатысушылардың рөлі өзгереді, яғни енді олар тыңдаушылар ғана емес, сонымен қатар көрермендер де болып келеді. Осы кезде экскурсиялық материалдарды ұғу әсері жоғары болады. Бұл сатыда экскурсия нысандарын негізгі және қосымша деп бөлуге болады.

Төртінші саты – көру бөлігі экскурсияда негізгі орын алады, ал айтып түсіндіру болса, екінші орында. Көрсету мен айтып берудің әдістемелік тәсілдері белсенді қолданыла отырып, экскурсия бір бүтінге келе бастайды. Экскурсанттардың іс-әрекеті белсенді болады, олар құндылықтарды, тарихи-мәдени ескерткіштерді тереңдетіп зерттей бастайды.

Бесінші саты – көрсету мен айтып берудің тиімді қарым-қатынасы орын алады. Көру бөлігінің мөлшері көбейу себебінен негізгі орынды алады, яғни айтып беру бөлігі оған бағынышты болып қалады.

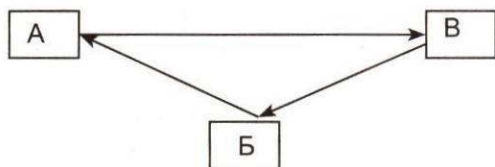
Айтып беру элементі көру элементінсіз орындалмайды, олардың

екеуі де бір-бірімен байланысты болып, бір-бірін толықтырып, бір бүтінді, яғни экскурсияны құрайды. Басқаша айтқанда, экскурсия деп экскурсовод пен әдіскерлердің нысандарды көрсету мен олар туралы, яғни сол нысандарға қатысты оқиғаларды айтып берудің тепе-теңдігіне қол жеткізулерін айтуға болады. Тәжірибеде дәлелденгендей, экскурсовод пен әдіскерлердің қол жеткізгендері кейде мағынасынан айырылып қалуы мүмкін. Себебі экскурсияны өту сапасына, назарымызды дұрыс бөлмей қалған жағдайда көрсету мен айтып беру арасындағы байланыс бұзылады.

Дегенмен, мынаны ескеруіміз қажет, яғни әдістемеді тек көрсету мен айтып берудің байланысы ғана емес, сонымен қатар экскурсияда көрсету мен айтып беруді тиімді қолдана білу де маңызды.

Байқау, үйрену және зерттеу экскурсанттардың белсенділік деңгейінің көрсеткіші болып табылады. Осы үш компоненттің белсенді іс-әрекеті арқылы экскурсия жүзеге асады. Экскурсиялық жайттың жоғарылауын көрсететін схемаларда экскурсия құрылысының негізі көрсету әрі айтып беру болып табылатындығын ұмытпау керек. Экскурсиядағы осы үш компоненттің байланысын төмендегідей көрсетуге болады: А – экскурсанттар, Б – экскурсовод, В – экскурсиялық нысан.

Экскурсоводтың мақсаты экскурсанттарда белгілі бір тақырыптағы мәселені жария ету. Экскурсанттарға



3.1-сурет. Экскурсиядағы үш компоненттің байланысы

нысандарды көрсету және сол тақырып төңірегінде түсіндіру арқылы экскурсовод түрлі әдістемелерді қолданады. Бұл экскурсиялық материалды ұғуға және есте тез сақтауға әсерін тигізеді. Бұл сатыда экскурсовод белсенділігінің негізі – көрсету мен айтып берудің әдістемесін қолдана білуінде. Экскурсовод экскурсанттарды нысандарды байқауға бағыттайды, экскурсанттар бұрынғыдан да белсенді бола бастайды.

Экскурсовод мамандығының қалыптасу кезеңдеріне тоқталайық. Экскурсоводтың қалыптасу процесі ұзақ уақытты талап етеді. Болашақ экскурсоводтың адамдармен тәрбиелік, бұқаралық жұмыс істеу бейімділігі мамандығының құпияларын меңгермей жатып пайда болады. Экскурсовод мамандығының қалыптасуында 4 кезең болады: біріншісі – осындай бейімділіктің қалыптасуы; екіншісі – нақты салада білім игеру – жоғарғы оқу орнында, колледждерде, басқа да арнайы орта оқу орнында оқыған кезде; үшіншісі – дайындық әдісін және экскурсия өткізуді, практикалық дағдыларды меңгеру; төртіншісі – күнделікті практика жүргізілуде білімнің кеңеюі және шеберліктің жетілдірілуі.

Экскурсовод мамандығының қалыптасуының соңғы, қорытындылаушы кезеңінде әдістемелік үйірме негізгі орын алады. Ол экскурсоводтардың тұрақты түрде басқосуы болып табылады және олардың ары қарай мамандану, идеялық-теориялық деңгейінің жоғарылауы және кәсіптік шеберлікті жетілдіру мақсатымен құрылады.

Жыл өткен сайын экскурсоводтың кәсіптік шеберлігіне деген сұраныстар артып келеді. Экскурсоводтардың білім алу жүйесі және оны жетілдіру 3 білім алу сатысы бойынша қарастырылады: жаңа экскурсоводтардың дайын-

дық курсына білім алуы, экскурсоводтардың мамандануының артуы, экскурсоводтардың мақсатты семинарда дайындалуы. Білім алу барысында экскурсиялық жұмысшылардың туризм институтында экскурсиялық кеңсе жанындағы курстарда, музейлерде міндетті түрде үнемі білім алуы қарастырылады. Жергілікті жағдай мен мүмкіндіктерге қарай білім алу жұмыстан үзілісте және үзіліссіз жүзеге асады. Білім алу мерзімі, ұзақтығы және мезгілі белгіленген. Әр бесжылдықта барлық экскурсоводтар кем дегенде екі рет білім алады: мамандануды арттыру курстарында және мақсатты семинарлардың бірінде. Тәжірибеге енгізілген жүйенің мәні, ол экскурсовод мамандығын алуды қамтамасыз етеді, экскурсоводтардың кәсіптік шеберлігінің үзіліссіз жетілуіне жағдай туғызады және тұрғындарға көрсетілетін туристік-экскурсиялық қызмет сапасының артуына қызмет жасайды.

Экскурсиялық кеңселер экскурсовод мамандығының артуының басқа да формаларын пайдаланады. Олардың арасында – ғылыми-практикалық және шығармашылық конференциялар, әдістемелік кеңестер, жұмыс ойындары, оқу экскурсиялары, тәжірибемен алмасу, өлкетану кештері (мысалы, бейсенбіліктер), басқа экскурсиялық кеңселерде стаж жинау. Маманданудың артуының әрекет етуші формасы – ол реферат дайындау, экскурсиялық тақырыпқа анықтамалық материал дайындау, әдістемелік үйірмелерде баяндама оқу. Соңғы уақытта экскурсоводтардың дайындық мазмұны мен мамандануының артуы нақты қарастырылған басылымдар жарыққа шықты.

Экскурсоводтың икемділігі және дағдыларына тоқталайық. Экскурсоводтың кәсіптік шеберлігінің маңызды

құрам бөлігін оның икемділігі мен дағдылары құрайды. Әсіресе, шығармашылық дағдылар мен мінез-құлық дағдылары (топпен жұмыс кезінде өзін-өзі ұстай білуі) маңызды.

Дағды өз алдына икемділіктің ең жоғарғы сатысы ретінде анықталуы мүмкін. Ол өзімен-өзі автоматты түрде, әрқашан бір үлгі бойынша жүзеге асқанда көрінетін түрдегі әрекет болып табылады. Мұндай әрекеттерге саналы түрде бақылау төменгі сатыға дейін жүргізілген.

Дағды бір ғана әрекеттің қайталанып орындалу барысында қалыптасады. Нәтижесінде жұмысшының оған сол жұмысты барынша сапалы және тиімді орындауына мүмкіндік беретін әдеттері пайда болады. Орындау әрекетінде әдетті меңгеру барынша аз күш, ал мамандық төңірегінде – аз уақыт жұмсауға жағдай жасайды. Экскурсовод үшін мұндай жұмыс экскурсияға дайындықтың өнімдік процестері және оның жүргізілуі болып табылады. Оның әдеттері «операцияның» реті мен кезектілігі, мысалы, экскурсия жүргізуде, іс-әрекет бейнесі болып табылады. Әдеттің негізінде дағдылар қалыптасып, жүзеге асады. Осылайша, дағды – бұл экскурсоводтың практикамен жинақталған іс-әрекеттері әрі әрқашан да бір ғана үлгі бойынша жүзеге асатын іс-әрекеттері (бағыттылық, кезектілік, уақыттың бірдей шығындалуы және т.б.).

Экскурсиялық кеңселерде экскурсоводтың дағдыларының нақты мамандануы орнығады. Дағдыларды бірнеше топқа бөлуге болады: өзіндік жұмыс дағдылары (кітаппен, музейде, архивте); экскурсиялық аудиториямен жұмыстағы дағды; кезекті экскурсияны жүргізуге дайындықтағы дағды (ұстаздың нақты сабаққа дайындығы

сияқты); экскурсия насихаты бойынша ауызша сөз сөйлеу; экскурсиялық көрсетілім мен әңгіме; «экскурсовод портфелін» қолдану; экскурсияны тыңдау және т.б.

Экскурсовод дағдылары қиындық дәрежесі, автоматты деңгейі, шығармашылық элементтердің болуы, т.б. бойынша бөлінуі мүмкін. Тәжірибелік әрекет барысында дағдылардың өзара әрекет етуші процесі орын алады. Мысалы, сөйлеу және нысанды көрсету, нағыз ескерткішті көрсету, «экскурсовод портфелінен» көрнекі құралдарды қолдану дағдыларының байланысы. Дағдылардың өзара әрекеті әдістемелік тәсілдерді кешенді қолдануда көрініс табады (қайта құру және ықшамдау тәсілін, материалдың жаңа болуы және салыстыру тәсілін және т.б.).

Экскурсия сапасының артуы екі мәселені шешумен байланысты: экскурсиялық дағдылардың қалыптасуы және игерілген дағдылардың үнемі жүзеге асуы.

Әдістемелік тәсілдерді игеруде, дағдыларды жүзеге асыруда екі жол қолданылады: сынау және қателіктің апатты жолы. Мейлінше ұзақ және тиімділігі барынша аз. Экскурсовод тәсілдерді қолданады, олардың әрекетінің деңгейін талдайды, олардың қолданылуына өзгерістер енгізеді.

Басқарылатын жол нақты тапсырмалардың қойылуын және шешілуін ұсынады: нақты дағдыларды нақты кезекте де игеру. Мұнымен қатар экскурсоводтың білімнің нақты саласының маманы ретінде (тарихшы, тіл маманы, өсімдіктанушы, инженер-механик) практикалық іс-әрекетіне қажетті қасиеттерге ие дағдылардың қалыптасуы орын алады. Дағдылардың қалыптасуының басқарылатын жолы бойынша білім алудың түрлі форма-

лары қолданылады: оқу жаттығулары, үй тапсырмалары, нысан маңындағы маршруттағы тапсырмалар, әдебиет оқу, экскурсияға қатысу, экскурсияның таспасын тыңдау, әдістемелік құжаттауды меңгеру және с.с.

Оқу жаттығуларының жүйесі. Мұндай жаттығулар барысында экскурсиялық топтың қатысуынсыз өзіндік дайындық – нақты экскурсияның анық элементтері көптеп қайтланады. Әдетте, нысанды көрсетудің және әңгіме үзіндісінің әдістемелік тәсілдері. Сабақты әдіскер немесе тәжірибелі экскурсоводтар өткізеді. Мысалы, «экскурсовод портфелінен» суреттерді қолдану тәсілдерін немесе бақылау нысанының маңында экскурсиялық топтың орналастыру техникасын жинақтау. Осындай жаттығулар барысында жасалатын іс-әрекеттер меңгеріледі, айқындалады және автоматтандырылады.

Алғашқы кезде жаттығулар баяу қарқынмен жасалады, кейін дағдыларды игеру шамасына қарай жылдамдай түседі. Бір жаттығуды бірнеше рет қайталау экскурсовод әрекетінде дағдылануды өндіруге, яғни нақты дағдының пайда болуы мен орнығуына әкеледі. Дағдыны жетілдіру жұмысы экскурсиялық процеске елеулі өзгеріс енгізеді: көрсету мен әңгімелеуде бірте-бірте барлық артық нәрселер жойылады. Экскурсоводтың ымдары барынша нақты және мағыналы, түсініктері сенерліктей бола бастайды, көрермендер әсерінің маңызы артады. Дағдылардың жүзеге асуы экскурсоводқа аудитория мінезіне сәйкес экскурсия жүргізудің түрлі нұсқаларын қолдану мүмкіндігін береді.

Бұл жұмысты ұйымдастырудың түрлі формалары бар – оқу экскурсиялары, ескерткішке барып білім алу, жұмыс ойындары. Оқу экскурсиясын-

да, мысалы, экскурсоводтың материалды мазмұндауда және нысанды көрсетуде қолданатын дағдыларды сараптау тапсырмасы тұрады. Сабаққа қатысушыларға оқуға сұрақтар ұсынылады: экскурсовод қандай шығармашылық дағдылар қолданды? Дағдыларды қолдану тиімділігі; Сіздің көзқарасыңыз бойынша қандай дағдыны меңгеру қиын? Дағдыларды қолдануда автоматтылық дәрежесі; Экскурсанттар үшін дағдыларды қолданудағы «байқалушылық»; Экскурсия жүргізуде экскурсовод қандай шығармашылық элементтерді қолданды? Экскурсоводтың маршрут кезінде өзін-өзі ұстауы, мінез-құлық дағдылары, жағымсыз әдеттердің болуы (ым, сөйлеу және т.б.).

Экскурсоводтың кәсіптік шеберлігінің жоғарылауында, дағдылардың қалыптасуы мен орнығуында үй тапсырмаларын орындау маңызды орын алады. Өзіндік жұмыстың бұл түрінің мінездемелік сипаты – нақтылық. Мысалы, экскурсоводқа қалалық экскурсиядағы ескерткішті көрсетуде қайта құру тәсілін қолдану техникасын дайындау немесе көруді қайта құру тәсілінің көмегімен Ұлы Отан соғысы ардагерінің бірінің ерлігін орындау.

Қазіргі уақытта мамандығы бойынша бірдей білімі бар экскурсоводтар, мысалы, архитектура теориясы мен тарихы бойынша, бір-бірінен аудиторияға білімді жеткізу дағдыларының деңгейінде айырмашылық болады. Дағдылардың сақталуы тек экскурсиялық жұмысқа жүйелі қатысуда, экскурсия жүргізуде ғана мүмкін болады. Экскурсияны жүргізуде үзіліс тым ұзаққа созылса, әлсіреу пайда болады, кейде дағдылар толық жойылады. Бұл құбылыс мамандықтың жоғалуы деп аталады. Мұнымен қатар экскурсовод әдістемелік тәсілдерді есте сақтайды,

бірақ дағдыларды, яғни сол тәсілдерді қолдану жолдарын жоғалтады.

Экскурсоводтың кәсіптік шеберлігінің кейде шеберліктің межесі деп аталатын ерекшеліктер қатары бар. Мұндай межелер қаншалықты көп болса, күнделікті іс-әрекетте қаншалықты айқын шығарылса, маман ретінде білетін нәрсесін көрсете алуымен айқындалатын экскурсовод шеберлігінің деңгейі соншалықты жоғары болады.

Экскурсоводтың шеберліктің маңызды межелерінің бірі – ауызша ақпараттың табыстылығы. Оқиғалар қатарында нысан туралы ақпарат экскурсанттар үшін белгісіз тілде айтылған сөз ретінде қабылданады. Барлығы әдістемелік тәсілдер көмегімен нысанды көрсететін және осы сөзді экскурсанттар үшін ана тіліне аударып, олар алған ақпаратты түсінікті ететін экскурсоводтың кейінгі іс-әрекеттеріне тәуелді.

Шеберліктің келесі межесі – талдау әдісін мүлтіксіз меңгеру, талдаудың негізгі түрлерін қолдана білу – өнер, тарихи, табиғи-ғылыми, шығармашылық-техникалық, архитектуралық және әдеби, сонымен қатар бір нысанды көрсеткен кезде және экскурсанттардың бақылау кезіндегі кешенде, мысалы, архитектуралық-градоқұрылыстық ансамбльдердің, олардың әрқайсысын бөлек (ықшамдап) қолдану.

Экскурсовод-шығармашылардың шеберлігінің маңызды межесі әрекет етуші цехтарда, құрылыста, өзен және теңіз порттарында нысанды бақылауда шығармашылық-техникалық талдауды меңгеру болып табылады. Талдаудың бұл түрінің механизмі нашар зерттелген, және ол алғаш рет өз алдына жеке түр болып жақында аталды.

Мемлекеттік мұражайларда, халық шаруашылығы жетістіктерінің көрмесінде жұмыс жасайтын экскурсоводтардың кәсіптік шеберлігі де өзі-

нің сипаттық межесіне ие. Мұнда көру ретінің негізі ереже бойынша жабық аумақта, нақты ретте орналасқан материалдар, экспозициялар болып табылады. Экспозицияны шеберлікпен көрсету экскурсоводтан айрықша дағды мен икемді талап етеді.

Экскурсоводтық шеберлік деңгейі толық факторлар қатарына байланысты оларды екі топқа бөлуге болады:

Бірінші топ – экскурсоводқа тәуелсіз факторлар: әдістемелік құжаттауды дайындау деңгейі, нысанды іріктеу, маршрутты құру, «экскурсовод портфелінің» мазмұны және т.б.

Екінші топ – тек экскурсоводқа тәуелді факторлар: жалпы ойсана, тақырып бойынша білім, әдістемені меңгеру, сөйлеу мәдениеті, топпен

келісім орната білу, практикалық икемдер мен дағдылар.

Экскурсияның тиімділігі экскурсоводтың икемділігі мен біліміне ғана емес, сондай-ақ экскурсанттардың да икемділігіне тәуелді. Экскурсанттар нысанды бақылаудың нақты дағдыларын, экскурсоводтың әңгімесіне назарды игеруі керек, нақты материалды ғана қабылдамай, керекті шешімдер де жасай білуі қажет. Сондықтан экскурсовод экскурсияның маңызды міндетін – экскурсанттарға нысанды көру мен түсінуге үйретуді ұмытпауы керек. Сол кезде экскурсияға қатысушылар маршрутқа әр келген сайын толықтырылады, барынша экскурсиялық ақпаратты «тұтыну» мааманы бола бастайды.

3.3. Экскурсоводқа қойылатын талаптар

Экскурсоводтың тұлға ретінде ерекшелігінің бірі өзінің қызметтік міндетін атқаруда өнегелі қанағат ала білуі болып табылады. Ол орындалып жатқан жұмыс қуаныш көзі болатындай, әр дайындалған тақырып, реферат, дәріс, жүргізілген экскурсия тағылым беретіндей етіп жұмыс істеуі керек. Бұл үшін экскурсовод жасаған жұмысын дұрыс және өзіндік сынмен бағалауы қажет. Әр қорытынды жасаған сайын ол өзіне сырт көзбен қарап, жасаған жұмысының сапасын бағалайды. «Қанағаттылықтың» бұл қысқа сәттері адамға өз күшіне сенімділік орнатады, жаңа идеяларға жетелейді, оның әрекетінде шығармашылық бастаулардың дамуына себепші болады. Белгілі сәттегі әрекетін бағалай отырып, экскурсовод өз жұмысына қанағаттанбауы мүмкін, өкініші де болады, мысалы, нысанның сипатмасын толық айтпау, ескерткішті көрсетуде ұмытылған жайттар; ол өзі үшін маңызды шешімдер жасайды, өзін

дұрыстайды және осының негізінде кезекті әрекетін іске асырады.

Әрбір адам басқа адамдардан өзіне ғана тән сөйлеу ерекшелігімен, материалды мазмұндау стилімен, ебімен, ым-ишарасымен ажыратылады. Мысалы, бір тақырыптағы жеке мәтіндерді салыстыра отырып, олардың бір-бірінен айырмашылығын көруге болады. Бір ғана материалды мазмұндайтын сөздер әр экскурсоводта өзінше жазылған. Олар нақты адам – мәтіннің авторының ауызша сөйлеу тілінің ерекшеліктерін көрсетеді.

Әр экскурсовод қандай да бір дәрежеде өзіндік қолтаңбасын, өзі жүргізген экскурсияның қайталанбас қолтаңбасын қалыптастырады. Бірі мемуарға көңіл аударады, екіншісі экскурсияда өлең оқиды, төртіншісі үзілістерді шеберлікпен пайдаланады. Жұмыс стажы жоғары экскурсоводтарда өзіндік экскурсия жүргізу мәнері қалыптасады. Оның мәні әр экскурсоводтың жүзеге асыруда

меңгерген, ұнататын тәсілдері бар, және оларды ерекше ынтамен қолдана біледі. Экскурсоводтың ұнататын әдістемелік тәсілінің болуы, ол басқа тәсілдерді қолданбайды деген сөз емес. Ол тек, қана, басқаларына қарағанда, «өзінің» әдістемелік тәсілін және оның басқаларымен ұқсас элементтерін жиі қолданады.

Экскурсоводтың жекешелігі өзі меңгерген әдістемелік тәсілдердің номенклатурасымен сипатталады. Бұл номенклатура барлық экскурсоводтарда бірдей емес. Біреулері практикада барлық белгілі тәсілдерді қолданады, басқалары екі-үш барынша таныс тәсілдермен шектеледі, үшіншілері – бастаушылар, сондай-ақ кәсіптік шеберлігін нашар меңгерген экскурсоводтар жүргізген экскурсияның сапасын төмендететін тәсілдерді қолданбайды. Кейбір экскурсоводтар өздерінің дербес тәсілдерін табады.

Экскурсанттар экскурсоводқа ерекше талаптар қояды: олар экскурсоводқа басты рөлді тапсырды және ол осымен келісіп, олардың көңілін қалдырмауы керек. Осы үшін риторика қажет. Біз экскурсияда шешендік өнердің көптеген ұстанымдарын қарастырдық. Алайда, жетістіктерге жету үшін, экскурсанттардың күткенін ақтап қана қоймай, асыра түсу үшін экскурсовод тағы не істей алады?

Экскурсанттардың көңілдеріне орнығу үшін экскурсовод шешендіктің бірнеше қарапайым, сонымен қатар іске асатын ұсыныстарын ескеруі қажет.

Біріншіден, экскурсовод экскурсанттардың алдына шығарда жақсы қалыпта болуын қадағалағаны дұрыс. Ол үшін экскурсия жүргізер алдында өзіне қуат қорын жинақтап, жақсы демалуы, жақсы тамақтануы керек, сырт бейнесінің тазалығы мен көріктілігін қадағалау ұсынылады. Адамның жақсы киінуі туралы ой оның өзін-өзі сыйла-

уын арттырады, өзіне деген сенімділігін нығайтады.

Екіншіден, экскурсияның сәттілігі экскурсоводтың мейірімділігіне тәуелді, ал мейірімділіктің көрінісі – күлімдеу. Экскурсовод өзінің бет-бейнесімен экскурсанттардың алдында тұрғанына қуанышты екенін білдіруі қажет. Сәйкестіктен сәйкестік туындайды. Егер экскурсовод экскурсанттарға қызығушылығын көрсетсе, олар да өзіне қызығушылық білдіреді деп есептеуіне негіз бар.

Үшіншіден, экскурсовод экскурсанттарға барынша тиімді әсер ететін топты құру нұсқасын таңдай отырып, экскурсия жүргізілетін орынның ерекшелігін ескеруі қажет. Бәрінен бұрын экскурсиялық топтың созылуы мен жекеленуіне жол бермеу керек. Экскурсанттарды бірге жинаған дұрыс. Егер экскурсанттар әр жерде шашырап тұрса, оларға ықпалын көрсету қиын. Ықшам топтың қатысушысы ретінде экскурсант, егер ол жалғыз тұрған кезде оның күдігін немесе қарсылығын тудыратын нәрсеге күледі, қол шапалақтайды және мақұлдайды.

Экскурсовод өзін жоғары ұстамағаны дұрыс. Одан да экскурсияны артық ресмиліктен арылтып, оны әңгімеге айналдырып, экскурсанттармен бір деңгейге түскені дұрыс. Егер экскурсия мекеме ішінде болса, онда ол жердің барынша жарық және жақсы желдетілгенін қадағалау керек. Және, соңында, экскурсовод өзінің әңгімесі мен көрсетілімін сыртқы жағдайлардан қоршағаны дұрыс. Болмаса, экскурсанттар кез келген қозғалған затқа, жануарға немесе адамға қарау қызығушылығына төтеп бере алмайды.

Әрбір экскурсовод басқа да білім саласының маманы сияқты мамандық шеберлігін игеруге міндетті. Шеберліктің әр түрі болады: педагогикалық

шеберлік, емдеу шеберлігі, әңгімелеу шеберлігі, сурет салу шеберлігі, сондай-ақ экскурсоводтық шеберлік деген ұғым бар. Осы терминнің түсінігін дұрыс беру керектігі өте маңызды. Экскурсияны өзінше өткізе алу, өзіндік әдістерімен, белгілі бір өзінің материалдарымен, өзінің көрсету нысандарымен экскурсияны өзінше өткізе алуы экскурсоводтың шеберлігі деген сөз емес. Экскурсоводтың шеберлігін бұлай түсіну дұрыс емес. Ал аудиторияға экскурсиялық материалды сапалы дәрежеде ұсыну, әдістемелік сипаттаманы толыққанды орындау экскурсоводтың шеберлігі болып табылады.

Эккурсоводтық мамандық шеберлігі – бұл насихаттау өнерінің ерекше түрі. Ол экскурсовод, экскурсант және экскурсиялық нысан ретіндегі компоненттердің қабылдау процесін қатыстырумен белсенді және көрнекілік пен ауызша насихаттауды білумен орнатылған насихаттау өнері.

Халыққа экскурсиялық қызметті ұйымдастыру – қатысушылардан терең білімді және білудің үлкен шеңберін талап ететін күрделі әрекеттің түрі. Экскурсоводтық әрекетінің ерекшелігі – олар бірқатар тапсырма орындайды. Адамдарды ұйымдастырады, тәрбиелейді және оқытады.

Эккурсоводтың қоғамдық білімдерден дүниетанымы, эрудициясы болуы керек: логикалық заңдарды білуі; педагогика негіздерін, психология және экскурсиялық теорияны білу, экскурсиялық насихаттаудың әдістемелік негіздерін білу, экскурсияны өткізудің әдіс-тәсілдерін білу.

Эккурсиялық насихаттаудың ғылыми негізі – философия, педагогика, психология, логика. Философияның негізгі ережелерін қабылдап, экскурсовод диалектикалық тәсілді қолданады. Оның күрделі материалды

түсінікті түрде түсіндіруге, тарихи оқиғалардың өзара байланысын анықтауға, олардың болғанын, табиғаттың және қоғамның даму заңдылықтарын көрсетуге көмегі бар. Таным теориясына сүйене отырып, экскурсовод тақырыптың мазмұнын терең, тізбектей отырып сенімді түрде ашады, фактілік материалды өте жақсы қолданады.

Педагогиканың негізгі талаптарын меңгере отырып, экскурсия кезінде аудиторияда тиімді білім берудің формалары мен тәрбиелеуді қолданады.

Педагогикалық білім экскурсоводқа бүкіл экскурсия өтілу кезінде іс-шараларға қатысушылардың санасы мен сезіміне әсер ете отырып, өзіне зейін қойғыза алуға мүмкіндік береді. Сондықтан экскурсоводтың педагогикалық шеберлікті жақсы меңгергендігі маңызды.

Эккурсоводқа диалектикалық және формальды логика білімі қажет, ол әңгімесін тізбектеп, дәлелдеумен айтуға мүмкіндік береді.

Өзінің мамандығына байланысты (тарихшы, филолог, архитектор, инженер-технолог және т.б.) экскурсовод сәйкес ғылымдардың негізін білу қажет. Мысалы, әдебиет тақырыбына экскурсия жасайтын экскурсовод, әдебиеттануды, әдебиеттің жанрларын, көркем шығармалардың тілін, ерекшелігіне анализ жасай алуы керек, ақынның, жазушының, драматургтың шеберлігінің нәтижесін, өнердің бір түрі ретінде білуі қажет.

Сол сияқты экскурсовод эрудициялық адам ғана емес, сонымен қатар, ең алдымен эрудициялық маман болуы қажет. Мысалы экскурсоводтың кез келген сұраққа жауап беруі міндетті емес, экскурсоводқа барлық салаларға дайын болу талап етілмейді.

Эккурсовод-эрудит деп екі – үш тақырыпта терең білімі бар, сол негізде әр түрлі категориядағы экскурсанттарға

экскурсия дайындай алатын және әр тақырыпша бойынша реферат жаза алатындарды айтады.

Экскурсоводтың негізгі функциясы топқа білімді беру ғана емес, сонымен қатар экскурсанттардың білім алуын тиімді түрде қалыптастыру. Сондықтан экскурсовод шеберлігінің маңызды құрамдас бөлігі әдістемелік болып табылады, бұл – көрсету мен әңгімелеудің әдіс-тәсілдерін білуін білдіреді, бірақ оның технологиясын түсіну, яғни процесті басқару біліктілігі кезінде берілетін білімді қабылдау болып табылады. Экскурсоводтың шеберлігінің маңызды сызығы – оның топты басқару біліктілігінде, экскурсанттармен байланысты ұзақ уақыт сақтау мен олармен байланысты білу.

Экскурсовод интуициясын дамыта білу керек. Жақсы экскурсовод туралы сипаттағанда көбіне оның алтыншы сезімі бар деп айтылады, яғни адамның бес сезімінен басқа кез келген нәрсені ерекше сезетін қабілеті болады.

Экскурсовод сұранысы, қызығушылығы, берілген тақырыпқа өзіндік пікірі, көңіл күйі, зейін қою деңгейі және т.б. құрамы ұқсамайтын топтармен іс жүргізеді. Бұл экскурсоводтың сөйлеуін өзгертуін, сәйкесінше өз ойын айтудағы амалды қолдануын талап етеді. Мұнда экскурсоводқа интуиция көмекке келеді. Экскурсоводтың интуициясы – ол оның сезімталдығы, принципшілдігі, қорыта алатын қабілеті, дұрыс шешім қабылдауды білуі, кез келген проблеманы шеше алуы, бұрынғы тәжірибесін қолдана алуы, ғылыми-теориялық білім және практикалық біліктілігі. Экскурсовод мұндай сапаға – интуицияға бірден жете қоймайды. Экскурсиялық маршруттарда бірнеше жыл жұмыс істегеннен кейін қалыптасады. Экскурсоводтың интуициясы мынамен өрнектеледі: аудиторияның құрамы мен сұра-

нысын тез арада анықтап білуі, әңгімелерінде ойламаған жерден құбылысты, фактіні және т.б. қолдана білу; экскурсанттардың қызығушылығының пайда болуынан тез қорытынды жасай алуы, экскурсанттардың айтқан кез келген сөздеріне дұрыс және білікті реакциясы болуы; конфликттік жағдайлар пайда болғанда дұрыс шешім таба білуі; керекті ақыл бере алуы. Тәжірибелі экскурсовод өзінің интуициясына байланысты, алдын ала сөйлеспей-ақ және экскурсанттарға сұрақ қоймай-ақ аудиторияның қызығушылығын анықтай алады және осының негізінде кіріспе сөзін қысқарта алады немесе ұзартады немесе логикалық өтуінің мазмұнын өзгертеді. Экскурсоводтың интуициясы оған берілген аудиторияға қандай әдістемелік тәсіл тиімді болатынын айтады.

Экскурсоводтың жұмысы – шығармашылық. Экскурсоводтың қызметінде шығармашылық тек қана көз алдына оймен елестету ғана емес, өзіндік айтуды қамтиды. Экскурсоводтың күнделікті жұмысында шығармашылық өнер сипатталады. Мысалы, әдістемелік тәсілдерді қолдануда, мақал-мәтелдерді, әдеби сөздерді, сөздерді әсемдеудің басқа да формаларын, тақырыпшалардың арасындағы логикалық сөздерді ізденуде, экскурсияны өткізудің тәсілдерінде.

Экскурсоводтың шығармашылығы нақты экскурсия өткізгенде белгілі бір іс-құжаттардың, яғни бақылау мәтіні мен әдістемелік талдаудың аясынан шықпайды. Әдістемелік секцияның басшылары және әдістемелік қызметкерлер экскурсоводтардың ақылды инициативасын көріп, қолдап отыруы маңызды. Экскурсиялық істің алға жылжуын мақсат еткен белсенді қимылдарын мадақтап отыруы қажет.

3.4. Экскурсоводтың сөйлеу мәдениеті

Экскурсия бізді қоршаған айналаны көрнекті қабылдау процесі ретінде ауызша тілсіз, экскурсоводтың әңгімесінсіз болмайды. Экскурсия белгілі бір түрде кинофильмді еске түсіреді, мұндағы тақырыпты түсіну екі негізде құрылған: дыбыс қатары және бейнелеу қатары. Экскурсияда мұндай негіздер әңгіме мен көрсетілу болып табылады. Мұндағы дыбыстық қатар экскурсовод пен оның сөйлеуі болады. Аудитория алдына экскурсовод, лектор және кез келген насихаттаушы тәрізді мынадай мамандар сөйлей алады:

– басқа оқиғалармен және құбылыстармен байланысын түсіндірмей-ақ, өзінің соған қарым-қатынасын көрсетпей-ақ, қандай да бір оқиғаны, құбылысты әңгімелей отырып, әділ білім айтып беретін информатор (ақпарат беруші);

– оқиғаларды және құбылыстарды айтып беретін, кейбір байқалатын нысандарды түсіндіре отырып, олардың жеке себептерінің бағасын беретін комментатор (түсіндіруші);

– әңгімеші. Ескерткіштерді көрсете отырып, экскурсовод әңгімеші ретінде алға шығып сөйлейді. Үлкен қызықты әңгіме болады, оның барысында материалдық мазмұнына экскурсанттардың реакциясы ескеріледі, сұрақ-жауап формасы қолданылады. Экскурсовод тыңдаушылардың реакциясына, олардың сұрақтарына және репликаларына байланысты өзінің әңгімесіне қосымша материал енгізуіне болады;

– ақылшы. Экскурсовод көргендері бойынша түсіндіреді, нысанды қалай өте жақсы байқауға болатыны туралы ақыл-кеңес береді, экскурсанттарды қажетті қорытынды шығаруға жетелейді;

– жалынды лидер. Нысан пен оқиғаларға талдау жасайды, қарастырылған проблемаға әділ баға береді, байқалатын нысан пен құбылыстарды терең түсінуге экскурсанттарға көмек береді.

Экскурсия жүргізілу кезінде бір немесе басқа барлық түрдегі 5 түрлі шешендік өнер қолданылады:

Сөз бен сөйлеу, кез келген тақырыпта ауызша алға шығып сөйлеу.

Баяндама, кең көлемде талданатын берілген тақырып бойынша алға шығып сөйлеу, ары қарай талқыланатын және тиісті сұрақтарға шешім қабылдайтын баяндама.

Реферат сұрақтың қысқаша мазмұнына негізделген, ғылыми тұрғыда әдеби талдау жасалған, архивтен және басқа әсерлерден алынған бір ғылыми еңбек болады.

Лекция – көпшілік алдында ауызша шығып сөйлеу, мұндағы кез келген тақырып бойынша белгілі бір тәртіппен тәмпиштеп мазмұндалады.

Ауызша сөйлеудің кіші түрі – сөйлеп тұрған кісінің сөзін қақпақылауға қарсы, шығып сөйлегенге қысқаша пікір айту, сөйлеу кезінде анықтама алу, сұрақ-жауап алу.

Экскурсияның табысқа жетуі экскурсоводтың мамандық шеберлігіне және едеуір дәрежеде шеберліктің құрамдас бөлігі ретінде қарастырылатын әңгімеге (сөйлеуге) байланысты. Жақсы дайындалған және өткізілген кез келген экскурсия шешендік өнердің аталған түрлерінің синтезі болып табылады.

Экскурсоводтардың тіл және сөйлеу түсінігін шатастырмау маңызды. Тіл адамдар арасындағы байланысу үшін сөздік және грамматикалық дыбыс жүйесі болып саналады. Сөйлеу (речь) – сөйлеу қабілеті, өз ойын білдіру.

Тіл мен сөйлеу өзара тығыз байланысты. Тіл мүмкіндігі бар, белгілі бір анықталған шартты білдіру болып табылады (фонетикалық, лексикалық, грамматикалық ережелерді білу, ойлау және сөйлесу қабілетті, басқа адамдармен түсінісу және т.б.).

Тіл арнайы әлеуметтік информацияны сақтау мен беру және адамзаттың мінез-құлқын, жүріс-тұрысын басқару құралы болып табылады. Сөйлеу – тілдің мүмкіншілігін іске асыру, адамдардың өзара қатынасу түрі.

Тілдің мүмкіншілігін пайдаланып, экскурсовод өзінің мәнерлеп сөйлеуінде бір-бірімен сәйкестелген білімді толық және айқын көрсетіп, берілген тақырыпты көз алдына елестетуге мүмкіндік береді. Сөйлеудің түсініктілігі, оның нақтылығы және мәнерлілігі бірнеше факторларға байланысты болады: сөздерді дұрыс іріктеп алу, экскурсоводтың ойын білдіретін сөздер тізбегі, сөйлемдердің өзара байланысы және т.б.

Сөйлеу түрлері және формаларына тоқталайық. Сөйлеу ішкі және сыртқы болып бөлінеді. Сыртқы сөйлеу қатынас міндеті жүктелген, оның мазмұны басқа адамдарды түсінуіне бағытталған.

Экскурсиядағы экскурсоводтың әңгімесі – сыртқы сөйлеудің үлгісі, оның мақсаты – түйсікке және адамдардың физикалық жүріс-тұрысына әсер ету, оларға белгілі бір информацияны беру, белгілі бір нысандар туралы білім айту және ең соңында қоршаған ортаны, табиғат құбылыстарын, тарихи оқиғаларды адамның түйсігінде дұрыс қабылдауына жету.

Білімді беру мен нақтылықты білдіру – тілдің екі негізгі функциясы. Экскурсиядағы тілдің бірінші функциясы өзінің білімін жеткізуді білдіреді, аудиториямен қатысу барысында көңіл күйді сөзбен көрсетуді ұйғарады. Кез

келген тақырыпты хабарлау 2 бөлікке бөлінеді:

а) Нысандардың аттары, оның бөліктері, тарихи оқиғалар, табиғат құбылыстары, жеке адамдардың іс-қимылдары, яғни сөздің белгіленуі.

б) Басқа нысандарға, оқиғаларға, құбылыстарға, іс-қимылдарға қатынасы, маңызы, бар болмысы туралы айтылады.

Ішкі сөйлеу – бұл іштен сөйлеу, алдын ала ойды құрастырып, кейін оны аудиторияға хабарлайды.

Ішкі сөйлеу көмегімен ойлау орындалады, сондықтан мұнда көмекші ретінде схемалар, бейнелер, кестелер қолданылады.

Бір берілген зат туралы ішкі сөйлеу бұрыннан алған адамның біліміне негізделеді. Экскурсоводтың ішкі сөйлеуі – келесі экскурсияға дайындық барысында экскурсияның барлық мазмұнын немесе оның бөлігін ойша айтуы. Егер сыртқы сөйлеу дайын логикалық, білімді, құрастырылған ойларды мазмұндауды ұсынса, онда ішкі сөйлеу – бұл алдын ала дайындық кезеңі, мұның барысында өз-өзімен әңгімелескенде адамның түйсігінде, сана-сезімінде ойлар туылады және нақтыланады.

Экскурсовод ішкі сөйлеуді жаңа тақырыпты (тақырыпшаны, негізгі сұрақтардың бірін) талдау жасау процесінде пайдаланады.

Экскурсияға дайындалу кезінде ішкі сөйлеу кеңінен қолданылады және аудиторияға кейін айтылатын жеке ойдың ішкі программалауы ретінде пайдаланылады. Экскурсовод экскурсия жүргізу барысында сөйлеудің екі формасын да қолданады: ішінен сөйлеуден кейін сыртқы сөйлеу жалғасады, ал экскурсоводтың хабарлағанын меңгеретін экскурсант тек ішкі сөйлеуді қолданады. Бұл алған білімді өте жақсы түсінуге және есте сақтауға

көмектеседі. Экскурсияның жетістігі сөйлеудің коммуникативтік сапасына байланысты болады, тек қана солар ғана сөйлеудің жан-жақтылық нақтылығын қамтамасыз етеді. Осы сапаларды атап өтейік: грамматикалық жағынан дұрыс, ой дәлдігі, логикалық тазалығы, мәнерлілігі, байлығы, орындылығы. Экскурсоводтың сөйлеуі екі формада өрнектеледі: диалогтік және монологтік, әр форманың (түрдің) өзіндік ерекшелігі бар. Диалогтік сөйлеу қарапайым түрде – екі немесе бірнеше адамның әңгімелесуі, өз пікірлерін алмасу. Мұндай сөйлеуде барлығы айтылмайды, әңгіменің мағынасы әңгімелесушіге түсінікті болғандықтан, көбісі тек жобалап айтылып, өзінен-өзі түсініледі. Экскурсиялық материалды мазмұндаудың сұрақ-жауап әдіс-тәсілі осындай сөйлеудің формасына негізделген.

Бір адамның материалды мазмұндауы монологтік сөйлеу болып табылады. Мұндай сөйлеудің басты ерекшелігі – басқа адамдардың сөйлеуімен, сөйлеп тұрған кісінің сөзін қақпалауымен, сұрақтарымен немесе басқа да диалогтік сөйлеудің басқа түрлерімен бөлінбейді. Кез келген экскурсияда сөйлеудің бұл формасы алдыңғы қатарда тұрады. Монологтік сөйлеу диалогтікпен салыстырғанда, құрамы күрделі және грамматикалық безендірілуі анық. Аудиторияның белгілі бір сұрақтар туралы білімін ескере отырып, әңгімесін құрастырғанда экскурсовод айтылмайтын пікірден, экскурсанттарға белгісіз, экскурсияның мазмұнында мәні ашылмайтын материалдан аулақ болады. Жаңа тақырыпқа монологтік сөйлеуді талдау жасау кезінде осы ерекшеліктерді ескеру қажет.

Тілдің стилі – тілдің әртүрлілігі, сөйлеудің практикасының әр түрлі шарттағы идеяны мәнерлеп көрсету үшін

жалпыхалықтық тілдің жиынтығының қолданылуы. Адамдардың күнделікті тұрмыстағы тілінің ресми сферадағы тілден айырмашылығы бар, ғылыми рефераттардың тілінің орта білім беретін мектептердегі педагогтардың тілінен айырмашылығы бар, сондықтан тілдің стилі мынадай болып бөлінеді: көркемдік, іскерлік, күнделікті тұрмыстағы, ғылыми, публицистикалық, кәсіптік-техникалық.

Экскурсоводтың тілінің стилі көркем сөзбен ойды білдіру, сөйлеуді құрастыру мен сөздерді қолдану болып табылады. Оның басқа стильден айырмашылығы әңгіменің өзіндік формасы мен тәсілі, ерекшелігі мынадай: ықшамдылығы, бейнелілігі, көңіл күйге байланыстылығы, тазалығы. Осы ерекшеліктердің әрбірінің өзіндік ерекшеліктері бар.

Кейбір экскурсоводтардың дербес стилі оның жеке мамандық шеберлігінің деңгейін, оның сөйлеу мәдениетін сипаттайды. Экскурсоводтың стилінің ерекшелігі оның тағайындауына байланысты. Экскурсоводтың тілінің тағайындалуы: а) тарихи оқиғалардың сыртқы бейнесін жасау; б) байқалатын нысанға бейнелейтін оқиғаларды, табиғи құбылыстарды, жеке тұлғаның іс-қимылдарын, жүріс-тұрысын, экскурсанттардың көз алдына елестететін жеткілікті толық қамтылған сипаттама беру; в) бұрынғы болып кеткен уақыттағы тарихи жағдайды, экскурсанттарды соның қатысушысы сияқты сезінуге мәжбүр ету. Экскурсияда тілді тек барынша көп әңгімелейтін құрал ретінде қарастыруға болмайды. Экскурсоводтың тілінің маңызды сапасының бірі көрсетілудің ерекшелігіне бағынуы. Мысалы, жергілікті жер, жеке заттар, ескерткіштер, оқиғалар және құбылыстар туралы көз алдына елестету үшін экскурсоводтың тілі бейнелі мәнерлі болуы керек. Экс-

курсоводтың әңгімесінің түрі алдына қойылған мақсатқа, тапсырмаға сәйкес өзгереді. Әңгіменің түрі баяндау немесе қайта құрылу болуы мүмкін. Баяндау – белгілі бір оқиғаны, оның барысын сипаттауын біріктірілген әңгіме.

Әңгіме айтушы тыңдаушыларға оқиғаның қайда және қашан болғаны туралы мәлімет береді. Экскурсиялардың көбісінде материалдың мазмұнын баяндау стилі қолданылады.

Экскурсоводтың сөйлеуінің шапшаңдығы мен ырғағы әңгіменің мазмұнына байланысты болады. Экскурсияның барысында ол көп рет өзгеруі мүмкін: тез немесе баяу. Сөйлеудің шапшаңдығын уақыт бойынша тез, орта, баяу, сондай-ақ байсалды, бірқалыпты, үзілмелі деп бөледі. Сөйлеудің шапшаңдығының барынша толық мағынасын жақсы тақпақ немесе өлеңдерден, олардың мазмұнынан байқауға болады.

Нақтылы тақырыпты дайындау, әңгіме жасау кезінде экскурсоводқа өз бетінше қолындағы сағатпен үйрену орынды, 1 мин. – 75 сөз – тез сөйлеудің шапшаңдығы, орта – 60 сөз, баяу – 45 сөз. Жаңылтпаш (1 минутта 80 немесе одан да көп сөз) кез келген аудиторияда болмайды, экскурсиялық материалды түсінуге бөгет болады, тыңдаушыларды тез шаршатады. Жеке мәтінді айтуға дайындалу кезінде ең негізгісі ойларды, негізгі ой желісін бөліп көрсету керек.

Экскурсоводтың сөйлеуінде негізгі ой желісі басқа материалдан гөрі баяу айтылады. Негізгі жағдайды, орынды барынша маңызды ойларды дамытатын, бейнелейтін материал жылдам шапшаңдықта мазмұндалады. Оның стилін терминдерді, концелярлық айналымдарды, ұзақ сөз тізбектерді қолдану сөйлеудің кемшілігі болып табылады. Мұның бәрі тың-

даушыны жалықтырады, олардың зейінін сейілтеді. Үйде және жұмыста олар қарапайым тілмен сөйлеседі. Олардың әрқайсысының сөйлеуі басқа әңгімелесушіден ерекшеленеді, анықтығымен, логикалығымен, бейнелеуімен түсінуге қарапайымдылығымен тартымды болады. Мұндай маман қолына микрофон ала салысымен материалды экскурсанттардың жалығуын шақыратын құрғақ, қазыналық тілмен мазмұндайды. Сонымен қызықты материалды «өлтiредi».

Сонымен, сөйлеу мәдениетіне нақты тоқталайық. Сөздік қорының байлығы мен грамматикалық конструкцияны, көркемдік мәнерлілігі мен логикалық қисынды, дене қимылы мен ымдап түсіндіруді жинақты бейнелейтін сөйлеу мәдениетті сөйлеу болып саналады.

Профессор В.А. Артемовтың «Сөйлеу мәдениеті» атты кітабында осы ұғымға айтылу мәдениетін, грамматикалық форманың мәдениетін және сөйлеу синтаксисін, сөйлеудің стилистік мәдениетін қосады. Сөйлеу мәдениеті ұғымы ауызша және жазбаша сөйлеуде тең дәрежеде болады. Олардың әрқайсысының өз ерекшелігі болады.

Бірақ мәдениетті адам айтылу ережелері, сөздікті грамматика мен стилистиканың ережелерін бұзбай айтуы әрі жазуы қажет. Экскурсовод сөйлеудің ауызша және жазбаша негіздерін білуі керек. Экскурсоводтың мынадай шығармаларында: бақылау және жеке мәтіндерде, әдістемелік талдауда, библиографиялық шолуда жазбаша сөйлеудің мәдениеті өрнектеледі. Жазбаша сөйлеудің мәдениетін білу экскурсоводқа жазбаша еңбектің алдында қойылған тапсырмаға байланысты нәтижеге жетуге мүмкіндік береді. Экскурсияның бақылау мәтіні

оқуға арналған, ал жеке мәтін әңгімеге жақын тілмен мазмұндалады: ол аудиторияда айтылуы керек.

Ауызша сөйлеудің мәдениеті толық көлемде үш құрамдас бөлік ретінде қарастырылады: мәдени тілмен сөйлеу, сөйлеудің психологиялық мәдениеті және коммуникативтік сөйлеу мәдениеті.

Сөйлеу мәдениетінің тілі. Сөйлеу мәдениетінің тілі – сөздік мәдениет, грамматикалық формалар және сөйлеу синтаксисі, айтылу мәдениеті (дыбыс, сөз, дауыс ырғағы), сөйлеудің синтаксистік мәдениеті, дене қимылы мен ымдап түсіндіру мәдениеті ұғымдарын біріктіреді.

Сөйлеудің психологиялық мәдениеті. Сөйлеудің психологиялық мәдениеті сөйлеудің мазмұны, оның түсініктілігі, мәнерлілігі (фонетикалық және лексикалық құрал, грамматикалық және стилистік мәнерлілігі), сөйлеудің әсері (бұйрық беру талап ету, ұсыныс беру, тапсырма беру, ақыл айту, өтініш, тыйым салу, ескерту) тәрізді ұғымдардан тұрады. Сөйлеудің психологиялық мәдениетінің кейбір әдістемелік тәсілдері, мысалы, тапсырма қабылдау, негізі болып табылады.

Сөйлеу мәдениетінің коммуникативтігі. Коммуникативтік сөйлеу мәдениеті аудиториямен байланыс кезінде мынадай бөлімдерді қамтиды: экскурсовод – ақпараттың (білімнің) қайнар көзі; экскурсоводтың әңгімесі – нағыз хабарды ұйымдастыру жүйесі; бағыты – әңгімені ойлағандай қабылдау мен түсіну.

Тілмен жұмыс істеуді экскурсоводтарға сөйлеу техникасын (дем алу, дауыс, мақам (дикция) меңгеруден бастау керек. Мақам, яғни дыбысты шығару мәнері және сөйлеудегі сөздерді, анық және ашық айту керектігі өте маңызды. Әр сөз, соның ішінде басқа тілден енген сөздер, адамның

аты мен әкесінің аты анық естілуі керек, топқа түсінікті болу керек. Бұдан кейін сөйлеудің дауыс ырғағы (интонациясы), (екпін, үзіліс, тыныс, күй, шапшаңдық, тембр) меңгеріледі. Экскурсоводтың дауыс ырғағы аудиторияға сөйлеу формасы болып есептеледі. Оның әңгімедегі рөлі өте зор. Бірақ әңгіменің негізі ой ғана емес, әңгімеге ерекше баяу енгізетін сезім экскурсоводтың материалдың мазмұнына (тарихи оқиғаларға, табиғи құбылыстарға, фактілерге, заттарға, адамдарға) қатынасын көрсетеді. Интонацияның (дауыс ырғағы) әңгімеде басқа да тағайындалуы бар. Кейде ол белгілі бір ойды логикалық аяқтауға да жеткізеді. Ол фактының мағынасын ерекше көңіл аударуға мүмкіндік береді, әңгімеге салтанатты сипат, ойламаған жерден, сұраулы, бекітілген және т.б. береді. Дауыс ырғағының өзгеруі әңгіменің мағынасына сәйкес келеді.

Екпіннің дұрыс қойылуын қадағалау қажет. Сонымен қатар бүкіл жұмысты сөзге екпіннің дұрыс қойылуына апарып тіреуге болмайды. Әңгімедегі логикалық екпін мен сөз тіркестерін үтір-нүктесіне дейін өңдеу керектігі маңызды.

Экскурсия өткізуге дайындалу кезінде экскурсовод өзі үшін жеке-жеке дайындайды. Мұндай мәтіндерге талап етілетіндердің бірі – орындаушының сөйлеуінің жекеше ерекшелігін ескере отырып материалды мазмұндау. Бұл үшін әңгіме экскурсиядан мүшеленіп алынады, оның мазмұны меңгеріледі. Осыдан кейін экскурсовод мәтіннің жеке бөліктерін – тақырыпшаларды және негізгі сұрақтарын, кіріспе мен қорытындысын қарастырады. Мұнда әңгіменің маңызды жерлерін бөліп шығарады. Содан кейін әңгіменің бөліктерін жеке сөз тіркестеріне бөліп тастайды, оларды экскурсовод ауди-

торияда айту үшін дайындайды. Экскурсовод дауыс ырғағына байланысты компоненттерді практика жүзінде тексереді: сөйлеу үшін екпін, сөйлеудің темпі және ритмі.

Экскурсовод қиын сөздерді және сөзді тұжырымдауда механикалық жаттамау керек, оларға тіл жаттықтыру керек, оның мағынасын түсініп, содан кейін ғана оларды есте сақтау қажет. Ең бастысы экскурсоводтың сөйлеуінде оларды ойдағыдай сауатты қолдауына жету. Бұған жете алмаған жағдайда кейбір сөздерді экскурсоводқа бұрыннан таныс басқа сөздермен ауыстыруға болады.

Әңгімені дайындау кезінде экскурсовод мазмұнына сәйкес сөз сарынын өзгерту туралы ойлау керек. Белгілі бір оқиғаларға байланысты толқу әңгімешінің ашуын, қуанышын, мақтанышын, таңдануын, қайғыруын, үмітін оятады және бұл дауыстың дыбысының шығуын өзгертеді, әңгіме жоғары үнде жеткізіледі. Бұл жағдай оқиғаның маңызына көңіл аударады, экскурсанттардың зейінін өзіне аударып әкетеді, дұрыс қорытынды жасауға мәжбүрлейді.

Осындай көтеріңкі, салтанатты әңгіме оның белгілі бір бөлігінде бүтіндей табиғи болады. Бірақ экскурсиядағы барлық әңгімені, тіпті аудиторияны қобалжытатын мүмкіндігі бар ең қызықты тақырып болса да жоғары үнде жүргізуге болмайды, оны мелодекламацияға айналдыруға болмайды. Әңгімедегі мәдени сөйлеудің талаптарының бірі өз шамасын сезіне алу. Экскурсоводқа бір сарындылықтан, солғындықтан аулақ болу сияқты, шамадан тыс көтеріңкі, жалған пафостан, айқайлаудан қашу қажет. Олар іске зиян келтіреді, экскурсияны өткізудің әсерлілігін төмендетеді.

Экскурсоводтың көркем әңгімесі аудиторияның сезіміне ғана әсер ете-

ді және экскурсанттардың көңіл күй сезімінің (эмоциясының) пайда болуына мүмкіндік туғызады. Экскурсоводтың сөйлеуінде гибратты сарынға, тәрбиешілік сарынға тыйым салынады. Экскурсовод кіріспе сөзіндегі дауыс мәнері үні мазмұнға сәйкес сергек, жарқын болуы қажет. Кіріспе экскурсоводтың келесі қимылына арқау қызметін атқарады.

Экскурсоводтың сөйлеуіндегі мәнерлік құралдары. Сөйлеу мәнерлігі әр формада көрініс табады. Сөйлеудің мәнерлік құралдарына ойдың тірі бейнелі көркемдеуінің әдіспен тәсілдері жатқызылады. Экскурсоводтың сөйлеуінде мәнерлік құралдар орынды қолданылуы керек. Сөзді әсерлеу қажет болғанда, оны бұдан да ашық, бейнелі, мәнерлі және сенімді ету жағдайларында қолданылады. Экскурсоводтың әңгімелерінде мынадай әдіс-тәсілдерді қолдану ұсынылады: эпитеттер, салыстыру, метафора, синонимдер, антонимдер, омонимдер, төл сөз, қаратпа сөз, атаулы сөйлемдер, сөз ойыны, күтпеген қорытынды, мақалдар, мәтелдер және т.б.

Қатынасудың сөйлеуден тыс құралдары. Экскурсиялық жұмыстардың әдістемелік әдебиеттерінде қатынасудың сөйлемнен тыс (сөзден тыс) түріне экскурсияны өткізудегі ыммен, дене қимылымен ишаралау (қол сермеу, қол бұлғау, бас изеу, бас шайқау, т.б.) тәсілдері жатады.

Сөздік қатынас аудиторияға мәліметтің екі ағымы: дискретті (үзілмелі) ағын – сөзбен және үзіліссіз бейнелеу ағымы сөйлеуден тыс әсер етуі болып табылады. Бейнелеу ағымына жест (ым, дене қимылы) сөйлеу дауыс ырғағы, жымию, дене тұрысы, қалпы, жүріс-тұрысы, мимиканың түрлері, дене қимылы кіреді. Сөйлеудің көмегімен мәліметтің мағынасы беріледі.

Қатынасудың сөйлеуден тыс құралы аудиторияға кішігірім мәтін жеткізеді (ішкі, айтылғандарға қосымша, оған қатысты).

Сөйлеуден тыс форманың аудиторияға әсер етуі ым, дене қимылының үлгісі экскурсоводтың тәртібінің қарапайым элементі болып табылады.

Жест (ым, дене қимылы), қолмен қимылдау және басқа дененің қимылы анықталған мағынасы бар белгіні білдіреді.

Сонымен жалпы экскурсияны ұйымдастырып және он өткізуде жоғарыда айтылған сөйлеу мәдениеті туралы мәселелер ескерілуі керек.

БАҚЫЛАУ СҰРАҚТАРЫ

1. Экскурсия дегеніміз не?
2. Экскурсоводтың негізгі қызметі қандай?
3. Экскурсияда тақырып түсіндірілуінің неше сатысы бар. Оларға тоқталыңыз.
4. Экскурсоводқа қандай талаптар қойылады.
5. Экскурсияны өткізу әдістемесіне қысқаша тоқталыңыз.
6. Экскурсоводтың сөйлеу мәдениеті.

4-тарау. Қонақүйлерде қызмет көрсетуді ұйымдастыру

4.1. Қонақүй шаруашылығының ерекшеліктері

Қонақүй бизнесінде ең кең таралған және ең ескісі – қонақүй кәсіпорны. Қонақүй – белгілі бір уақыт ішінде, басқа бір аймаққа бару мақсатымен саяхатқа шығуы, түнеу үшін белгілі стандарттар бойынша құрылған ғимараттар. Қонақүй қызметі келген қонақтың түнеуінен бастап бүкіл демалу, көңіл көтеру, тамақтану, емделу сияқты қажеттіліктерін қамтамасыз ететін орын болып саналатындықтан, саладағы персоналдардың басым бөлігі қонақүй қызметтеріне жұмылдырылған.

Қонақүй – туризм секторының негізін құрып, демалушыларға заттай қызмет беретін құрылыс. Бұл құрылыстар әр жерде әр түрлі көріністе болуымен қатар, мақсаттары бір болған адамдарға қызмет көрсетеді. Қонақүйде берілген қызметтердің өлшемі қонақүйдің физикалық құрылысы мен қонақүйде жұмыс істейтін қызметшілердің пейіліне байланысты.

Бірнеше ғалымдардың айтуынша, қонақүйге төмендегі анықтамаларды беруге болады:

- Қонақүй – бірінші кезекте жергілікті жерге жат қонақтардың уақытша түнейтін орны болса, екінші кезекте стандарттарға ие және тамақтандыру қызметін ұсынатын коммерциялық кәсіпорындар.

- Қонақүй – туристерге саяхаттау барысында құнын өтеу арқылы

түнеу және тамақтану қызметтерімен қамтамасыз ететін ұйым.

- Қонақүй – кәсіпкерлігі, ғимараты, ғимаратының жабдықталуы, тауар мен қызметтері келушілерді белгілі бір мерзім ішінде қанағаттандыра алатын, сонымен қатар тамақтану қызметімен де қамтамасыз ететін ұйым.

- Қонақүй – уақытша түнеу ниетімен келген жолаушыларды қабылдап және оларға орын бөліп, ресторанмен қамтыған ұйымның атауы.

Сонымен, қорыта келгенде, қонақүй кәсіпорын тарапынан айрықша бір келісімшартты қажет етпейтін, өзіне ұсынылған қызметке қарамастан, белгіленген құнды өтеуге қолдау білдіретін адамдарды тынығумен қатар азықпен де қамтамасыз ететін орын. Немесе, өтпелі бір мерзім үшін орын ауыстыру және қонақтау мақсатында белгіленген стандарт бойынша жүйеге келтірілген кәсіпорын болып табылады.

Қонақүйге келген демалушыларды қарсы алу, күту тағы басқа қажеттіліктерін өтейтін қонақүйлердің басты ерекшеліктерін мына түрде түсіндіруге болады:

- Қонақүй қызметтері «уақыт» сатады. Қонақүйдің бір бөлмесі 24 сағат ішінде сатылуы керек. Бөлменің сатылуы түнмен шектелген. Ол түні сатылмаған бөлме, кәсіпкер үшін үлкен

қаржының жоғалуы деп есептеледі. Қонақүй қызметінің артық бөлме ұстау ерекшелігі жоқ. Өндірілген немесе дайындалған кезінде сатылуы керек.

– Қонақүй кәсіпорны «адамның күшіне» сүйенеді. Қонақүй кәсіпорнында технологияны қолдана алатын алаңдар өте шектеулі. Мысалы: бухгалтерия және брон жасау бөлімдерінде компьютер пайдаланады. Төсектердің жасау-жабдығы, тамақтардың дайындалуы немесе демалушыларды қарсы алу, т.б. қызметтер адам күшімен орындалады.

– Қонақүй қызметтері мен қонақүй қызметкерлері арасында жақын бір іс бірлігі керек. Қонақүй – бір-біріне өте бағымды бөлімдерден шыққан экономикалық және әлеуметтік бір құрылыс.

– Қонақүйлер тек қана қондыру қызметін емес, тамақтану және көңіл көтеру сияқты бірнеше қажеттіліктерді де қамтамасыз етеді.

– Қонақүй – күннің 24 сағаты, аптаның 7 күні және жылдың 365 күні

(маусымдық қонақүйлерден басқа) тоқтамай қызмет ететін жүйе. Қонақүйде демалушылар дем алып жатқанда немесе демалыстарын көңілді бір түрде өткізіп жатқанда, қонақүй қызметшілері жұмыс істеу керек.

– Қонақүй өндірісі – динамикалық қонақүй құрылысы технологиясымен және қонақүй түсінігімен қалыпты болып өзгеріс көрсеткен бір индустрия. Демалушы әрқашан қонақүйден жаңа қызметтер күтеді. Осы себептен қонақүй кәсіпорны үнемі жаңару, жаңғыру үстінде болады. Қонақүйдің ең жақсы жарнамаларын жасай алатын адам – қонақүйде болған демалушылар.

Бірінші ретті қызмет көрсететін кәсіпорындардың үшінші тобында қонақүйлер тұр. Қонақүй кешендері тек қана туристерді орналастырудан түсетін қаржы арқылы күн көреді. Сонымен қатар қонақүйлер автомагистральдарда, суда орналасқан отельдер болып, «тайменер» отельдер, терапевтикалық, мүгедектерге арналған және т.б. болып жіктеледі.

Туристерді қабылдау жағдайларындағы айырмашылық

Классикалық қабылдау жағдайлары: қонақүйлер, отельдер алаңдары

Қазіргі заманғы қабылдау жағдайлары:
А. Негізгі: мотель немесе отельдер, жүзетін отельдер, қала сыртындағы отельдер, терапевтикалық отельдер, мүгедектерге арналған отельдер.
В. Қосымша апартаменттер, коттеждер, жалға алынған кемпингтер.

4.1-сурет. Классикалық және қазіргі заманғы орналастыру жүйелерінің айырмашылығы

4.2. Қонақүй шаруашылығының басқа кәсіпорындардан айырмашылығы

Қоғамда қызмет пайызының жоғарылығы қонақжайлылық индустрияда екенін ескере отырып, осы еңбекте қонақүй кәсіпорындарының басқа экономикалық индустриядан қаржылық құрылым тұрғысынан, өзіндік құн тұрғысынан, маркетинг тұрғысынан, қажеттілігін қанағаттандыру, ұсынылған қызметтің құнын өтеу тұрғысынан, сұраныстың икемділігі тұрғысынан айырмашылықтарын көрсетуге болады.

Қаржылық құрылым тұрғысынан айырмашылығы. Қонақүй кәсіпорындарын кең түрде қолма-қол пайдалану жеке адамдар және мемлекет тарапынан жүзеге асады. Әсіресе, үлкен дәрежелі отельдерде және халықаралық тізбектегі отель кәсіпорындарында бұл өте ашық түрде көрінеді. Отельдің иелері тарапынан басқарылуында капиталдың үлкен бөлігінің жылжымайтын мүліктерге құйылуы, кәсіпорында амортизациялық шығындарын арттырып, ликвидттік мүмкіндігін кемітеді. Бұл деген сөз төлемдерге тәуекелділікті арттыратын фактор болып табылады.

Өзіндік құн тұрғысынан айырмашылығы. Қонақүй кәсіпорындарында қонақтарға ұсынған өнімдердің өзіндік құндарының белгіленуінің басқа кәсіпорындардан өзгешелігі бар. Отельдің тағамдану бөлімі қызмет саласы ең кең түрде, көп персонал жұмыс істейтін бөлімі болып табылады. Сонымен қатар шикізат пен мүліктің шұғыл түрде циркуляцияға түсетін бөлімі болып табылады. Бұл бөлімде тағамдар мен сусындардың тез арада сатылуын қамтамасыз етеді, сақталуына жол берілмейді. Осы себептен үлкен дәрежелі отель кәсіпорындарының

көбісінде өндірілген әр тағамның жиынтық шығын жеке-жеке белгілеу өте қиын. Бірақ стандартты шығын жүйесін пайдаланып әр түрлі тағамның жалпы шығынын есептейді. Бұл жүйеде девиация деңгейлері жоғары болуымен, нәтиженің дұрыстығы сенімді емес. Бұл үшін отель кәсіпорындарының басқа индустриалды кәсіпорындардан айырмашылығы өндірілген тағамның жалпы шығыны да есептеледі. Негізінде отель кәсіпорындарында жұмыс күші шығындарында, сату бағасын назарға алғанда, басқа кәсіпорындарға қарағанда өте көп артықшылықтары бар. Бұл тұрғыдан отель кәсіпшілігінде пайдаланған айлық жүйесі мен жоғары жұмыс күші шығындарын кәсіпорынға жанастырмауға тырысады. Бұл жүйе персоналдың пайдасы мен отельдің табысын теңестіретін әділ жүйе болып табылады. Сол себепті бұл жүйе тәсілімен персоналдың табысы отельдің табысымен тура деңгейлі болып көрінеді.

Маркетинг тұрғысынан айырмашылығы. Қонақүй кәсіпорындарында өнімдер мен ұсынылған қызметтердің тиімділігін арттыру мен сату жеңілдігін қамтамасыз ету мақсатында маркетингтік қызметтерді пайдаланады. Маркетингтік қызметті мақсатқа лайық түрде жасауда кәсіпорындар алдымен нарықтағы орнын сақтайды, қолда бар нарықтық қорларды дамытады, тіпті жаңа нарыққа жөнелтеді. Отель кәсіпорындарының өнімдерімен ұсынған қызметтерінің жарнамалануында басқа кәсіпорындарға қарағанда мына айырмашылықтарға ие:

– Қонақүй кәсіпорындарының ұсынған өнімдерінің жарнамалануы тек қана өнімнің сатылуы емес, сондай-ақ аумақтық, ұлттық және халықаралық имидж қалыптастыру қызметі болып табылады.

– Индустриалды кәсіпорындарда өнім өндіру сатысынан келушінің тұтынуына дейін жоспарланады және әр түрлі жерлерге жөнелтіледі. Ал отель кәсіпорындарында болса, ұсынылған өнімдер мен қызметтер қонақтар тарапынан бір-ақ отельдің құрылымында тұтынылады.

– Индустриалды кәсіпорындар бағаландыру саясаттарын ішкі және сыртқы экономикалық және статистикалық мәліметтерге қарай жүзеге асырады. Ал отель кәсіпорындары болса, сатуға ұсынылған өнімдердің және қызметтің қорға сақталынбауы себебінен одан да кейінгі сатуда жүзеге асырылуы үшін міндетті түрде қызметті ұсынуы керек.

Қажеттілікті қанағаттандыру тұрғысынан айырмашылығы. Қонақүйде қонақтардың жылы шыраймен қабылдануы көбінесе қызметкерлердің жақсы жұмыс істеуін қажет етеді. Сондай-ақ кәсіпорында сатылған тауар мен қызметтердің сақталынбауы және, қажет болса, «еңбек күші» өнімдері болуы себебімен бір-бірімен айырмашылығы бар. Отельдің ас үйінде дайындалған тағам және ресторанда ұсынылған сервис қызметтерінің қажеттілігін қамтамасыз ету тұрғысынан стандартталуы мүмкін емес. Бұл қызметті толығымен ұсынған қызметкер мен қонақ арасындағы құбылыстың нәтижесі болып көрінеді.

Ұсынылған қызметтің құнын өтеуі тұрғысынан айырмашылығы. Отель кәсіпорнында сатуға ұсынылған өнім-

дердің және қызметтің құны, жалпы алғанда, нақты түрде төленеді. Бұл да қонақ төлемдерін төменгі деңгейде болуын сақтайды. Басқа кәсіпорындарда болса, алатын есебі «тұтынушы қарыздары» құрылыс секторында – 40 %, сауда кәсіпорнында 14% болса, қонақүй кәсіпорындарында 2% ғана.

Сұраныстың икемділігі тұрғысынан айырмашылығы. Қонақүй кәсіпорнында сұраныстың алдымен шешімді түрде шамалануы өте қиын. Себебі отель кәсіпорнында сұраныс экономикалық және саяси конъюнктурадағы толқындардан шұғыл әсер алады. Осы себептен отель кәсіпорнында тәуекел жоғары. Сонымен қатар отель кәсіпорнында маусымдық өзгешеліктері де сұраныстың белгілі бір кезеңдерінде азаюына немесе артуына себеп болуда. Индустриалды кәсіпорындарда болса мұндай жағдайлар жоғары деңгейде кәсіпорынның процедурасына әсер етпейді. Себебі, экономикалық және саяси конъюнктурадағы өзгерістер болса да өндірілген өнімдердің сақталуына мүмкіншілігі бар.

Сонымен қорытындылай келгенде, қонақүй кәсіпорыны басқа экономикалық түрлі секторларынан әр жақты айырмашылығымен ерекшеленеді. Капиталдың жылжымайтын мүлікке салынуы, ұсынылған қызметтің өндірілген жерде тұтынуы, нарықта тауардың өзіндік тартымды ерекшелігімен, ең бастысы қонақүй кәсіпорнында қызмет пен тауардың сақталынбауы болып табылады. Бұл жерде қонақүй кәсіпорны экономикалық әртүрлілігімен ерекшеленгені туралы айтылған.

4.3. Қонақүй шаруашылығының жіктелінуі

1. Мақсаттарына қарай жіктеу;
2. Мәншік түріне қарай жіктеу;
3. Үлкендігіне қарай жіктеу;
4. Жұлдызды жіктеу жүйесі;
5. Халықаралық жіктеу жүйесі.

Қонақтың болу себебіне байланысты емделетін, спортпен шұғылдану мүмкіндіктерін беретін, транзит өтетін жолаушыларға арналған, ресми қонақтарды күтетін, саяжай қонақүйлері бар.

Құрылыс жеріне байланысты қала қонақүйлері, тау қонақүйлері, теңіз, көл жағалауы қонақүйлері, вокзал қонақүйлері және т.б. болып табылады. Қала және вокзал қонақүйлерінің ішкі мақсаты саяхат жасағандарға, транзит жасаушыларға және көбінесе қысқа мерзімді қонақ күтуге арналған. Тау жағалау айналасындағы құрылған қонақүйлер болса демалу мақсатына арналған, жалпы ұзақ мерзімді қонақ қабылдауға сәйкес жасалған.

Жұмыс істеу уақытына байланысты: бір жыл жұмыс істеген қондыру орындары – үлкен қала, жеткізуші трасса мен сауда, мәдениет орталықтарындағы қонақүйлер; бір маусым жұмыс істеген қондыру орындары – құрылыс жері шарттардың бірнеше айлық іс уақытына мүмкіндік берген туристік жерлерде табылады (теңіз жағалауларында және қысқы спорттық аймақтарда); екі маусым жұмыс істей алатын қондыру орындары: нақты мөлшерден де көп пайдаланылған және соңында өнім көзқарасынан да жақсы жағдайда болған өндірістер. Мысалы: Тайваньдағы Шитау сияқты қысқы спорттық сәйкес шарттарға ие болатын туристік айналаның, жаз айларында да демалыс туризміне қызмет етуі, яғни өндірістің екі маусым жұмыс істегенін көрсетеді.

Жайлылығы мен сапасына байланысты қонақүйлер құжаты бар және құжатсыз қонақүйлер болып екі топта анықталған. Туристік құжаттары бар қонақүйлер туризм министрлігінің туристік құжатын алғандар болып табылады. Жайлылық дәрежесіне қарай: туристік қонақүйлер және туристік емес қонақүйлер.

Туристік қонақүйлерге қойылатын жалпы талаптар:

1. Қонақүйлерді категориялар бойынша жіктеу мынадай талаптардың жиынтығына негізделген:

- материалдық-техникалық жабдықталуы;
- номенклатурасы мен ұсынылған қызметтердің сапасы;
- қызмет көрсету деңгейі.

Категориялар жұлдыз белгісімен белгіленеді. Жұлдыздар саны көрсетілетін қызмет сапасының жоғарғы деңгейде екендігін білдіреді. Қонақүйлер бес категория бойынша жіктеледі.

- Бес жұлдызды қонақүйлер – *****;
- Төрт жұлдызды қонақүйлер – ****;
- Үш жұлдызды қонақүйлер – ***;
- Екі және бір жұлдызды қонақүйлер – ** және *.

2. Қонақүйлерде тиісті жол белгілері орналасқан, автокөлік кіре алатын жолы, жайлы әрі жарықтандырылған алаңы және де автокөліктер үшін қысқа мерзімді автотұрағы болуы тиіс. Кәсіпорынның аты және категориясы көрсетілген тақта ілінуі тиіс.

3. Қонақүй экологиясы таза және жайлы жерде орналасуы тиіс.

4. Қонақүйде тұтынушылардың өмір, денсаулық және мүлік қауіпсіздігі қамтамасыз етілуі керек. Ғимаратта төтенше жағдайда шығатын жол, баспалдақ және қауіпті әрі төтенше

жағдайларда қонақтардың еркін бағыт алуы үшін белгілі ақпараттық көрсеткіштер орнатылуы тиіс.

5. Қонақүйлерде «Өрт қауіпсіздік ережесінде» қарастырылған ережелерді ұстануы тиіс, яғни өрттен сақтану құралдары мен өрт жайында алдын ала хабар беру жүйесі болуы тиіс.

6. Қонақүйлерде санитарлық-гигиеналық нормалар мен ережелер қатаң орындалуы тиіс. Оларды санитарлық-эпидемиялық бақылау органдары бекіткен тәртіп бойынша ұстануы тиіс.

7. Электр, газ жүйелері, су құбырлары мен канализация жабдықтары «Қонақүйлердің техникалық эксплуатациялық ережесіне» сай орнатылып және эксплуатациядан өтуі тиіс.

8. Қонақүй инженерлік жүйелер мен жабдықтармен жабдықталуы тиіс, олар:

- суық су және ыстық сумен;
- канализациямен;
- жылумен;
- желдету жүйесімен;
- радио және теледидармен;
- телефон байланысымен;
- бөлмелерді жарықтандыруды қамтамасыз етуі тиіс.

9. Жаңа қонақүй жобаларында және ескі қонақүй реконструкцияларында мүгедектерді қарсы алу және қызмет көрсету жағдайлары қарастырылуы тиіс.

Қонақүйлерді үлкендігіне байланысты айтар болсақ, қонақүй кәсіпорны үлкендігін көрсететін өлшемдердің мемлекеттер бойынша айырмашылықтары бар екенін ұмытпау керек. Мысалы: Батыс Еуропа мен Америкада кішкентай қонақүй біздің мемлекет үшін орта үлкендікте немесе үлкен болуы мүмкін. Орналастыру орындарындағы бөлме мен жұмыс көрсеткіш саны критерийлерін қолдана отырып, қонақүйлер былайша төрт түрге

бөлінеді: үлкен, орташа, кішкентай және өте кішкентай қонақүйлер.

– Үлкен қонақүйлер: 100-ден көп бөлмесі бар және ең аз дегенде 100-110 жұмысшысы бар қонақүй.

– Орташа үлкендіктегі қонақүйлер: бөлме саны 50-100 арасында өзгертін және тағы 50-100 арасында жұмысшысы бар қонақүй.

– Кішкентай қонақүй: 50-ден төмен қонақ қабылдай алатын және сондай мөлшерде жұмысшысы бар қонақүй;

– Өте кішкентай қонақүйлер: жалпы-маусымдық және бір отбасы көлемінде жұмыс жасайды. 3 немесе 5 адам тарапынан қызмет көрсетілетін бұл сияқты құрылыстар 15-20 адамды қабылдай алады.

Қонақүй шаруашылығы туристің әр түрлі мекенде қону қажеттілігін қамтамасыз етіп және көп жағдайда туризм әсерімен ерекшеліктерге жетті. Саяхат және ақпарат технологиясындағы бұл даму жолы қонақүй секторының да дамуына мүмкіндіктер беріп, әдебиетке жаңа түсініктер кіргізуде:

– ОТЕЛЬ дегеніміз – адамдардың түнеу, тамақтану, көңіл көтеру және басқа да әлеуметтік, мәдени қажеттіліктерін белгілі бір ақы алу арқылы қанағаттандыруға мамандандырылған ең кемі 10 бөлмелі қоғамдық орын.

– МОТЕЛЬ – қалыптасқан орталықтардан басқа жол жағаларында орналасып, моторлы көліктермен саяхаттаушылардың қонуы, ішіп-жеуі және көліктерінің автопарк қажеттіліктері үшін қызмет ететін кем дегенде 10 адамдық орналастыру орны.

– Демалыс жерлері сұлу табиғат аясында немесе тарихи-археологиялық жерлерде құрылған, әр түрлі спорт және көңіл көтеру шараларын ұйымдастыратын ең кемі 60 бөлмелі қондыру өндірісі.

– Пансиондар демалушыларға ішіп-жеу қызметін көрсететін немесе де-

малушыларға өз тамақтарын дайындау мүмкіндіктерін ұсына алатын ең кем дегенде 5 бөлмелі орналастыру орны.

– Кемпингтер жол бойына жақын жерлерге, қалаға кіре берісте, теңіз, көл, тау сияқты табиғи сұлулықтары бар жерлерде құрылған және жалпы туристердің өз мүмкіндіктерімен түнеу, тамақтану, демалу, көңіл көтеру және спорт қажеттіліктерін өтейтін ең кемі 30 бөлмелі орталық.

– *Apart* қонақүйлер – демалушының қажеттілігін өтеу үшін керекті жабдықтармен қамтамасыз етілген тәуелсіз үй

немесе вилла түріндегі мөлтек аудан сияқты құрылған орналастыру орны.

– Тау үйлері (*oberj*) – спорт және аңшылық туризміне арналған ең аз дегенде бір жұлдызды қонақүй қызметін көрсете алатын қондыру орны.

– *Hostel* мәдениет және спорт мақсатымен саяхаттаған мұғалім және оқушылардың немесе демалу және білім үшін саяхаттайтын адамдардың арзан, таза әрі сенімді қона-жату мүмкіндігін ұсынатын, тамақтану қызметін көрсететін ең кемі 10 бөлмелі орналастыру орны.

4.4. Қонақүй шаруашылығында қызмет көрсету технологиясы

Қонақүй кәсібінің көлеміне қарай әкімшілік ұйымдастыру схемасын бұдан бұрын жасаған жіктеуде көргеніміз сияқты, қонақүйлердің үлкендік критерийлеріне қарай өзгерістер ұсынады:

– үлкен қонақүйдің ұйымдастыру схемасы: бөлменің саны 100-ден көп болатын қонақүйлер. Мысалы, Америкада бөлменің саны 500-ден көп болатын қонақүйлер үлкен қонақүйлер тобына кіреді;

– орташа үлкендікте қонақүйдің ұйымдастырылу схемасы: бөлмелердің саны 50-100 арасындағы қонақүйлер;

– кішкентай қонақүйдің ұйымдастырылу схемасы: бөлменің саны көп дегенде 50 бөлмеден болатын қонақүйлер.

Әкімшілік ұйымдастырылудың схемаларында орын алатын бөлімдерге байланысты қонақүй қызметтерін төмендегідей жіктеуге болады:

Қонақүй қызметтерінде бағалану бөлімдері. Бұл бөлімдердің саны қонақүйдің түріне және үлкендігіне қарай өзгереді. Бағаландыру бөлімдері әрі қамтамасыз етілген, әрі қаржылық

пайда келтіретін орталығы болып табылады.

Ұйымдастырылған қонақүйдің алғашқы іс-қимыл нүктесі алдыңғы бюро болып табылады. Демалушымен алғашқы қарым-қатынас жасайтын алдыңғы бюро – қонақүй мен демалушы арасындағы кілт саудасының, демалушының ақпарат алу талаптарының және демалушының есепшоттарының жасалатын орны. Алдыңғы бюро басқарумен қатар, барлық демалушылардың қызметтері арасында координацияны қамтамасыз ететін нүкте. Яғни, бұл демалушы мен қонақүй арасындағы байланыс нүктесі. Демалушыны алдыңғы бюродағы қызметкер жақсы қарсы алса, өзін үйіндегідей сезінеді. Егер қонақүйдің басқа бөлімдеріндегі қызметтерінде бір кемшілік болатын болса, демалушы оны елемейді, тіпті көңіліне де алмайды, себебі алғашқы тілдесу нүктесі болған алдыңғы бюродан алған жағымды әсері сақталып қалады. Алдыңғы бюроның физикалық орны қонақүйдің кіре беріс есігіне, лифтілерге

және баспалдақтарға жақын болуы керек, бір лоббиден бөлінуі керек және артқы кеңсе жұмыстарын жүргізетін кең алаңдарға ие болуы керек.

Қонақүй қызметі бөлмелер бөлімі, тіркеу бөлімі, қабат қызметтері және анықтама (униформалы қызметкер) бөлімдерінен тұрады.

Тіркеу бөлімінің негізгі функциялары: бөлменің сатылуын жасау, алдыңғы бюро қызметтерін жолға қою, демалушылардың есеп-шоттарын ұстау, чек беру және алатындарын жүзеге асыру керек. Қонақүйге келген және төлем ақысына шамасы жеткен әркімнің қонақүйге қабылданылатыны айғақ болса да, тіл қатысуы мен мінез-құлқы жағынан басшылыққа бағынбайтын адамдар қонақүйге алынбайды. Мұндай адамдар әрі қонақүйдің қызметкерлерін әбiгерге салып, әрі басқа қонақтарды да ыңғайсыз жағдайларға қалдыруы мүмкін. Осы себептен мұндай жағдайларда өте абай болу керек. Қонақүйге қонақтың қабылдануы қонақүйдің табысын арттыру жағынан өте маңызды. Бірақ қонақтардың талап-тілектері де орынды болуы керек. Бір жағынан қарағанда, қонақтардың қажеттіліктерінің орындалуы, қонақүйде алғаш кездескен жер тіркеу бөлімінен басталады. Қонақтардың барлық шағымдары да тіркеу бөліміне келіп түседі. Сол үшін тіркеу бөлімінің қызметкерлері өздерінің жұмыстарынан басқа, қонақтарға қалай сөйлеу керек екендігін де өте жақсы білулері керек. Әр түрлі мәселелермен келген қонақтардың өтінішін мейлінше қысқа уақытта шешулері керек, шеше алмаған жағдайда жоғары басшылыққа айтуы керек.

Қабат қызметтерінің бөлімі: демалу бөлмелерінің, дәліздің, залдың және жалпы қонақүйдің тазалығымен, төсек-орындардың жиналуымен,

кірлердің ауыстырылуымен және басқа да заттардың тазалануымен айналысады. Сатылуға дайын тұрған бөлмелер туралы тіркеу бөліміне мәлімет беруге, жөндеу және техника қызметімен байланысты бөлімдерге хабар жеткізуге міндетті.

Анықтама бөлімі. Алдыңғы бюронның демалушыларға тікелей қызмет ететін бөлімдерінің бірі де анықтама бөлімі болып табылады. Бұл бөлімде униформалы қызметкер жұмыс атқарады және бөлімнің негізгі өнімі – қызмет. Жұмыстары өте оңай болғанымен, функциялары өте маңызды. Себебі, демалушыларды қарсы алу, заттарын бөлмесіне тасу, шығарып салу және басқа қызметтерді орнына келтіру осы бөлімнің қызметкерлері тарапынан атқарылады.

Тамақтану бөлімі. Дамыған қонақүй кәсіпорны ресторансыз және барсыз болуы мүмкін емес. Тамақтану бөлімінің пайдалы және үлгерімді жұмыс істеуі үшін үлкен мөлшерде күш жұмсалады. Осы себептен бұл жердегі бағалардың өте мұқият бақылануы керек. Төленген тамақ құны – барлық тамақ шығындары қонақүй нөмірлерінің және турларының құнына қосылады деп білдіреді. Континенттік пансион деп тек таңғы асқа төлем ақыны айтады, таңғы ас пен кешкі ас жарты пансион, ал үш мерзімдік асты толық пансион деп айтады. Кейде тамақтың құнына сусындар да кіреді. Егер тамақ турдың құнына кірмесе, оған қосымша, келген жерде төленуі қажет. Тамақтандыру өндірісінде туристерге тез және нақты қызмет етуіне көңіл бөлінеді. Тамақтандыру орындарында қызмет көбінесе үш түрлі мәзір бойынша жүзеге асады. Мәзір (меню) бұл – тамақтану орындары ұсынатын тағамдар мен сусындардың тізімдемесі.

• Табльдот (*Table d'hote*), қонақ мәзірде көрсетілген тағам атауының бір



4.2-сурет. Орналастыру орындарының құрылымы

түрін таңдайды, мұнда бір атау бойынша (сорпа, салаттар, ыстық тамақ, десерттік ас, сусындар) ортақ баға белгіленеді.

- «А ля карт» (*A la carte*) формасы, қонақтар мейрамхана ұсынған жалпы мәзір бойынша талғам жасайды, әр тағамның бағасы бөлек көрсетіледі, мұнда қонақтың өз қалаған тағамын таңдауға мүмкіншілігі болады (жеке адамдарға және біраз топтарға).

- *Prix Fixe*. Қонаққа нақты тағам түрлері белгіленген баға бойынша ұсынылады, көбінде таңдау мүмкіндігі бола бермейді.

Басқару бөлімі. Қонақұйді басқару және онымен байланысты есеп-шоттарды ұстау құзіретіндегі қонақұйдің директоры және оның қарамағындағы қызметкерлер басқару бөлімін құрайды.

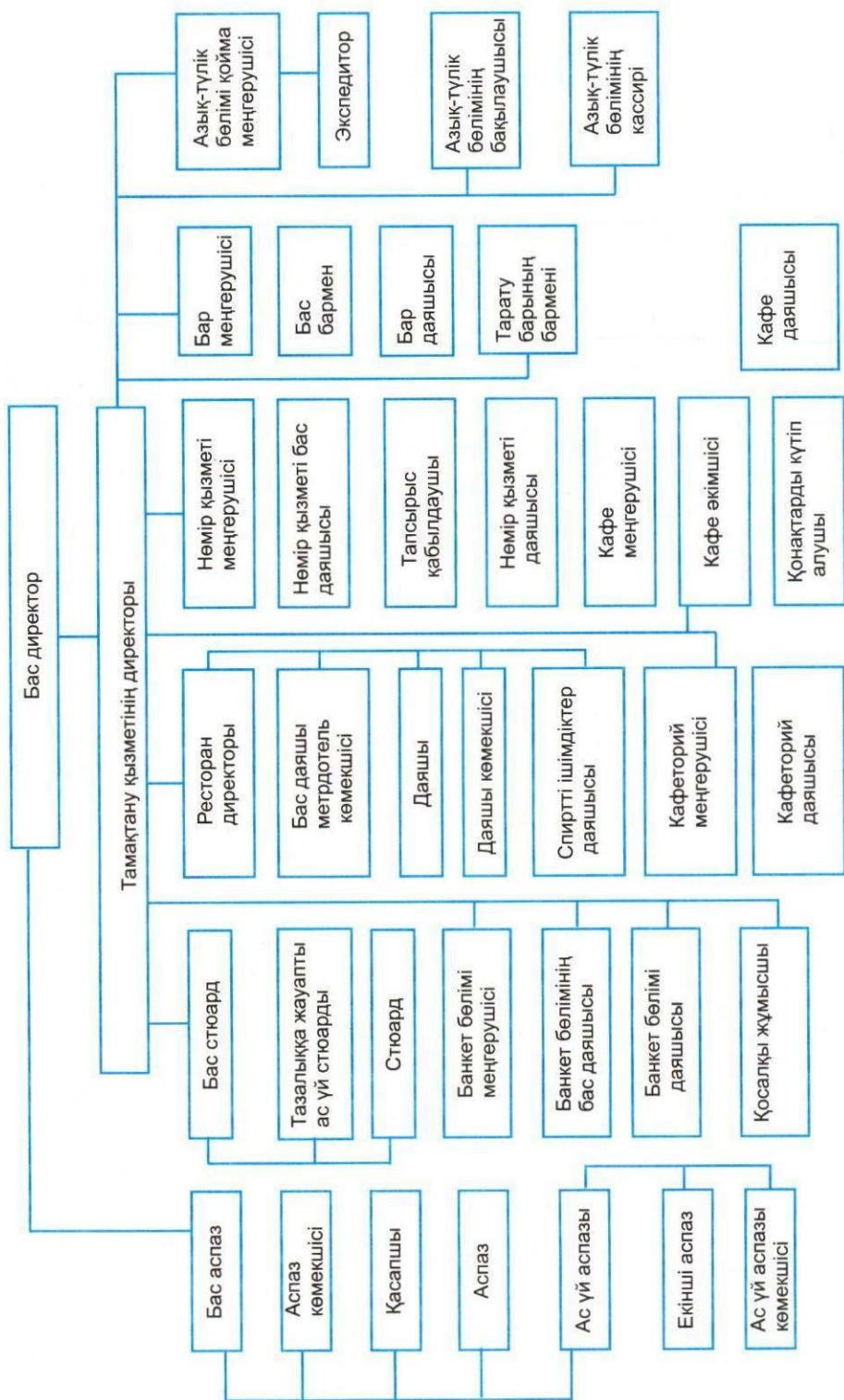
Техникалық қызмет бөлімі. Қонақұйдің жылуы, жарық, таза ауаландыру сияқты өндірістер мен құрылыс

жөндеулермен айналысады. Техникалық қызметшілердің саны қонақұйдің үлкендігі мен қызмет ету жылына қарай өзгереді.

Есеп-қисап бөлімі. Қонақүйлерде бухгалтерия бөлімі көбінесе жұмыс бақылауға арналады. Бұл бақылаудың үш мақсаты бар. Ең бірінші – демалушыларға арналған жеңілдік және түскен ақшаны демалушылардың есеп-шоттарына сәйкес түрде тіркеу. Екіншісі, қонақүй қызметшілері тарапынан немқұрайлы қарауды шектеу. Кір жуатын бөлімі. Қонақұйдің бөлмелері мен ішіп-жеу бөлімдерінде жуылуды қажет ететін кірлер мен демалушы кірлерінің тазалануы үшін қызмет көрсетеді.

Қонақүй кәсіпорындарындағы жұмыстарды ұйымдастырудағы қолданылатын маңызды элементтер.

Жұмыстың бөліну ережесі. Ұйымдастыруды бастамастан бұрын төмендегі барлық жұмыстарды зерттеп негізгі және жанама функцияларды



4.3-сурет. Тамақтану бөлімін басқару құрылымы

бөліп алып және бөлек-бөлек көрсету керек.

– Қызметтердің қайталанбауын бақылау керек.

– Басқарушылардың, қызметкерлердің міндеттерін, жұмыс шеңберін жақсылап белгілеу керек.

– Кәсіпорынның мақсатына қарай ең аз жұмыс күшін қолдану арқылы, уақыт, күш-қуат және ақшаны үнемдеу керек.

– Өндіріс құралдары және еңбек күші жұмыстардың ерекшеліктеріне сай таңдалуы керек. Басқаша атайтын болсақ, жұмысқа лайық құралдар мен қызметкерлер таба білу.

– Міндет, өкілдік, жауапкершілік шеңберлерін белгілеу. Міндет – адамға берілетін жұмыс. Өкілдік атқарылатын жұмыс жайында шешім қабылдау, жұмысты орындау және басқа біреуден осы жұмыстың орындалуын талап ету құқығы болып табылады. Жауапкершілік – қызметкердің өзіне тиісті жұмысты орындауға мәжбүр болуы.

– Бір қызметтер бөлімдер арасында таралмау керек. Мысалы: сатып алу жұмыстары, бухгалтерия, азық-түлік бөлімі қонақүй бастығының арасында таралмауы керек.

– Қызметкерлерге белгіленген жұмыс шеңберінен тыс жұмыс бермеу керек.

Даму ережесі. Ұйымдастыруды өзгермейді деп ойламау ерек. Қажеттіліктерге және кәсіпорын жұмыстарына қарай ұйымға тәртіп енгізу.

Еркіндік ережесі. Бастықтардың дұрыс деп ойлаған жұмыстарды өз еркімен атқаруға және керекті шараларды қолдануға еркіндіктері болуы керек.

Бірлік ережесі. Ұйымдастыру тәртіппен және бірыңғай ұйымдастырылуын жүзеге асыратын түрде болуы тиіс.

Бұйрық беру ережесі. Кәсіпорынды ұйымдастыруда бұйрық беру бірлігін қамтамасыз ету керек.

– Ұқсас жұмыстарды топтап, бір басшының жауапкершілігіне беру керек.

– Ұйымдастыруда бақылау болуы керек. Бақылау функцияларын жұмысты тиімді үйлестіру арқылы және міндет, өкілдік пен жауаптылығы бар адамдардың басқарушы болып тағайындалуы нәтижелерінде тиімді жолмен жүзеге асыра аламыз.

Ұйымдастырудың пайдалары:

– Жақсы ұйымдастыру басқаруды жеңілдетеді. Жақсы ұйымдастыру болмаған жағдайда, кәсіпорынның жұмысына байланысты өте көп жұмыстардың орындалмай қалғанын байқаймыз. Бір қызметкерге қажеттілігінен артық жұмыс тапсырылуы ұйымдастырылудың жақсы болмағанынан пайда болады. Жақсы ұйымдастырылмаған кәсіпорында бір жұмысты бірнеше адам атқаратын болады. Осыған байланысты кейбір қызметкерлердің істері жарамсыз болады, өте көп келіспеушіліктер пайда болады да, қиыншылықтарға тап болуы мүмкін.

– Жақсы ұйымдастыру өркендеуді көрсетеді, яғни әр түрлі жұмыстардың тапсырылуы оңай болады.

– Технологиялық дамудың кәсіпорынға енгізілуі, күннен-күнге дамып келе жатқан технологияға назар аудару керек.

– Кәсіпорындағы әлеуметтік байланыстардың жақсаруы, қызметкерлер арасында жақсы қарым-қатынастың пайда болуы және шиеленістің алдын алу тек қана жақсы ұйымдастырумен мүмкін болады.

– Еркін және шығармашылық ойды ынталандырады және жаңа әдістің пайда болатындығы жөнінде қызметкерлерге мүмкіндік береді.

4.5. Қонақүй кәсіпорындарындағы өнімділікке әсер етуші факторлар

Қонақүй кәсіпорнындағы қонақтың қажеттіліктері бойынша тауар мен қызмет ұсынылады. Қонақүй табысының жоғарылауы қонақүйге келген қонақтардың қажеттіліктерін байланысты. Себебі, қонақүйде ұсынылған тауар мен қызметтер қонақ қажеттілігін қамтамасыз етеді де, қонақүйдің үздіксіз табысты түрде қонақтардың келіп, бөлмелердің толы болуына, бөлме кірісінің жоғары болуына жағдай жасайды. Сондай-ақ бөлмелері толы болған бір қонақүйдің басқа да сату бөлімдеріндегі (ресторан, бар, түнгі клуб) кірістері де сәйкесінше жоғары болады. Қонақүйде ұсынылған тауар мен қызметтің сатуында ең әсерлі бөлім алдыңғы бюро болып табылады. Қонақтарды ұсынылған қызметке деген өздерінің шағымдары болған жағдайда ең алдымен осы алдыңғы бюро бөліміне білдіреді.

Әр қонақтың қандай ерекшеліктерге ие болғанын білу қонақтардың қажеттілігін қамтамасыз етуде жеңілдік тудырады. Қонақтардың қонақүйде қалу барысындағы қажеттіліктері оларды тіркеу кезінде белгілі болады. Бұған байланысты қонақтардың жалпы қажеттілігін 3 топқа бөлуге болады:

1. Қонақтар қонақүйге келгенде тіркелу қажеттілігі.
2. Қонақтардың қонақүйде қалу қажеттілігі.
3. Қонақүйден шығу қажеттіліктері.

Қонақтар қонақүйге кіргендегі қажеттіліктерін тиімді және жоғары деңгейде қабылдайды. Қонақтардың аэропорттан қонақүйге тасымалдауында бұл іс-шаралардың ең қолайлы шарттарымен жүзеге асырылуы сақталады. Бұл іс-шаралар жақсы көлік-құралының аэропортта уақытында өзір болуымен басталады.

Қонақтар қонақүйге барардан бұрын тіркеу бөлімінде қиыншылықтар болмау үшін алдын ала дайындалады. Және топ лидерінің мәліметінде ұсынылған және қонақтар жағынан да қонақүй бөлме тізіміне қарай әрбір қонақ үшін түнеумен байланысты әр түрлі мәлімет және құжаттар (бөлме ашу кілті, тамақ түрлері, брошюра картасы) автобус ішінде таратылып беріледі. Түнеу құжаттары қонақтарға қол қойылып алынады, бөлме нөмірлері жазбаша болады. Қонақ жүктеріне жазбаша түрде нөмірлер мен аттары жазылады. Қонақ қонақүйге келгенде, жүктері бөлмелеріне апарылады және ресепсионда әр түрлі тіркеу іс-шаралары жасалып, бөлмесіне дейін жеткізіледі. Сондай-ақ жоғарыда айтылған іс-шаралардың айтылуында, жасалуында қонақтың сұранысы, қалаулары да ескерілуі тиіс.

Қонақтар қонақүйде қалу мерзімінде ең жақсы сапада, барынша мүмкіндіктерді пайдалана отырып демалуы қажет. Өйткені, қонақтар қонақүйде түнегенде, өздерін жақсы сезіне алған жағдайда одан да көп шығын жұмсауы, қалу мерзімін ұзартуы мүмкін. Мұның барлығы қонақ қалауларына жауап берілуіне және оның қалауының қанағаттануына байланысты болады. Әсіресе, бөлме қызметінің және косьерж қызметінің ең жоғарғы деңгейде қонақ қажеттілігін қанағаттануына байланысты. Бұл қызметтер төмендегідей болады:

- 24 сағат бөлме қызметінің берілуі;
- бөлмеде таңғы ас ішудің мүмкіндігі;
- бөлмеде бейне және теледидар көру мүмкіндігі;
- бөлменің әр уақытта таза болуы және ішіндегі жиһаздар ретті орналасуы;

– әр түрлі хат-хабардың алынуы және дер кезінде таратылып отыруы;

– қонақтарды ояту қызметінің берілуі;

– қонақүйге сырттан газет, дәрі-дәрмек және т.б. қажетті заттардың әкелінуі;

– такси шақырылуы;

– театр, кинотеатр билеттеріне, көлік құралдарына алдын ала тапсырыс беру;

– сауда-саттық орталықтары, банк және т.б. жайында мәліметпен қамтамасыз ету;

– қонақұйден шығардағы атқарылатын жұмыстар туралы мәлімет беру;

– хатшылық қызметтердің берілуі.

Қонақтың қонақүйге кіруінде және түнеу мерзімі ішінде алған қызметтерден нәтиже шығара алады. Бірақ қонақұйден шығарда көрсетілген төмен деңгейдегі қызметтер бұрынғы қалу барысындағы барлық жұмыстарға әсерін тигізеді. Осы себептен қонақты қонақұйден шығарып салу осы байланыста үлкен рөл атқарады. Қонақтар қонақұйден шығу кезіндегі қажеттіліктер:

– қонақтың кететін мезгілін алдыңғы бюроның білуі және әр түрлі іс-шаралардың даярлануы;

– есеп айырысу кезіндегі түсініспеушіліктің алдын алуы;

– қонақтың кететін күнгі оятатын уақытын жазу және керек-жарағаның жасалуы.

– кететін кезде жүктерінің алынуы және лоббиге шығарылуы;

– есепшоттың жабылуы, такси шақырылуы және жүктерін таксиге дейін жеткізу.

Қонақүй кәсіпорындарында тауар және қызмет сатып алған қонақтар жағынан жағымсыз көзқарас туындатқан жағдай және оқиғаларға көрсетілген кері әсерлер қонақ шағымы болып табылады. Қонақ шағымдары

ауызша не жазбаша жасалады. Қонақтардың қонақұйден қалаған мәселелерді ауызша ресепсионға жеткізулері сияқты анкета формасын толтырып ресепсионға және отель бөлмесіне бере алады. Егер қонақтар саяхат агенттігінің көмегі арқылы келсе, сол агенттікке шағымдарын жазбаша және ауызша білдіре алады. Алдыңғы бюро бөлімінің қызметкері әр тарапты қонақ шағымдарымен келісе алатындай көзқараста болуы тиіс. Қызметкерлер қонақ шағымдарын дұрыс қабылдай алғанмен, қонақ қалауын істей алмаса, бүкіл жұмыстары зая кетеді. Қонақ шағымдарын екіге бөлеміз:

1) Қонақүй сыртында пайда болған шағымдар.

2) Қонақүйде пайда болған шағымдар.

Қонақүй сыртында пайда болған шағымдарға қонақүйге кірмей тұрып бұрын пайда болған шағымдары жатады. Мысалы: қонақтың жүктерінің аэропорт кәсіпорны тарапынан жоғалуы.

Қонақүйде орын алатын шағымдар:

– қонақ ертемен қонақүйге келгенде бөлменің түске дейін болмауы, одан кейін бөлменің басқаға берілуі;

– қонақтың қонақүй терминдерін біле алмауы;

– тіркеу бөлімі қызметкерлерінің қонақүй толып кетті деп сендіре алмауы;

– ауаландыру жүйесінің жеткілікті деңгейде жұмыс істемеуі және бөлменің жеткілікті деңгейде жылымауы;

– шүмектерден су ағызу және дыбыс шығаруындағы ақаулар;

– бөлменің еркін ашылып жабылмауы;

– бөлме реттілігінің жеткіліксіздігі;

– мейрамханаларда тамақ тапсырысының кеш келуі;

– телефондардың жақсы жұмыс істемеуінен телефон шалу қиындығы;

- ояту қызметінің төмендігі;
- қонақүй қызметкерлерінің жылы жүзді қызмет көрсетпеуінен шыққан мәселелер;

- қонақүйде пайдаланатын мүмкіндіктерінің өте жеткіліксіздігі.

Қонақүй кәсіпорындарының басшылары қонақтардың қажеттіліктері мен шағымдарын ескере отырып тәжірибе жинақтап, басқа бәсекелес кәсіпорындардан алдыда болуға талпынады.

Қорыта айтқанда, қонақүй кәсіпорындарындағы қонақтың қажеттіліктері мен шағымдары – сол бір кәсіпорынның бәсекелес нарық экономикасындағы өзінің орны мен болашағын сақтап қалудағы ең негізгі мәселелердің бірі. Туристердің қажеттіліктері де қазіргі ұшқан құстай дамыған заман талабына сай күн сайын өзгеріп, жаңарып отырады. Сондықтан сол қонақүйді мүмкіндігінше соған бейімдеу, ең соңғы техникалық жабдықтармен жабдықтау, туристерге ең сапалы, тез, қауіпсіз қызмет ету міндет. Бір қонақүйдің дамуы үшін оның туриске ұсынған қызметін бағалау, кемшілікті тұстарын көрсету мақсатында әр түрлі шағымдар қызметкерлер мен басшыға дейін келіп түседі. Бұлардың әр қайсысын дұрыс көзқараспен қабылдай отырып, екінші рет болмауына, туристердің жақсы демалуына жағдай жасалуы керек. Туристердің қажеттілігін қамдай алу, шағымдарын дұрыс қабылдап өзгерте алу кәсіпорынның тасы өрге домалауы үшін өте маңызды рөл ойнайды.

Қонақүй кәсіпорнында өндірілген тауарлар мен қызметтер өте көп еңбек сіңіруді қажет етеді және ең алдымен қонақтардың психологиялық сезімдерін қанағаттандыруға бағытталады. Сондықтан қонақүй кәсіпорнында барлық технологиялық жаңалықтарға қаншалықты маңызды көңіл бөлсе де, бәрібір де қызметтерді адамдар ұсынуы

қажет, бұл кәсіпорын өнімділігін жеке адамдардың өнімділігіне бағынышты етіп қояды.

Қонақүй кәсіпорнындағы қызмет сапасының жоқтығы, жұмысқа шықпай қалулар, жауапсыздық, жұмыстық өзара күрделі қатынастар, салақтық, ұқыпсыздық, өте ұзақ мерзімді мақсаттарды таңдау, шешімдерді баяу қабылдау, білім мен мәлімет жетімсіздігі, шалағайлық – осының барлығы жеке адамның өнімсіздік көрсеткіштері. Жоғарыда саналған барлық факторлар кез келген типтегі қонақүйлерді алға қарай дамытуда кедергі болып табылады. Қонақүй кәсіпорнының өнімділігіне әсер ететін факторларды үш топқа бөлуге болады:

- Кәсіпорын қызметкерлерінің қабілеттілігі;

- Ұйымдастыру факторлары;

- Қоршаған орта факторлары.

Қонақүй кәсіпорнындағы жұмыстар еңбек сіңіруді көп қажет ететіндіктен, қызметтердің сапасы қандай да бір жеке адамның әсеріне оншалықты ұшырамайды. Жеке адамның өнімділігіне оның жеке сапалары сияқты фактор тікелей әсерін тигізеді.

Қызметкерлердің мінез-құлқы қаншалықты маңызды болса, жеке адамды стреске ұшырату әсері де соншалықты маңызды, өйткені адамның стреске бейімділігі оның қабілеттіліктеріне және қажеттеріне бағынышты болады.

Өнімділікке ақыл және соған үйлесімді қабілеттіліктер әсерін тигізеді. Адамдарға жұмысты олардың ақылы мен зейінділігіне байланысты беру керек. Егер тапқыр, зейінді адамға ескішіл жұмыс берсең, ол оған қызығушылығын тез жоғалтады, сөйтіп оның өнімділігі төмен түсіп кетеді. Қазір тапқырлық пен жұмыс өнімділігінің өзара қарым-қатынасын анықтау үшін көптеген тесттер бар.

Қонақүй кәсіпорнында жұмыс тікелей адамдармен байланысты болғандықтан, ол үлкен еңбек шығынын да, зейінділікті де қажет етеді. Дегенмен зейінділіктен де маңызды фактор бар. Бұл – іскерлік. Өте жоғары өнімділікке жету үшін қызметкерлерді олардың іскерлігіне қарай жіктеу керек және осы жіктеуге негізделіп отырып басқару керек.

Жеке адамның өнімділігіне әсер ететіндігіне байланысты стрестер мен ішкі сезім проблемалары да өндірістік белсенділікті төмендететін факторлар болып табылады. Ынталандырудың жеткіліксіздігі немесе оның қажеттілігі – тағы да стрестің нәтижесі.

Стресс қызметкерлерге азырақ немесе көбірек әсер етеді. Егер де жұмыстағы стресс қызметкердің жеке өмірінде болған келеңсіз жағдайдың әсерінен болса, онда бұл қайғылы жағдайға әкеліп соқтыруы мүмкін. Ішкі сезім үйлестігін ойда болмаған оқиға немесе күтпеген жағдай да бұзуы мүмкін.

Жұмыстағы стрестің себебі бірнеше болуы мүмкін: өте жеңіл міндеттер, қисынсыз күрделі тапсырмалар, агрессивтік кері байланыс, қызметкердің қалауына қарама-қайшы жұмыс беру, қолайсыз жұмыс жағдайлары, т.б. Стресс нәтижелері де әр түрлі және адамның ерекшеліктеріне байланысты болады.

Қызметкерлердің үздіксіз стрестері мен ішкі тепе-теңдік бұзылулары қонақүй кәсіпорнының іс-әрекеттеріне өте күшті әсерін тигізеді. Жеткіліксіз еңбекақы, міндеттердің біркелкі бөлінбеуі, қызметкерлердің іс-әрекеттерінің жеткіліксіз бағалануы, сапалы жұмыс үшін мүмкіндіктердің жеткіліксіздігі – осы және басқа да себептер стресс туғызады және кәсіпорынның өнімділігін төмендетеді.

Жеткіліксіз ынталандыру – төмен өнімділіктің негізгі себебі. Егер адам табысқа жеткісі келсе, оны дұрыс ынталандырумен қамтамасыз ету керек.

Ынталандыру саласындағы зерттеулер қызметкерлердің ой-пікірін өзгерту, өнімділікті көтеру үшін жағдай жасау, еңбекақы төлеу жүйесін ауыстыру және ынталандыру түсінігін өзгерту мақсатында мүмкіндіктер табуы жобалады. Бұдан басқа, жоғарғы басшылықтың қызметкерлер табысын түсінуі де сипаттау элементі болып табылады. Барлық бұл зерттеулер мен ынталандыру теориялары қызметкердің өнімділігі мен қанағаттандырушылығы арасындағы тиімді өзара қатынасты құрудың қиындығын көрсетеді. Ынталандыру қызметкерлердің табыстылығы үшін негізгі болып табылады. Алайда өзімен-өзі ол жеткіліксіз. Мысалы, қабылдау бюросында болып жатқан процестер туралы аз білетін адам үшін, тіркеу бөлімінде істеуі үшін оны күшті ынталандыру жеткіліксіз болады.

Кез келген қонақүй кәсіпорнында қызметкерлердің денсаулық жағдайы ерекше маңызға ие. Өйткені денсаулықтың нашарлығы мен әр түрлі аурулар төмен өнімділіктің негізгі себептері болып табылады. Мұндай жағдайларда басшылық тиісті шаралар қабылдауы тиіс.

1. Өнімділікке әсер етуші ішкі факторлар – ұйымдастырушы факторлар.

Қызметкерлердің табысына оң әсер ететін факторларға басқару саясаты, жұмысты жоспарлау, ұйымдастыру құрылымы, жұмыс шарттары және қызметкерлердің өзара еңбек қатынастары жатады.

Кәсіпорын саясаты мен қызметкерлер өнімділігі арасында өте жақын байланыс бар. Тәртіпті қызметкерлердің қажеттіліктерін қанағаттанды-

руға тырысқан қонақүйді басқару және осылайша қойылған мақсаттарды әрдайым жаңартып отыру да қызметкерлердің өнімділігін көтереді.

Қызметкерлерге олардың дағдылары мен іскерліктеріне үйлесімді міндеттер артылуы керек.

2. Өнімділікке әсер етуші сыртқы факторлар – қоршаған орта факторлары. Қонақүйден тыс қоғамдық орта болады. Қоғамның жұмыскерлерден күтетін әрекетінің басқа адамдардан күтетін әрекеттерден еш айырмашылығы жоқ. Қоғамның әрекеттері дәстүрлерге, әдет-ғұрыптарға және қоғамдық пікірге сүйенеді. Ұйымдастырудың қоғамдық қоршауы мәдениеттік, топтық және мәндік құрылымнан тұрады. Қоғамдық ортада қызметкерлердің стресін тудыратын көптеген нәрселер болады. Стресті экономикалық, саяси және технологиялық белгісіздік топтарына бөлуге болады.

Жоғарыда айтылған факторларға сүйене отырып мына жолдарды қарастыруымыз қажет: қайта ұйымдастыру немесе өзгерту процесінде басқарушылар қонақүй имиджі мен құрылымымен бірге, басқару және басшылық ұғымының өзін де өзгертуі керек. Басшылық құрылымындағы және басқару ұғымындағы өзгерістер

басқарушылар мен қызметкерлер арасына алтын көпір болуға, тез шешім қабылдаудағы кедергілерді жоюға бағытталуы тиіс.

Технологияның дамуы, ғаламдандудың күшеюі, әлеуметтік-мәдени және экономикалық тез өзгерулер шындық пен адам үміттері арасындағы айырмашылыққа маңызды әсерін тигізеді. Қазір сапаға, төмен бағаларға, жылдамырақ және ұзақ өмір сүруші қызметтер мен тауарларға адамдар үлкен сұраныс білдіреді. Бұл қажеттіліктерді қанағаттандыру үшін «бірінші кезекте – адам» деген ұранды негізге алу керек, оны адамдарды тыңдайтын және еститін, арнайы дайындалған, басқа адамдарды қызықтыра және бағыттап алатын, басқалардың көмегін кері қайтармайтын, бәсекеге қабілетті бола алатын, ғылыми басқару жүйесін дамытатын басқарушылар жүзеге асыруы тиіс. Бұдан басқа, олар ескішідіктен арылып, жаңа басқару көзқарасын құрулары керек, идеялар тудыруы керек, оларды жеткізіп айта алуы керек, орташа топ менеджерлерін дамытуы керек және жаңа білім ала алатын, жаңа технология мен ғылымды дамытатын қызметкерлер жұмыс істейтін мекемелерді құрулары керек.

4.6. Қонақүй шаруашылығында жаңа ақпараттық технологияны қолдану

Қазіргі таңда жаңа технология көптеген қонақүй кәсіпорындарының және олардың арасындағы қатынас түрінде іс-жүргізу әдісін өзгертеді. Бүгінде өзінің мүмкіндіктерін бүкіл әлемге жайған броньдау және тіркеу компьютер жүйелері арқылы жүзеге асуда.

Броньдау жүйелері мен әдістері қолдану саласы мен технологиялық

ерекшеліктеріне байланысты әр түрлі формаларға ие. Жаңа технологиялардың пайда болуы қонақүй иелеріне мәселелерді шешу мүмкіндігін берді. Әсіресе, саяхаттаушылардың көлік және қонақүй броньдарын жасауға мүмкіндік беретін, компьютер желісіне қосылған үй компьютерінің пайда болуы, кейбір делдалдардың қызметіне қажеттілікті жоққа шығаруы мүмкін.

Жоғары технологиялардың заманауи әлемінде жаһандық интернет желісіне қосылмай ешқандай қонақүй жұмыс істей алмайтыны барлығына мәлім болды. Автоматтандырылған жүйелер еңбек өнімділігін және жоғары басқарма қызметкерлерінің білім деңгейін жоғарылатуға бағытталған. Заманауи шарттарда қонақүйде жаңа технологияларды қолданбастан жоғары деңгейлі қызметтерді қамтамасыз ету мүмкін емес. Жаңа технологиялар көптеген қонақүй процестерін автоматтандыруды қарастырады, әсіресе автоматты тіркеу және персоналды қысқарту арқылы қызмет сапасын жақсартуға мүмкіндік береді. Автоматтандырылған жүйелер еңбек өнімділігін және жоғары басқарма қызметкерлерінің білім деңгейін арттыруға бағытталған.

Интернет іскер серіктестер табуға, қатынастар орнатуға, жарнама мен қызметтерді жылжытуға, сонымен қатар көптеген делдалдарсыз, яғни қызметтердің өзіндік құнын төмендетіп тікелей тапсырыс берушілермен байланыс құруға шектеусіз мүмкіндіктер береді. Сонымен қатар броньдаудың компьютерлік жүйесінің болуы қажет болып табылады. Бұл жүйе қонақтардың қажеттіліктері мен қонақүй мүмкіншіліктеріне қарай қонақүйде бөлмені броньдау және тіркеу мүмкіндіктерін береді.

Халықаралық интернет компьютер желісінің қарқынды дамығаны соншалықты, жыл сайын оның жазылушылар саны мен ақпараттық ресурстар көлемі екі есе өсуде. Мұнда туристік және қонақүй бизнесі де шетте қалған жоқ. Интернетте қонақүйлерді, авиа билеттерді және турдың басқа да құрамдастарын броньдау жүйесі тапсырыс берушілерге турагенттердің қызметтерінсіз демалыстарын өз бетінше ұйымдастыру мүмкінді-

гін береді. Бүгінде, интернет қолданушылар үйіндегі компьютерлерінің көмегімен көріп, таңдап қана қоймай, сондай-ақ турдың барлық сегменттеріне бронь жасай алады (қонақүйлер, авиабилеттер, автокөліктер, экскурсиялар).

Мамандандырылған серверді құру – электронды жарнаманың ең тиімді әдісі. Бұл бетте орналастырылған ақпараттарды интернетке кірген кез келген адам қолдана алады. Талап етілген орналастыру құралдарын іздеуді бірнеше критерийлер бойынша орындауға болады: орналасу жері, атауы, типі (қонақүй, мотель, турбаза және т.б.), қандай қонақүй тізбегінің құрамында екендігі, талап етілетін қызметтер жиынтығы мен құны. Ары қарай тапсырыс құру жүреді. Бір минуттан соң экранда отельдер тізімі шығады. Экранда отель көрінісінің фотосуреті көрінеді, оның бейнелемесі беріледі (орналасқан жері, мейрамханалары, барлары, бөлмелердің жабдықталуы). Бронь жасау үшін тапсырыс беруші жайында мәліметтерді беріп анкетаны толтыру қажет. Сонымен қатар кредит картасының нөмірі жазылады. Интернет арқылы броньдау тәулігіне 24 сағат жұмыс істейді және броньдау мен бекіту өзі бір тәулікте жүзеге асырады.

Интернет қонақүйлерді ұсыну формаларының көптігіне қарамастан, нөмірге тапсырыс беру схемасы жалпы болып табылады:

- бірқатар критерийлер бойынша қажет қонақүйді іздеу (бағасы немесе әуежайға дейінгі аралығы және т.б.);
- таңдалған қонақүй мен жұмыстардың тәртібін толығырақ білу.
- бронь жасау формасын толтыру (қалу мерзімі, тапсырыс берушінің аты-жөні және т.б.);
- броньның қабылданғаны жөнінде бекіту;

Серверлерде жасалған броньдар үш тип бойынша ерекшеленеді, олар: қонақүй немесе қонақүй желісінің серверінде бронь жасау; тuroпeрaтop серверінде бронь жасау; тіркелу орталығының серверінде бронь жасау.

Қонақүй немесе қонақүй тізбегінің көпшілігі тuroпeрaтopлар мен тур-агeнттiктерден емес, жеке тұлғалардан бронь қабылдауға бағытталған. Мұндай серверлерде ұсынылған бағалар базалы тарифтерден төмен болады және агенттік комиссия оған кірмейді.

Тіркелу орталығының серверінде көбірек қонақүйлер ұсынылады. Тіркелу орталығының маркетингтік саясатына байланысты ол бөлек қонақүйлерін біріктіре алады. Сонымен қатар қонақүй бірнеше орталықтармен жұмыс істейді, ал ол дәйекті тапсырыс берушілер шеңберін кеңейтуге мүмкіндік береді. Тuroпeрaтop серверінде ұсынылған қонақүйлерге тuroпeрaтopдың тұрақты байланысы бар, тапсырыс берушілерін орналастыруға кепілдік беретін қалалар мен аймақтарға отельдер жатады.

Компьютерлер қонақүйлердің ақпараттық-есептік орталықтарында кеңінен қолданады. Оның көмегімен тіркеулерді, келушілерді есепке алу, бөлмелердің бөлінісі, инвентарьды есепке алу және тағамдарды бақылауды басқару жүргізіледі. Қонақүйлерде негізгі функционалды процестерді автоматтандыруды қамтамасыз ететін, қызметкер үшін автоматтандырылған жұмыс орындары құрылуы тиіс. Барлық автоматтандырылған жұмыс орындары жергілікті компьютер желілерімен біріктіріледі. Ол байланыспен қамтамасыз ету үшін уақытты азайтып, бөлімдер арасында қарым-қатынасты ұйымдастырады және бүкіл қонақүй жұмысын тиімді жалғастыруға мүмкіндік береді. Кез келген қонақүй өзінің қызмет процесінде бірқатар

стандартты операцияларды жүзеге асырады: жарнама құру, хаттар мен тапсырыстарды жіберу, есепті құру (дайындау), мәліметтерді жинау және анализ жасау.

Қонақүй қызметі мемлекеттік және жергілікті тәртіптермен, нормалармен және жарлықтармен реттеледі. Бухгалтерлік есептен барлық қаржы операцияларын жүргізу үшін ІС бухгалтерия бағдарламасын қолданған жөн. Сонымен қатар, қонақүйдің басқа да қызметтерін автоматтандырған жөн, мысалы, қойма шаруашылығын «Инфоқойма» бағдарламасы көмегімен; мейрамхана жұмысын автоматтандыру үшін әр түрлі бағдарламалар бар. Кейбір қонақүйлерде осы қонақүйлердің ерекшеліктерін ескере отырып дайындаған арнайы жүйелер жұмыс істейді.

Шетелдік тіркелу жүйелерінің техникалық деңгейі отандық жүйелерге қарағанда әлдеқайда жоғары. Олар мобильді, көпфункционалды, сенімді, басқарылуы қарапайым, интернетке интеграцияланған. Мұндай жүйелердің қатарына мыналар жатады: *Gabriel, Sabre, Galileo, Amadeus, Fidelia Hotel Bank*. Барлық компьютерлік жүйелерде:

- бөлме мен орынға бронь жасауға;
- бөлмелердің толықтығын қадағалауға;
- тапсырыс берушіге тіркеуге;
- қонақтардың картотекасын жүргізуге;
- есеп айырысуды жүргізуге;
- қаржылық есепті құруға болады.

Осы функциялардың барлығын автоматтандырылған режимде орындау қонақтарға қызмет көрсету сапасын жоғарылатады.

Жоғары класты қонақүйлер қоғамдық және тұрмыстық орындарды тек электронды кілтпен ашылатын электронды құлып жүйесін орнатуда. Ол индивидуалды коды бар пластикалы

магнитке картамен ашылатын есіктер. Қолдануды бақылау орталық пульт бойынша жүзеге асырылады. Магниттік картада қызмет көрсету уақыты мен күні кодталған. Мерзім біткеннен соң немесе бөлме ақысын төлемеген жағдайда персоналдың қатысуынсыз бөлмеге кіру мүмкін емес. Мұндай электронды құлып жүйесі қонақүйде қызмет көрсетудің жоғары деңгей көрсеткіші болып табылады және қызметкерлер мен қонақтардың қауіпсіздігін қамтамасыз етеді.

Портъе қызметі келесі арнайы жабдықтарға ие:

- кез келген деңгейдегі электронды кілт-карталарды жедел жасауға болатын мини-терминал;

- арнайы технологиямен дайындалатын, әрбір кілт құрылғысына абсолютті нақтылық пен сыйымдылығына көпідік беретін электронды кілт-карталары;

- электронды кілттер жасалған материалдар статикалық электр тогын жинамайды, шаң мен су оған жер етпейді, механикалық әрекеттерге тұрақты;

- электронды кілтті кодтау құрылғасы – жаңа электронды кілтке қайта құрылған кодты жазады;

- ақпарат беру құрылғасы – кодтар сәйкес болған жағдайда, кодтау құрылғысы мен есік құлпы арасында интерфейс ретінде қолданылады;

- электронды кілтті мойындау жүйесі кілттің тұпнұсқалығын тексеру үшін қолданылады.

Электронды кілттерді әр түрлі жұмыс режимдерінде қолдануға болады: қонақ бөлмесі, кір жуу бөлмесі, қабат қызметтері, мини-бар, инженерлік қызмет, директор, апат, бір рет қолданылатын кілт. Әрбір қонақ тек өзінің бөлмесінің есігіне түсетін кілт алады. Директор мен әкімшілікте қонақүйдің кез келген бөлмесін ашуға

мүмкіндік беретін, арнайы кодталған кілт болады. Қажет болған жағдайда «апат» кілтінің режимі қолданылады.

Әлемдік қонақүй шаруашылығына электронды технологиялар 90-жылдардың басында қарқынды кіре бастады. Қазіргі таңда бұл іске турагенттіктер де белсенді кірісті. Жаңа технологиялардың пайда болуы қонақүй иелеріне бірнеше мәселені шешу мүмкіндігін береді. Қонақүйлерді басқару бойынша компьютерлік жүйелер жұмыс тиімділігін арттырады, турагенттіктер, турооператорлар конференциялардың ұйымдастырушылары мен тұрақты тапсырыс берушілердің операциялар көлемі жайында мәліметтер беруге мүмкіндік береді. Жаңа технологиялар заманауи маркетингтік жұмыстарды жүргізуге мүмкіндік береді, турөнімді өткізу жөнінде арнайы компаниялардың қорытындыларын тексереді, электронды пошта жібереді. Авиакомпаниялардың жаһандық броньдау желілерінен байланыс жасауы жаңа нарықтарға шығуына көмектеседі. Алайда кіші фирмалар мен жекеменшік қонақүйлер үшін жаңа технологияларды қолдану мүмкіндіктері қаржылық ресурстарының аздығымен шектеледі. Мұндай жағдайларда компромисс жиі қолданылады.

Қол жеткізген операцияның көлемін сақтап қалу үшін, қаржы мүмкіндіктерін көбейту үшін және жеке технологияларын құру шағымдарын қысқарту үшін турагенттер халықаралық топтар, одақтар мен ассоциациялар құруда.

Компьютерлік броньдау жүйелері «Жаһандық өткізу жүйесі» атауын алды. Бұл термин халықаралық туризмде белсенді қолдануда. Компьютерлік броньдау жүйесінің өткізудің басқа формаларымен салыстырғанда артықшылықтары бар. Олар өте қысқа мерзімдерде бронь жасау, телефон, факс және басқа да байланыс шы-

ғындарын үнемдеу, қатаң қаржылық бақылау жүргізу, статистикалық мәліметтер негізінде өткізу қызметінің анализін жүргізу мүмкіндіктерін береді.

Турагенттіктердің халықаралық броньдау жүйелері бар (*Supernational Worldwide Reservation (SWR), Utel Reservation (UR)*). Турагенттіктердің бөлініс жүйелері қонақүйлерде бөлме броньдау мен көлік билеттеріне резервация жасаудан басқа, әр түрлі туроператорлардың тур пакеттерін ұсынады. Ол өз кезегінде сауданың көбеюіне әсер етеді. Осыған байланысты туристік агенттіктерді заманауи компьютер жабдықтармен және байланыс құралдарымен жабдықтау маңызды болып отыр.

Дербес компьютерлер есеп шығару жүйесін көрсетеді, оның барлық қорлары бір ғана жұмыс орнын бір ғана пайдаланушыға дағдыланған. Корпоративтік компьютерлер де есеп шығару жүйесін көрсетеді, бірақ ұйымдағы барлық пайдаланушылар ортасына арналған. Міне, осыдан ДК-дің негізгі айырмашылығын табуға болады. Ережеге сай, корпоративтік компьютерлер дербес компьютерге қарағанда қуатты және көлемімен өте қажетті ақпараттар қорларын сақтайды.

Суперкомпьютерлер есеп шығару жүйесін сипаттама шекарасында есеп күші мен қорларында көрсетеді. Олар әскери және космостық облыстарда, ғылыми зерттеулерді, ғаламдық әлеуметтік-экономикалық процестерді болжамдауда пайдаланады.

Компьютерлік желі — бұл компьютерлік жүйе каналдарымен қосылған берілетін мағлұматтар, жүйе арқылы әр түрлі ақпараттық-есептік қызметтерді пайдаланушыларды мағлұматтармен қамтамасыз ету.

Компьютерлік желілер қамту территориясына байланысты бөлінеді:

- жергілікті (*LAN — Local Area Network*);
- аймақтық (*MAN — Metropolitan Area Network*);
- ғаламдық (*WAN — Wide Area Network*).

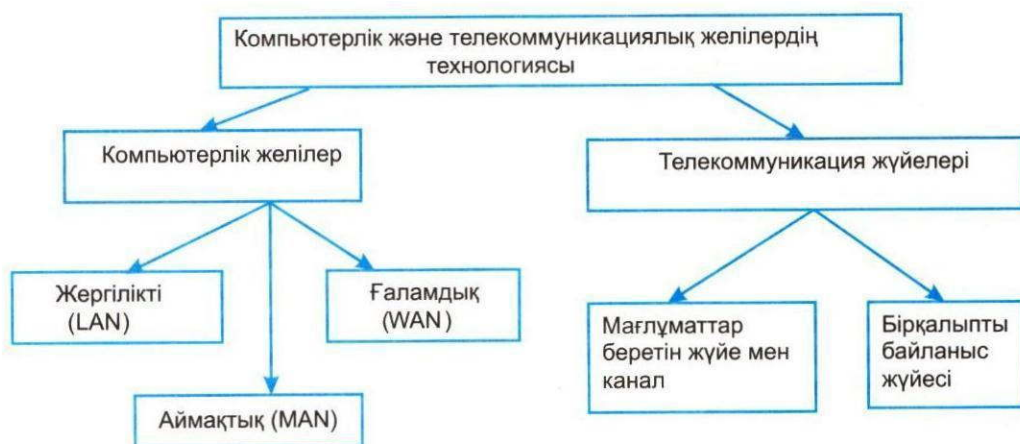
Қонақүй бөлмелеріне резервация жасаудың компьютерлік жүйелері ұлттық және корпорациялық болады. Ұлттық компьютерлік желілер, мысалы, қарапайым *Trevelodge Chail* ағылшын жүйесі өте тиімді болып табылады. Броньдау орталық компьютер кеңсесіне қосылған тегін көпканалды телефон желісі бойынша жүргізіледі. Өзгерту және бастарту, тапсырыстар жылдам және қарапайым түрде жүзеге асады. Корпорациялық бронь жасау желілері өзіндік дайындалған бағдарламалар бойынша жұмыс істейді және консорциумға қосылу принципі бойынша қонақүйлерді біріктіреді.

Көптеген жекеменшік қонақүйлер мен қонақ топтарының авиакомпаниялардың броньдау жүйесіне қосылу мүмкіншіліктері жоқ. Жаһандық компьютер желісінің жұмысына нақты бір турагенттіктің қосылу механизмін Мәскеуде ашылған *WorldSpan* жаһандық компьютер желісінің өкілеттігі мен оқу орталығының мысалынан қарастыруға болады. Турагенттіктерге берілетін құрал-жабдықтар жиынтығына, әдетте, екі компьютер және билет басып шығаратын арнайы принтер кіреді. Жүйені қолдану үшін жалға алу ақысы айына орташа есеппен 800-ге жуық долларды құрайды. Жүйеде жұмыс істеу үшін оған кіретін әрбір қонақүй және авиакомпаниямен келісімшартқа отыру міндетті емес. Жаһандық компьютер желісімен жасалған бір келісімшарт жеткілікті.

Жергілікті желідегі абоненттер бір-бірінен онша ұзақ емес қашықтықта болады. Бұл — жеке ұйымдардың, фирмалардың, банктердің, кеңселердің,



4.4-сурет. Ақпараттық технологияны басқару құрылымы



4.5-сурет. Компьютерлік желілер және туризм индустриясындағы коммуникация жүйесі

корпорациялардың және т.б. желілері. Аймақтық компьютерлік желі қалалық, аудандық, облыстық абоненттерді байланыстырады. Ғаламдық желілер бір-бірінен ұзақ қашықтықта орналасқан абоненттерді байланыстырады, әсіресе әр түрлі мемлекеттерді немесе әр түрлі материктерде тұратын тапсырыс берушілерді.

Телекоммуникация жүйелеріне, әсіресе оперативтік байланыс жүйелерін, оның ішіне телефон, ұялы телефон, пейджер, телеграф, факсильдік байланыс технологиясы жатады. Мамандандырылған жабдықтар – құрылғы, сервис аясындағы ұйымдарды басқарудағы бағдарламалық-ақпараттық комплекстер. Мәселен, мұндай құрылғыларға POS-терминалдар, асханалық принтерлер, электрондық қамалдар жатады. Ұйымдастырылған техника – техникалық құрал, кеңседегі тапсырмаларды автоматтандыруға арналған. Ірі фирмалардың кеңселік жабдықтарына көшірмелі көп шығаратын аппараттар, диктофондар, проектілік жабдықтар, ламинаторлар, құжаттарды жоятын машиналар (шредер) және көптеген басқа да заттар кіреді.

Интегралдық кеңселік өнім – бұл бағдарламалық комплекстің өнімі, мағлұматтарды алмастыру дәрежесінде бір-бірімен жақсы қарым-қатынас орнатады. Интегралдық кеңселік өнімнің мақсаты – турфирманың қызметкерлерін күнделікті бірге жұмыс істеу кезінде қолданылатын құралдармен қамтамасыз ету, туристік ұйымның тапсырмаларын комплексті түрде шешу. Интегралдық кеңселік өнімге, мәселен, *Microsoft office* өнімі қызмет етеді, ол неше түрлі нұсқауларда беріледі, оның ішінде әр түрлі ұсыныстар болады. Өнімнің ең негізгі ұсыныстарына мыналар жатады:

Word – текстік редактор, күрделі құжаттарды құруға ыңғайлы құрал,

құрамында математикалық құралдар, кестелер, суреттер, диаграммалар құруға болады;

Excel – кестелік редактор, күрделі электрондық кестелерді құруға және кең түрде есепшоттарын қалыптастыруға арналған құрал. *Excel*-дің электрондық кестелерінде әр түрлі инженерлік, статистикалық, экономикалық, бухгалтерлік, қаржылық есептерді жүргізе аламыз.

Access – мағлұматтар базасын басқару жүйесі.

Power Point – презентацияға дайындалу жүйесі, графикалық және мәтіндік материалды дайындауға көмектеседі.

Outlook – ақпараттық персоналдық менеджері, электрондық поштадағы хаттарды өңдейді, кездесу мен жиналыс, байланыс пен тапсырмаларды басқаруды ұйымдастырады.

Pront page – редактор, веб-беттерді дайындауға арналған.

Photo draw – графикалық редактор, іскерлік графикті қалыптастыруға арналған.

Publisher – үстелде тұратын және шығарылатын жүйе.

Базадағы мағлұматтарды басқару жүйесі (БМБЖ) – бұл тілдік және бағдарламалық құралдар құруға, енгізуге және пайдаланушыларға берілген мағлұматтар базасының комплексі. Графикалық редактор – компьютерлік бағдарлама, графикалық суреттер құруға және өңдеуге арналған. Эксперттік жүйе мен шешім қабылдауды қолдайтын жүйе ақпараттық қамтамасыздандыруды экономикалық модельдерде және өнер мәдениетінің принциптерін басқаруда қолданылады. Жоспарды басқару жүйесі пайдаланылатын қорлардың түрлерін жоспарлауға немесе басқаруға арналған (материалдық, техникалық, қаржылық, кадрлық, ақпараттық).

Қонақүйлердің автоматтандырылған комплексі мамандандырылған бағдарламалық комплексті негізге ала отырып, мына жағдайларға мүмкіндік жасай алады:

- Қонақүйдің жағдайы туралы толық, сенімді, өзекті ақпараттарын жинақтайды;

- Оперативтік дәрежеде тиімді басқару (қонақүй және қонақүй бизнесінде өзгерістерге тез бейімделу);

- Тактикалық дәрежеде тиімді басқару (қонақтарға сервистік дәреженің өсуі және қызметкер жұмыстарының сапалы орындалуы);

- Стратегиялық дәрежеде тиімді басқару жинақталған ақпараттарды басқару және сервис облысындағы болашақ бағыттарды анықтау үшін пайдаланылады;

- Тапсырыс берушілермен бизнес-процесс жұмыстарын толық автоматтандыру — арыз қабылданғаннан бастап ең соңғы есептесуге дейін;

- Нөмірлік фондты тиімді пайдалану;

- Кадрлық саясатта өте тиімді бақылау жүргізу (жеке қызметкерлердің іс-әрекетін қадағалау).

Қонақүй комплексін автоматтандыру шешімі бірнеше мамандандырылған жүйенің базасында ұйымдастырылады, ол әр түрлі компаниялардың берген мағлұматтарына орай құрастырылады. Қонақүйдің автоматтандырылған бағдарламалық комплексі – бұл өте тығыз байланысты бағдарламалық құралдар, қонақүйлерді басқаруда барлық функцияларды автоматтандыруды қамтамасыз етеді.

Әлемдік тәжірбиеге сай, қонақүйді басқаруда пайдаланылатын автоматтандыру комплексінің жүйесіне мына төмендегілер жатады:

- Қонақүйді басқару жүйесі (*PMS-Property Management System*);

- Ресторандарды басқару жүйесі (*Point of Sfiles*);

- Шараларды басқару жүйесі (*Sales & Catering*);

- Телефон сервисінің жүйесі (*Telephone Managment System*);

- Электрондық кілттердің жүйесі (*Key System*);

- Электрондық кіші-барлардың жүйесі (*Mini-bar System*);

- Интерактивті телевизор жүйесі (*Video Services System*);

- Энергия қорларының жүйесі (*Energy Managment System*);

- Кредиттік карталарды өңдеу жүйесі (*Credit Card Authorization System*);

- Қоймалық есеп және калькуляциялау (*Food & Beverage*);

- Қаржы-бухгалтерлік есеп жүйесі (*Accouting System*);

- Алдын ала орын дайындау жүйесінің орталығы (*Central Reservation System*);

- Интернетпен алдын ала орын дайындау жүйесі (*Web Reservation System*);

- Кадрларды басқару жүйесі (*Human Resorse System*);

- Қауіпсіздік жүйесі (*Security System*).

Қонақүйді басқару жүйесі – бағдарламалық құрал, нөмірлік фондты басқару және қонақтармен есептесудің автоматтандырылуға бағытталуы. Қонақүйді автоматтандыру комплексі жүйесінің кәдімгі құрылымы 4.6-суретте көрсетілген. Қонақүйді басқару жүйесінің бағыттарына мыналар жатады:

- Номерлік фондтың сипаттамасы және жағдайын бақылау;

- Тарифтік жоспарларды орналастыруға және қосымша қызмет көрсетуге рәсімдеу;

- Арыздармен жұмыс істеу, онымен қонақтардың келіп-кетуі жоспарланады. Арыз — бұл тұтынушы-ұйымдардың орналасатын жерін өтінішпен сұрайтын (хат, телекс, телефонограмма) құжат;



4.6-сурет. Қонақүйдің автоматтандырылған комплекстік жүйесінің құрылымы

- Алдын ала нөмірлерді дайындау;
- Бос орын, жылдам орналастыру, алдын ала дайындалған нөмірде тұрақтану;
 - Қонақтарға есепшот енгізу;
 - Қолда жоқ ақшалармен төлеу ұйымдары;
 - Төлемақыны бақылау және кетуді рәсімдеу;
 - Қонақтарға архивті енгізу;
 - Статистиканы рәсімдеу және қонақүйдің жұмысы туралы есепшот дайындау;
 - Консьержаның бағыттары (қонақтарға өте көрікті жерлер мен басқа да нысандары туралы ақпарат беру және сақтау);
 - Кассалық операцияларды енгізу (қолма-қол түсетін ақшаларды фискальды есептеу, кассалық есепшотты рәсімдеу);
 - Бөлмедегі заттарды қосымша мүліктермен жабдықтау (кереует, фень, желдеткіш, мұздатқыш).
 - Кірістерді басқару.

Интерфейс – бұл компьютерлік бағдарлама, қонақүйдің автоматтандырылған бағдарламалық комплексінің компоненттеріндегі мағлұматтарды алмастыру дәрежесінде қамтамасыз етеді. Бұл бағдарламаның қажеттілігі былайша түсіндіріледі: көп жағдайда қонақүйдің автоматтандырылған бағдарламалық комплексінің компоненттері мамандандырылған бағдарламалық бағыттарға бейім келеді, ол қонақүйдің әр түрлі қызметтерінде пайдалануға арналған. Бұл жүйелер ішкі архитектуралық, экран түрлерінің дизайны бойынша ажыратылады. Интерфейс ең негізгі мағлұматтарды бір жүйеден екінші жүйеге өткізуді қамтамасыз етеді. Бұл қонақүй жүйесінде ақпараттарды ең аз мөлшерде таратуына мүмкіндік береді. Сонымен интерфейстің арқасында қонақүйдің автоматтандырылған бағдарламалық комплексінің мамандандырылған компоненттері бірқалыпты ақпараттық кеңістікті құрайды. Интерфейстік бағдар-

ламалар төмендегі жүйемен жасалынады:

- Есеп-қисаптық жүйе (қонақүйді басқару жүйесінен қаржылық мағлұматтарды беру);

- Телефонның тарифтік жүйесі (пайдаланылған телефонның ақысы қонақтардың есепшотына жазылады);

- Энергия қорларын басқару жүйесі (бөлмедегі микроауарайын қадағалау);

- Қонақтардың факстарын басқару жүйесі (факстық хабарларды алу және жіберу қызметтерінің ақысы қонақтардың есепшотына жазылады);

- Интерактивтік теледидар жүйесі (теледидар пайдаланғаны үшін ақысы қонақтың есепшотына жазылады);

- Бөлмедегі интернетті тарификациялау жүйесі;

- Электронды есіктер кілттерінің жүйесі (кіруді қадағалау), қонақтарды орналастырғанда автоматтық карточкалық кілттерді қалыптастыру;

- Электрондық кіші барлар;

- Мейрамханаларды басқару жүйесі;

- Электрондық сейфтер жүйесі (қонақтардың сейфі, қызмет көрсеткені үшін ақы төленеді);

- Телефон станциялары;

Санаторийлерді медициналық қызмет көрсетуді басқару жүйесі.

Қонақүйді автоматтандыру бағдарламалық комплексінің ең қажетті бөлігі интернет арқылы бөлмені алдын ала дайындау модулі болып табылады. Интернет арқылы алдын ала орын дайындаудың екі түрі бар: сұраныс және онлайн алдын ала дайындау. Біріншісінде интернет арыздармен алдын ала дайындау қатарындағы электрондық пошта, факс, телефон, қосымша рөлде берілетін каналда шығады. Арызды менеджер өңдейді және оны қорытындылауға уақыты қажет етеді (24 сағат). Ресейлік қонақүйлердің көбісі осы нұсқаны

ұсынады. Технологиялық жұмыс келесідей болады. Қонақүй сайтында орналасқан орынды алдын ала дайындау формасына, турист өзінің келіп-кететін уақыты туралы мағлұматтар, байланыс ақпаратын, төлем-ақының төлеу формасын көрсетіп енгізуі қажет. Кейбір кезде алдын ала орын дайындауға кепіл ретінде алдын ала ақша төлеуді талап етеді (мысалы, бір күн тұруға жететін мөлшерде ақша төлеу).

Онлайн алдын ала орын дайындауды қалыптастыру үшін қонақүй автоматтандырылған комплексті жүйесі болуы қажет, оның ішінде арнайы модуль болады, ол нөмірлік фондты желіде көрсетуді қамтамасыз етеді және тапсырыс берушіге веб-сайтта тікелей өзгерістер енгізуіне мүмкіндік жасайды. Мәселен, мұндай модульге *epitome webres* алдын ала орын дайындау жүйесін айтуға болады. Осы жүйені қолдану қонақтардың көңілін аулау үшін кететін шығысты қысқартады және алдын ала бөлмені дайындауға жеңіл болады. Жүйе делдалдарсыз-ақ қонақүй мен қонақ арасында тікелей қарым-қатынасты орнатады және шығынның аз болуына мүмкіндік береді. Қонақүйдің сайты — белсенді тапсырыс берушіге қонақүй туралы толық ақпарат беруге өте ыңғайлы тәсіл.

Қазіргі таңда ірі қонақүй компаниялары, турагенттіктер мен компьютер жүйелерін құрушылар броньдаудың суперглобалды компьютер жүйесін құруға атсалысуда. Ал мұндай күрделі жүйесімен жұмыс істеу үшін қызметкер дайындауға қаржы мүмкіншіліктері жоқ кіші қонақүйлер мен турагенттіктер бұл жүйенің монополияға айналуынан қауіптенуде.

Халықаралық бағытта жұмыс істеуге бағыт алған қонақүй компаниялары

үшін жұмыс стратегиясы қуатты броньдау жүйелері арқылы қонақүй бөлмелерінің сатылу-табысын көбейту мүмкіндігін беретін, жаһандық компьютер желілеріне қосылу мүмкіншілігі бар және броньдау бойынша электронды құрал-жабдықтарды қолдану үшін қонақүй ішіндегі компьютер жүйелерін біріктіруді қарастырады. Мұн-

дай жүйелер броньдау пунктінде толық ақпарат берулері тиіс және қонақүй бөлмелерін сату процесін барынша жеңілдетіп, жылдамдатуы тиіс, қазірдің өзінде бір терминал арқылы барлық жаһандық компьютер желілерінің базалы мәліметтерін қолдану мүмкіндігін беретін технология құрылған.

БАҚЫЛАУ СҰРАҚТАРЫ

1. Туризм шаруашылығындағы орналастыру орындары.
2. Қонақүй дегеніміз не?
3. Қонақүйдің басқа туристік шарушылықтардан айырмашылығы.
4. Қонақүйлер қалай жіктеледі?
5. Қонақүй қандай бөлімдерден тұрады?
6. Қонақүйді басқару жүйесі қалай жүзеге асады?
7. Қонақүй шаруашылығында өнімділікке әсер етуші факторларды ата.
8. Қазіргі заманғы технологиялардың қонақүй индустриясында қолданылуы.

5-тарау. Ерекше қорғалатын табиғи аумақтарда туристерге қызмет көрсету

5.1. Қазақстан Республикасындағы ерекше қорғалатын табиғи аумақтардың қазіргі жағдайы

Табиғатты пайдаланудың әлемдік тәжірибесі көрсеткендей, табиғи ортаның қоры мен табиғи үйлесімділікті сақтау және оның ұдайы жаңаруын қамтамасыз етуде экологиялық тепе-теңдікті орнату мен адам өміріне қажетті табиғи орта жағдайын жақсарту үшін табиғи жағдайда ландшафтты аймақтың 30%-ын сақтау қажет. Олай болса, табиғи ортаны, табиғи ресурстарды, сирек және жойылу қаупі бар түрлерді сақтаудың, адам денсаулығын жақсарту және өмірлік деңгейін көтерудің, экожүйені тұрақтандырудың бір жолы ол ерекше қорғалатын табиғи аумақтарды ұйымдастыру болып табылады. Ерекше қорғалатын табиғи аумақ табиғи ортаның сыры ашылмаған дүниелерін қарастырып отыру, салыстыру әрбір мемлекеттің әлеуметтік-экономикалық, саяси даму жағдайын көрсетеді.

Қазақстан Республикасында ЕҚТА-ды сақтау күрделі мәселеге айналууда. Себебі, Қазақстан аз орманды аудандар қатарына жатады. Еліміздегі жалпы орман қорының көлемі 28,7 млн. га-ға жуық, оның ішінде орман жамылғысы – 12,3 млн. га. Республикадағы орман қорларының түрлік құрамы бойынша сексеуіл алдыңғы орында, ол орман жамылғысының 67,5%-ын алып жатыр, қылқанды және жұмсақ

жапырақты ағаштар 16,5%-дан 14,8%-ға сәйкес келеді. Ағашты-бұталы түрлердің басым көпшілігі үзілмелі аралдарда кездеседі және шалғынды өсімдіктерден далалы өсімдіктерге алмасып отырады. Жұмсақ жапырақты түрлердің ішінде кең тарағаны қайыңды ағаштар болып табылады.

Республика ормандары жоғарғы қорғау қызметіне ие және бірінші топқа кіреді (96%). Олар биоалуантүрліліктің сақталуына толық кепілдік береді. Яғни, республика ормандары тек табиғат қорғау жағынан ғана емес, экономикалық және әлеуметтік тұрғыдан да маңызы жоғары болып келеді, сондықтан ерекше қорғалатын табиғи аумақтарды ұйымдастыру бағалы ағаштарды қорғауға септігін тигізеді. Осы жағдайда ЕҚТА-ды нарықтық экономикаға сәйкес дамыту «Қазақстан-2030» Стратегиясы, ҚР-ның «Қоршаған ортаны қорғау туралы», «Ерекше қорғалатын табиғи аумақтар туралы» Заңдарына сәйкес басқарудың жаңа әдістері мен тәсілдерін іздеуді талап етеді.

ҚР-ның «Ерекше қорғалатын табиғи аумақтар туралы» Заңына сай табиғи аумақтар мақсаты, қорғау және пайдалану ерекшеліктеріне және категорияларына байланысты бөлінеді (5.1-кесте).

Ерекше қорғалатын табиғи аумақтардың категориялары

1-дәреже	2-дәреже	3-дәреже	4-дәреже
ЕҚТА заңды тұлға түрінде	Заңды тұлғасыз ЕҚТА	Жергілікті мөндегі ЕҚТА	
Мемлекеттік табиғи қорықтар, мемлекеттік табиғи ұлттық бақтар, мемлекеттік табиғи резерваттар	Қаумалдар, қорық зоналары, табиғат ескерткіштері, қалалық ЕҚТА – зообақтар, ботаникалық бактар, дендробақтар	Табиғи парктер, қорық зоналары, табиғат ескерткіштері	ЕҚТА ормандары, ерекше мемлекеттік мәні бар су қоймалары, халықаралық мәні бар сулы-батпақты жерлер, экологиялық, ғылыми және т.б. мәні бар мұнай бөліктері

Қазақстанда бүгінгі таңда 10 мемлекеттік табиғи қорық, 11 мемлекеттік ұлттық табиғи парк, 3 мемлекеттік зоопарк, 4 мемлекеттік орман табиғи резерваты, 7 мемлекеттік ботаникалық бақ, 26 мемлекеттік табиғи ескерткіш, 2 жергілікті мәні бар табиғи парк, 58 мемлекеттік табиғи қаумал, халықаралық мәні бар Рамсар Конвенциясының тізіміне енген 3 сулы-батпақты жер, мемлекеттік мәні бар 150 су қоймасы, 4 республикалық мәні бар қорық зоналары бар. Аталған ЕҚТА түрлерінің іс-әрекеттері рекреация мен туризмді дамытуға, өсімдіктер мен жануарлар әлемінің қорын сақтауға, биоалуантүрлілік пен тұқымдық қорды сақтауға бағытталаған.

Республикадағы ЕҚТА-ды ҚР Ауыл шаруашылығы министрлігінің Орман және аңшылық шаруашылығы комитеті (АШМ ОАК) басқарады, ботаникалық бақтарды ҚР Білім және ғылым министрлігі (БҒМ), ал зоопарктерді Мәдениет және ақпарат министрлігі (МММ) басқарады.

Қорық аймақтарын (Солтүстік Каспийді қоспағанда) АШМ ОАК шаруа-

шылық есептегі бөлімшесі болып табылатын «Охотзоопром» ӨҚ-мы басқарады. Ақмола облысындағы «Бурабай» ҰП ҚР Президенті қызметінің басқармасына қарайды.

Жер Кодексінің 1-бабына сәйкес ерекше қорғалатын табиғи аумақ жерлері мен тарихи-мәдени және рекреациялық сауықтыруға арналған жерлер бір санатқа біріктірілген.

ҚР индустриалды бағытта дамушы елдердің қатарына жататыны белгілі. 1995 жылы 272,5 млн. га жер аумағының 194,8 млн. га бөлігін ауылшаруашылық кәсіпорындары, ұйымдар мен азаматтар пайдаланған болатын, ал 2010 жылы бұл үлес 93,4 млн. га немесе 2.3 есе қысқарып қалды. Ал ЕҚТА жер ауданы 1995-2010 жыл аралығында 862,8 мың га-дан 22,6 млн. га-ға жетті. Егер де 1995 жылы қорық саны 8, ал 1 ҰП болса, оның саны 2005 жылы 2 қорық пен 10 мемлекеттік ұлттық бақтармен толықтырылды. Бұған ҚР заңдық-құқықтық базасының дамуы әсер еткенін аңғаруға болады.

Республиканың қорықтары мен ұлттық бақтар мемлекет меншігінде

кіші (11), орта (5) және ірі (2) кәсіпорындарды құрайды. Кәсіпорындардың басым көпшілігі Алматы облысы мен Шығыс Қазақстан облысында (табиғи резерваттарды қосқанда) орналасқан.

ЕҚТА-ды облыстар мен республикаға қарасты қалаларда орналастыруға талдау жасағанда, олардың әкімшілік-аумақтық бірліктерде орналастыру біркелкі емес екендігі анықталды. Мысалы, Маңғыстау, Алматы және Солтүстік Қазақстан облыстарында қорғалатын аумақ пайызы 9,9-дан 10,6-ға

жетеді, яғни бұл халықаралық нормаға жақын келеді. Ақтөбе облысында 6,3 пайыз (жалпыреспубликалық көрсеткіштен жоғары). Осы уақытта Ақтөбе, Жамбыл, Батыс Қазақстан, Павлодар және Алматы қаласында бұл көрсеткіш орташа республикалық көрсеткіштерден кем, ал Қарағанды, Қостанай және Қызылорда облыстарында 1 пайызға тең. Мұндай жағдай ЕҚТА-ды табиғи зоналарда орналастыру бойынша байқалады (5.2,5.3-кестелер).

5.2-кесте

Қорықтардың табиғи зоналар бойынша орналасуы

Қорық атауы	Құрылған жылы	Жер аумағы, мың,га	Әкімшілік облыстар	Қорғалатын ландшафттар	Табиғи зоналар
1. Ақсу-Жабағылы	1926	131 934	ОҚО, Түлкібас ауд.	Таулы орманды.	Таулы
2. Алматы	1960	71 700	Алматы	Таулы Орманды	Таулы
3. Алакөл	1998	65 217	Алматы	Сулы-батпақты	Жартылай далалы
4. Барсакелмес	1939	160 826	Қызылорда	Далалы	Шөлді, құмды
5. Батыс-Алтай	1992	86 122	ШҚО	Таулы орманды	Таулы
6. Қорғалжын	1968	543171	Ақмола	Сулы-батпақты	Далалы
7. Марқакөл	1976	102 979	ШҚО	Таулы Орманды	Таулы
8. Наурызым	1931	191 381	Қостанай	Көлді далалы орманды	Далалы
9. Үстірт	1984	223 342	Маңғыстау	Далалы	Шөлді
10. Қаратау	2004	34 300	ОҚО	Таулы орманды	Таулы

Ұлттық бақтардың табиғи зоналар бойынша орналасуы

Ұлттық парк атауы	Құрылған жылы	Көлемі, мың га	Әкімшілік облыстар	Қорғалатын ландшафттар	Табиғи зоналар
1. Алтын-Емел	1996	212,0	Алматы	Далалы (тасты, құмды)	Далалы
2. Баянауыл	1985	50,7	Павлодар	Қарағайлы, қайыңды орман	Далалы
3. Бурабай	2000	129 935	Ақмола	Орманды далалы (қарағайлы орман, көл, далалы)	Орманды далалы
4. Көкшетау	1996	182076	Ақмола	Орманды далалы (қарағайлы орман, далалы)	Орманды далалы
5. Қарқаралы	1998	112 120	Қарағанды	Далалы (қарағайлы орман, көл және далалы)	Далалы
6. Қатонқарағай	2001	643, 4	ШҚО	Таулы орманды	Орманды далалы
7. Іле-Алатауы	1996	181,6	Алматы	Таулы (шырша ормандары, таулы)	Таулы

Қарап отырсақ, Қазақстанда ЕҚТА жүйесінде ормандарды қорғау көрсетілгенімен, жартылай далалы аймақтар мен су жүйелері аз қорғауға алынады. Ал шөл дала және үстірттер мүлде қорғауға алынбаған екен. Қаратау, Кетпен, Күнгей, Жоңғар Алатауы, Оңтүстік Алтай, Сауыр-Тарбағатай тауларының, Солтүстік Каспий, Ертіс, Ырғыз, Орал және Іле өзендерінің жағалауларындағы өсімдіктер мен жануарлар әлемінің бірегей типтері, реликті, эндемикалық түрлері қорғаусыз қалып келеді. Міне, мұның барлығы республика аумағында жаңадан ерекше қорғалатын табиғи аумақтарды ұйымдастыруды қажет етіп отыр.

Республика қорықтарының жалпы жер аумағы – 1610 мың гектар, ұлттық парктердің жер аумағы – 2290 мың

гектар, барлығы ел аумағында 3960 мың га-ды құрайды. Мысалы, Ресейде ұлттық парк пен қорықтар 40,5 млн.га (2%) жерді алып жатса, Арменияда 218,2 мың га, Молдовада 191,3 мың га-ды, Өзбекстанда 820,7 мың га, Тәжікстанда 280,3 мың га-ды құрайды (5.4-кесте). Кестеден көріп отырғанымыздай, табиғи ландшафттарды қорғау мен сақтау жағынан, Қазақстан Ресейден кейінгі екінші орында. Ал Өзбекстан, Молдова және Тәжікстан мемлекеттерінде соңғы жылдары ешқандай қорық пен ұлттық парк құрылмаған. Мұның басты себебі, ұлттық Заңдардың толық жүзеге аспауымен байланысты, табиғат қорғау шараларын қаржыландырудың жеткіліксіздігімен және елдегі экономикалық дағдарыс жағдайымен, т.б. түсіндіріледі.

Жоғарыда аталған мемлекеттердің жалпы ортақ мәселесі үстірттер мен шөлді аймақтардың, кейбір таулы бөліктердің қорғауға алынбау себебі және қорғалатын табиғи аумақ аудандарының аздығы болып келеді. Міне, бұл жағдайлар жануарлар түрлерінің толық сақталуын қамтамасыз етпейді. Сонымен қатар, қорық пен ҰП-ді құруға

кеткен шығындар әрбір мемлекеттің капитал салымдарымен тікелей байланысты. Ерекше қорғалатын табиғи аумақ саласында қызмет ететін қызметкерлер санының жылдан-жылға өсу процесі де әрбір мемлекетте белең алған жұмыссыздық мәселесін жойып, жұмыс орнымен қамтамасыз етуге бағытталар еді.

5.4-кесте

Қазақстан мен шетелдердегі қорық пен ұлттық парк туралы мәліметтер

	Қазақстан	Ресей	Өзбекстан	Армения	Молдова	Тәжікстан
Табиғи қорық саны, бірлікпен	10	100	9	5	5	4
Жалпы ауданы, мың га	1610	33,5 млн. га	209,1	218,2	191,3	173,4
Ұлттық парк саны, бірлікпен	11	35	2			2
Жалпы ауданы, мың га	2290	7 млн.га	598,7			2630,0
Ондағы қызметкерлер саны, адам	2597	12352	400	466	200	220

Жалпы республикадағы барлық ЕҚТА ауданы – 22,6 млн. га, оның ішінде орман жамылғысы – 23,0% (686,5 мың га), су айдыны 10,4% (310,4 мың га) болғандықтан, ЕҚТА мемлекеттің барлық аумағының 4,7%-ын құрайды (әлемдік стандарттарда 10-12%). Біздің көзқарасымыз бойынша, республикадағы қоршаған орта жағдайын жақсартуға, экологиялық тепе-теңдік пен биоалуантүрлілікті сақтауда, табиғи орта сапасын жақсартуда және табиғаттың көркем жерлерін қорғауда бұлар әлі де жеткіліксіз.

Қазақстанның ЕҚТА-да 215,1 мың құстар тіршілік етеді. Мұнда ұлар, кекілік, бүркіт, қара дуадақ, қоқиқаз, құр, баклан (суда жүретін ірі құс), үкі, ләйлік және т.б. түрлер кездеседі.

Жануарлар Ақмола (20,1 мың бас немесе 33,1%) және Алматы (14,2 мың бас немесе 23,4%) қорықтары мен ұлттық бақтарында кездеседі. Сүтқоректілердің ішінде қар барысы немесе ілбіс халықаралық Қызыл Кітапқа жазылған.

Қазақстан қорықтары мен ұлттық бақтары өсімдіктерге өте бай. Өсімдік түрлерінің басым көпшілігі «Іле-Алатауы»(1033 түр) және «Алтын-Емел» (1800 түр) ұлттық парктерінде, «Ақсу-Жабағылы» мемлекеттік қорығында (1737 түр) жақсы сақталынған.

ҚР мемлекеттік табиғи қорықтарының іс-әрекеттері 5.5-кестеде көрсетілген. Кестеден көріп отырғанымыздай, аумағы жөнінен ең ірі қорық «Қорғалжын» болып табылады, ал ең

кішісі – «Қаратау». Жер ауданының ең үлкен бөлігін орман массивтері алып жатқан «Батыс-Алтай» қорығы (38,8% пайыз барлық жер ауданынан), ал «Қорғалжын» қорығында көкшалғын мен сулы жерлер 20,0% және 76,4%. «Алакөл» қорығының барлық аумағын сулы жерлер алып жатыр.

Мұнда жер көлемі 1998-2004 жылдары 35,0%-ға өсті, ал «Батыс-Алтай» қорығындағы барлық территория басында 21229-ден, 86122-ге (67%) артты. «Алакөл» қорығында 2004-2010 жылдар аралығында аң саны 40-тан 33-ке дейін төмендегені, ал құстар 286-дан 269-дан азайғаны байқалады. «Барсакелмес» қорығында аң саны 11-ден 28-ге көтерілген. Ал қалған қорықтарда айрықша өзгерістер байқалып отырған жоқ.

Қорықтардың ішінде ең алғаш құрылғаны – ОҚО-дағы 1926 жылы құрылған «Ақсу-Жабағылы», ал соңғысы 2004 жылы ОҚО-да құрылған «Қаратау» қорығы. Қаратау қорығы ҚР-сының Үкіметінің 2004 жылғы №249 ҚР АШМ «Орман және аңшылық шаруашылығы» Комитетінің «Қаратау мемлекеттік ұлттық паркін құру туралы» Жарлығына сәйкес құрылды. Жер телімі – 34300 мың га. Мұнда мониторинг, ғылыми зерттеулер жүргізіліп отырылады, сонымен қатар ғылымтанымдық туризм жүргізуге арнайы жолдар бөлінген. Қорғалатын аймақта экологиялық туризм маршрутының жолдары жүргізілген. Штатты құрған шығынды қоспағандағы негізгі шығын көлемі мен коммуналды және басқа да қызметтер үшін Орталық-Азия траншекаралық жобасының (ОАТЖ) Батыс Тянь-Шаньның биоалуантүрлілігін сақтау барысындағы гранттық қаржысы жүзеге асырылды. Қорықтағы штат санын құруға адам басына 7837 мың теңге, сапарларға

1675,5 мың теңге бөлінді. Барлық шығын 9512,5 мың теңгені құрайды. Тауарларды иелену мен құрылысқа кеткен шығындар 67855,5 мың теңгені құраса, оның ішінде 58056,8 мың теңге гранттық қаражаттан, 9775,6 мың теңге республикалық бюджеттен бөлініп отырады. Қорғау іс-әрекеттерін жақсарту мақсатында қорық аумағына топтық патрульді енгізу ұсынылды. Осы қызметтерді толық іске асыру үшін қорыққа 43 адам қабылданды.

Қорықта табиғи процестерді анықтайтын ғылыми-зерттеу жұмыстары, ғылыми бақылаулар жүргізіледі, «Табиғат жылнамасы» жазылады. Айта кету керек, мұндағы флора мен фауна өлеуетін туристік мақсаттарға, әсіресе экотуризм саласын дамытуға пайдалануға болатынын көріп отырмыз.

Қорықтар республиканың барлық аумағында орналасқан. Бірақ мұндағы жалпыға ортақ мәселе – қаржының жетіспеушілігі, мысалы, Үстірт қорығының 1 га аумағын қорғауға жылына – 31,44 тг, Қорғалжын қорығына – 35,37 тг., Марқакөлге – 6 681 тг, Батыс Алтайға – 11 921 тг бөлінеді. Қорықтағы қызметкерлердің орташа айлық жалақысы айына 10 000 теңгемен 14 000 теңге аралығында (немесе 68-95 долл. аралығында).

Қорықтарда байланыс, өрт сөндіру және басқа да техникалар жетіспегендіктен, ғылыми-зерттеу жұмыстары жеке ынтамен және қолдағы бар құралдармен жүзеге асырылып отырады. Қорғау қызметіне бір қызметкерге Батыс-Алтай қорығында 4,0 мың га, Ақсу-Жабағылы қорығында 5,5 мың га, ал Қорғалжын қорығында 12,5 мың га жер үлесі тиесілі.

Қазіргі кезде экологиялық туризм тек Ақсу-Жабағылы мен Қорғалжын, Марқакөл, Алматы қорықтарында ғана қолға алынуда. Дегенмен де, айта

2010 жылғы мемлекеттік табиғи қорықтардың негізгі сипаттамалары

	Қорық атауы	Құрылған жылы	Жалпы алқап, га	Қорғалатын түрлердің саны			
				Сүтқоректілер	Құстар	Балық	Өсімдіктер
1	Ақсу-Жабағылы	1926	131 934	52	267	5	1737
2	Алакөл	1998	65 217	33	269	17	271
3	Алматы	1961	71 700	39	174	-	1440
4	Барсақелмес	1939	160 826	28	178	-	306
5	Батыс-Алтай	1992	86 122	55	152	5	883
6	Қаратау	2004	34300	20	118	2	740
7	Қорғалжын	1968	543 171	-	-	6	-
8	Марқакөл	1976	102 979	58	260	6	935
9	Наурызым	1934	191 381	45	292	10	687
10	Үстірт	1984	223 342	29	163	-	277

* Қазақстан Республикасы Ауыл шаруашылығы министрлігі Орман және аңшылық шаруашылығы комитетінің деректері бойынша

кету керек, бұл қорықтарда экологиялық туризм шетелдік ұйымдар көмегімен құрылды. Сонымен бірге, республикада табиғат қорғау жұмысына өз үлесін қосып жатқан ұйымдар: «Қорық» қорықтар мен ұлттық парк қызметкерлерінің Ассоциациясы, «Наурызым» (Наурызым қорығы), «Жабайы «Жабайы табиғат» Үкіметтік емес ұйымы, (Ақсу-Жабағылы қорығы), «Жасыл ел», «Тэтис», «Энвирс», «Экоцентр-Қарағанды» үкіметтік емес ұйымдары, «Қазақстан биоалуандылығын сақтау бойынша қоғамдық орталық» және т.б.

Қорықтардың экожүйесіндегі дағдарыстардың алдын алу үшін, мақсаттық мемлекеттік қаржыландыру арқылы қорғалатын табиғи аумақтарды қайта ұйымдастырып және сақтау бойынша шешімдер қабылдау керек. Қазақстан қорықтарында 178 сүтқоректілердің 140-ы, 489 құстың 346-сы, 104 балықтың 23, бауырымен жорғалаушылардың 6 түрі мекен етеді. Міне, мұның барлығы биоалуандылықты табиғи жағдайда сақтау үшін, жаңадан қорықтарды ұйымдастыруды және флора мен фауна санын өсіруді талап етеді.

Мемлекеттік ұлттық табиғи парктар (МҰТП) Қазақстанда тек соңғы онжылдықта ғана дамып келеді. Алғашқы ұлттық парк 1985 жылы құрылды. Ұлттық парктарды ұйымдастырудағы негізгі идея жабайы табиғаттың бірегей туындыларын сақтау арқылы адамдардың табиғат сұлулығын қызықтауы, табиғат туралы білімдерін жетілдіру, таза ауада денсаулықтарын қалыпқа келтіруден туындады.

Қазіргі таңда Қазақстанда 11 ұлттық парк бар: «Алтын-Емел», «Баянауыл», «Іле-Алатауы», «Қарақаралы», «Қатонқарағай» және «Көкшетау», «Бурабай», «Шарын», «Сайрам-Өгем». Жақын арада тағы да екі «Жоңғар-Алатауы» және «Көлсай көлі» ұлттық парктары

құрылды. ЕҚТА-дың осы типтері еліміздің оңтүстік-шығысы мен таулы шығысында, сонымен қатар Орталық және Солтүстік Қазақстан экожүйелерінде жинақталған. Ұлттық парктардың қазіргі жағдайы 5.6-кестеде көрсетілген. Кестеде көрсетілгендей, «Қатонқарағай» ҰП-нің жер көлемі басқа парктарға қарағанда ауқымды, ал «Баянауыл» ҰП ең кіші. 1998-2004 жылдар аралығында «Іле-Алатау» ҰП-де орман жамылғысы 62015-ке, ал көк шалғындар 62814-ке, өсімдіктер саны 1282-ден 1870-ке өсті. Ал басқа ұлттық парктарда аумақтық қатынастар мен акватория масштабтарында немесе жануарлар мен өсімдіктер әлемінде ешқандай өзгерістер байқалмайды.

Республиканың қорықтары мен ұлттық бақтары – туристер келетін ірі орталық. ЕҚТА-ды рекреация мен туризм мақсатына пайдалану арқылы республикалық мәндегі табиғат ескерткіштерін ғана емес, сонымен қатар ландшафтты ескерткіштерді, шатқалдарды, табиғи құбылыстардың таңбалары, су көздері, мұздықтар, бірегей теңіздер мен батпақтар және т.б. ескеріліп отырылуы керек.

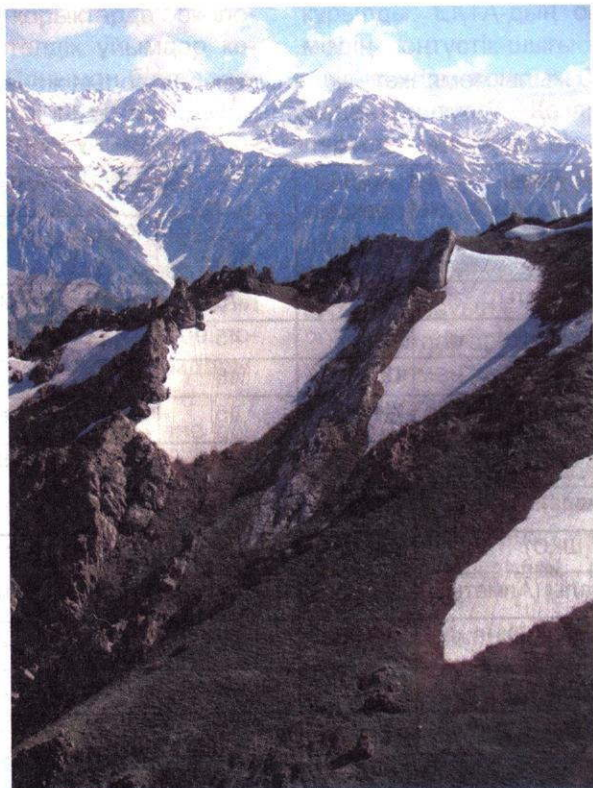
ЕҚТА жаңа категориясы – қорық аймақтары. Соңғы жылдары бұл аймақтарлықтай дамуда. Ең ескі қорық аймағы («Солтүстік Каспий») 1976 жылы құрылды. «Солтүстік Каспий» – жалғыз қорғалатын аймақ, сондықтан да ол «ЕҚТА туралы» Заңның жеке бабына (48-бап) сәйкес толық қорғауға алынуы керек. Қалған үш қорық аймағы (Арыс және Қаратау, Жусандала, Кендірлі-Қаясан) араб шейхтарының дуадақтарын қорғау мен осы құстармен «валюталық» аң аулауды ұйымдастыру үшін құрылды. Бірақ та осы күнге дейін осы саладағы қаржы мәселесі шешілмей отыр, ал осы форманы

5.6-кесте

2010 жылы мемлекеттік ұлттық саябақтардың және табиғи резерваттардың негізгі сипаттамасы

	Қорық атауы	Жалпы алқап, га	Қорғалатын түрлердің саны			
			Сүтқоректілер	Құстар	Балық	Өсімдіктер
1	Алтын-Емель (Алматы)	161 153	78	260	26	1800
2	Баянауыл (Павлодар)	68 452	45	144	13	556
3	Іле-Алатауы (Алматы)	199 703	48	198	8	1033
4	Қарқаралы (Қарағанды)	112 120	45	74	15	777
5	Көкшетау (СҚО)	182 076	50	222	19	624
6	Бурабай (Ақмола)	129 935	47	214	17	828
7	Катонқарағай (ШҚО)	643 477	65	280	17	1000
8	Шарын шатқалы (Алматы)	127 050	32	130	10	985
9	Сайрам-Өгем (ОҚО)	149 053	59	300	2	1063
10	Көлсай көлдері (Алматы)	161 045	29	197	2	704
11	Жоңғар Алатауы (Алматы)	356 022	54	238	2	2168
Мемлекеттік ормандық табиғи резерваттар						
1	Семей орманы (ШҚО)	662 167	19	10	-	54
2	Ертіс орманы (Павлодар)	277 961	19	40	19	84
3	Ырғыз-Торғай (Ақтөбе)	763 549	42	250	8	14
4	Ақжайық (Атырау)	111 500	48	292	122	227

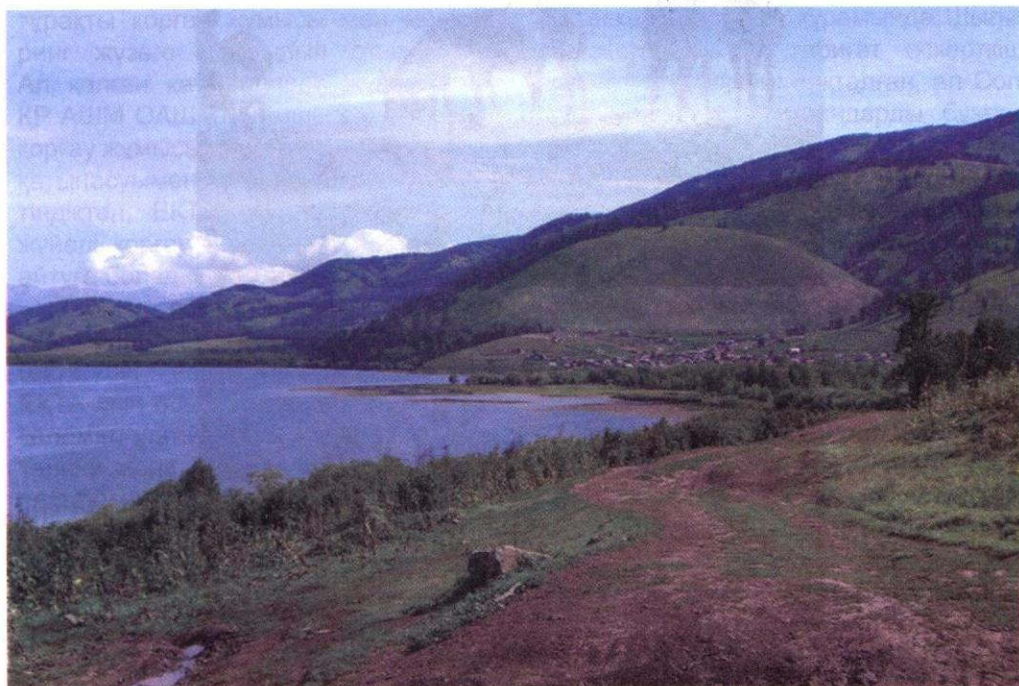
* Қазақстан Республикасы Ауыл шаруашылығы министрлігі Орман және аңшылық шаруашылығы комитетінің деректері бойынша



Ақсу-Жабағылы қорығы



Қорғалжын қорығы



Марқакөл қорығы



Барсакелмес қорығындағы жануарлар

қорғау лайықты немесе лайықсыз екендігіне талас-тартыс әлі де жүріп жатыр.

ЕҚТА тағы бір формасы – қаумалдар. Өзінің маңызы бойынша бұл аумақтар ондағы шаруашылық іс-әрекеттерді сақтау тәртібімен өндірістік айналымнан жерлерді алмай-ақ ландшафттар мен популяцияны қорғау үшін құрылады. Қазақстанда ЕҚТА осы категориясының 51 түрі бар. Олардың ішінде зоологиялық қаумалдар – 35 (65%), одан кейін ботаникалық – 15 (23%), кешенді – 6 (12%); ботаника-геологиялық қаумал – 1; 4 қаумал ұлттық парк аумағында орналасқан: олар «Алматы» («Іле-Алатауы» МҰТП), «Қарқаралы» («Қарқаралы» МҰТП), «Қызылтау» («Баянауыл» МҰТП) және «Рахман бұлағы» («Қатонқарағай» МҰТП). Осы аталған төрт қаумалдарда тұрақты қорғау жұмысы мен мониторинг жүзеге асырылып отырылады. Ал қалған қаумалдарда жұмыстарды ҚР АШМ ОАШК бөлімшелері жүргізеді, қорғау жұмысы инспекторлардың сирек қатынасуымен анда-санда жүргізілетіндіктен, ЕҚТА осы категорияларын жүйелі қорғау әлі де толық емес деп айтуға болады.

Табиғат ескерткіштері – ЕҚТА бір түрі, олардың жер ауданы бірнеше гектардан аспайды. Дегенмен де, ЕҚТА-дың осы категорияларының жер көлемін ұлғайту маңызды емес, тек тарихи және мәдени бағалылықтарды сақтау мен қорғау үшін оның мәні мен бірегейлігін жетілдіру керек.

Қазақстанда үш зоопарк бар: олар Алматы, Қарағанды және Шымкент қаласында орналасқан.

Республика аумағында 106 дауажайлық-шипажай ұйымдары жұмыс істейді. 1995 жылғы Үкімет Қаулысына сәйкес, сауықтыру-ауыз су, бальнеологиялық және асханалық емдік минералданған су көздері шоғырланған

47 аймақтың тізімін жасаған болатын. Оның ішінде сауықтыру орталығына айналғандар саны – 15.

Ұлттық Заңдар ЕҚТА құруға тек орталық Үкімет қана емес, жергілікті билік органдарында да (облыстық әкімшілік) мүмкіндік береді. Облыстық маңыздағы бұл аумақтар табиғи парктар, табиғат ескерткіштері, қорық аймақтары, зообақтар, ботаникалық бақтар және дендробақтар формасы түрінде болуы керек.

ЕҚТА облыстық орналасуы әр-келкі. Қазіргі таңда заңды тұлға формасындағы ЕҚТА облыстық маңыздағы екі табиғи парк Алматы қаласында («Медеу») және Қарағанды облысында («Буратау») орналасқан. Одан басқа Қостанай облысында – 13, Қарағандыда – 10, Батыс Қазақстанда – 7, Оңтүстік Қазақстанда 23 табиғат ескерткіші облыс құрамында. Шығыс Қазақстандағы 5 табиғат ескерткіші қызмет ету мерзімі аяқталған, ал Солтүстік Қазақстанда заңдарды бұзғандығына қарамастан, 2 облыстық қаумал жұмысын жалғастыруда. Оңтүстік Қазақстан облысында 5 облыстық мәндегі қорық аймақтары мен 1 дендробақтар орналасқан.

2004 жылы табиғат қорғау ұйымындағы қызметкерлер саны 2597 адам болды, оның ішінде ғылыми қызметкерлер 120 адам, туристік топтар үшін экскурсия ұйымдастырумен айналысатындар саны – 97 адам. Олар 785 экскурсия өткізді, оған 187,9 мың турист қатынасты. ЕҚТА-ғы орман қорларын қорғау қызметкерлері саны – 721 адам. Туристік топтардың келуінен түскен табыс осы табиғат қорғау шараларында 11,8 млн. теңгені құрады (49,6% жалпы табыстан).

Бюджеттік қаржыландырудан басқа, ЕҚТА заңды тұлға құқығымен жеке құралдарды қалыптастыруға мүмкіндіктері бар. Олай болса, ЕҚТА-ға өт-

кен жылғы шектеулі шаруашылық іс-әрекеттерден 71 млн. тг, ақылы қызмет көрсетуден 38 млн. тг табыс келіп түсті. Бұл құралдардың барлығы қорғалатын аумақты дамытуға жұмсалды. Өртке қарсы, орманды қалпына келтіретін жұмыстарға, табиғатты қорғауға 39 млн. тг бағытталса, негізгі құралдарға 15 млн. тг жұмсалды.

Қазіргі кезде қорықтар мен ұлттық парктер еңбекақының аздығынан маман қызметкерлерін жоғалтып отыр, сондықтан оларда ғылыми зерттеу жұмыстарын жүргізетін, табиғатты қорғауға қабілетті мамандардың жетіспеушілігі байқалып отыр. Яғни, ЕҚТА қызметкерлердің мамандығын көтеруге деген жоспарлар да жеткіліксіз болуда. Экологиялық мониторинг, қорық ісінің ғылыми негіздерін жасау, ҚОҚ және табиғатты пайдалану, сирек және жойылып бара жатқан өсімдіктер мен жануарлар дүниесі туралы ғылыми зерттеу бағыттары ЕҚТА ғылыми жұмыстарының тақырыбына кірмейді. Өйткені, оларды жүзеге асыратын арнайы жүйе қалыптаспаған. Семинарлардың өзі тар тақырыптағы мәселелермен шектеледі. Мұның барлығы да ЕҚТА-ды кадрлық және ғылыми қамтамасыз ету бойынша мемлекеттік бағдарламалардың болмауымен сипатталады.

Елімізде «экологиялық білім беру» қанағаттанарлықсыз деңгейде. Іс жүзінде кадрларды дайындау және қайта даярлау жүйесі мүлде жоқ. Ауылдық жерлерде экологиялық білім беру мен насихаттау жұмыстары жүргізілмейді (ЕҚТА орналасқан ауылдарды қоспағанда).

Қорғалатын аумақтар – экологиялық білім беру мен тәрбиелеу, ағартушылық және насихаттау жұмыстарын жүргізудің негізгі тірегі. Осыған сәйкес, ҚР «Ерекше қорғалатын табиғи аумақтар туралы» (1997, 15 шілде, 30-316)

Заңында: «Ерекше қорғалатын табиғи аумақтар табиғи, ғылыми білімдер мен қорық ісін насихаттауға, мәдени-ағарту шараларын өткізуге, оқушылар мен студенттердің оқу экскурсияларын, өндірістік тәжірибелерін жүргізу, халыққа экологиялық білім мен тәрбие беру, ғылыми кадрларды даярлау және мамандардың біліктілігін арттыру мақсатында пайдалануы мүмкін» деп атап көрсетілген.

Қорықтар алдына қойылатын мақсаттарының қатарына экологиялық тәрбие, табиғатты қорғауды насихаттау, мамандарды даярлау мен ғылыми біліктілікті арттыру міндеттері тұрады. Дегенмен, қорық ісін жандандыруға жоғары білікті ғылыми мамандарды тарту, даярлау қорық алдында тұрған негізгі күрделі мәселелердің бірі болып саналады.

ЖОО-да экологиялық бағытта білім беретін кафедралар жұмыс істегенімен, олар бұл мәселені толығымен шеше алмай отыр және онда берілген білім қысқаша, жалпы түрде өткізіледі. Ал бұл болашақта ерекше қорғалатын табиғи аумақтардың өсуімен байланысты қорық ісі теориясын терең меңгеретін және жан-жақты тәжірибеден өткен, кең білімді, қорық территориясын қабілетті басқаратын мамандардың жетіспеушілігіне алып келері анық. Кезінде бұл мәселені шешу үшін көптеген жұмыстар жарияланған болатын. Мысалы, бір авторлар қорық ісі саласында мамандарды даярлау үшін бірегей аймақта орналасқан арнайы ұйым – биопарктерді құру туралы айтса, енді екінші авторлар қорық ісін насихаттау, ағарту шараларын жүргізу бағдарламаларын құру үшін қорықтарда табиғат қорғау білімін кеңейту үлгілерін ұсынады, сонымен қатар осы жұмыстарды жүргізуге қажетті қаржы көлемін де жоспарлау жолдарын қарастыру қажеттілігі айтылу

қажет. Десек те, осы ұсыныстарды қорықтарда тәжірибе жүзінде пайдалану келесі себептерден тұрады, олар: экологиялық білім мен насихаттау бойынша арнайы құрылымның жоқтығынан және қаржыландыру мен материалды-техникалық базаның әлсіздігінен қиындай түсуде. Бұдан басқа қорық базасында табиғатты қорғауды насихаттау, экологиялық білім мен тәрбие беру бойынша құрамында журналистер, педагогтар, социологтар, экономистер және т.б. бар арнайы бөлімдерді құру туралы мәселелерді шешу қажет. Мысалы: шетелдерде басты назар экологиялық білім беруге аударылады, яғни ұлттық парктер мен басқа да ерекше қорғалатын табиғи аумақ қызметкері үшін қажетті білімдерді тек биология, рекреация, басқару саласында алып қана қоймай, саяси және діни іс-әрекеттерден алуға болады және бұл қызметтер тек жеке ұлттық парктерде ғана емес, қорықтардың буферлік зоналарында да жүзеге асыруға мүмкіндік бар. Шетелдік тәжірибиелерге сүйене отырып, аталмыш саладағы экологиялық-ағарту жұмыстары сананы қалыптастырудың келесідей тәсілдерін ұсынуға болады:

1. *Бұқаралық ақпарат құралдары мен жұмыс.* Мұнда қорықтар мен ұлттық парктердің әкімшілігі жергілікті бұқаралық ақпарат құралдарымен (БАҚ) тығыз қарым-қатынас орнату арқылы ЕҚТА-дың қоғамдағы рөлін, мақсаты және міндеттерін, әлеуметтік-экономикалық тиімділігін, тәрбиелік мәнін жариялап отыру керек. Аталған тәсілді толық жүзеге асыру үшін БАҚ-та конкурстар, әр түрлі сұрақтар, ойындар ұйымдастыру шарт.

2. *Жарнамалық баспа қызметі.* Бұл тәсіл әр түрлі жарнамалық немесе ақпараттық буклеттер, брошюралар, түсіндірме сөздіктерді шығару арқылы

әр түрлі жарнама өнімдерін (конверт, күнтізбе, естелік бұйымдар) кеңейтуге мүмкіндік береді.

3. *Кино-бейнөөнімдерді ұйымдастыру.* Бұл қиын әрі қымбат бағаланатын жұмыс түрі қорық табиғатының әртүрлілігін, байлығы мен сұлулығын тұрғындарға жария етеді. Бұл жұмысты толық жүзеге асыру үшін қорықтар мен ұлттық парктер жоғары кәсіби, білікті кино түсіретін отандық және шетелдік компаниялармен іскерлік байланыс орнату қажет.

4. *Қоғамдық бірлестіктерден басқа да коммерциялық емес ұйымдармен бірлесу.* Қоғамдық бірлестіктерді қорықпен ұлттық парк жұмыстарына тарту экологиялық-ағарту жұмыстарын жүзеге асыруға мүмкіндік туғызады.

5. *Музей ісі және визит орталықтарын дамыту.* Қорықтар мен ұлттық парктердегі табиғат музейлерін жаңа құралдармен жабдықтау, музейге келушілермен жұмыс істеудің жаңа тәсілдерін меңгеру жолдарының бірі визит-орталықтар болып табылады. Визит-орталықтар келушілерге дәріс және басқа да жұмыстарды жүргізу үшін арнайы құралдармен жабдықталған орталық болып табылады.

6. *Экологиялық экскурсия мен танымдық, экологиялық туризмді дамыту жұмыстары.* Жұмысты дамытудың басты жолдары: қорғалатын аумақтың бір бөлігін арнайы келушілер үшін бөлу; экологиялық соқпақтар мен маршруттарды ұйымдастыру, ақпараттық құралдармен жабдықтау және келушілерді ұдайы бақылауға алу болып табылады.

7. *Халық арасында табиғатты қорғау шараларын үгіттеу.* Табиғатты қорғау жұмыстарын насихаттау бұл табиғатты ұтымды пайдалану және қорғау саласындағы адамдарға жан-жақты білім беру мен тәрбиелеу жұмыстарын қамтып отырады. Оның қатарына экологиялық білімді қалып-

тастыру, жеке құрлық пен өндірістік іс-әрекеттердің экологиялық мәдениеті, экологиялық әлемдік көзқарас, табиғатқа өзара байланысты тереңірек ұғынысу негіздері, табиғат алдында әрбір адамның жеке жауапкершілігі, сонымен қатар отандық, рухани патриотизмге тәрбиелеу мен табиғатты пайдалануға дұрыс көзқарастар жатады.

Жоғарыда айтылғандарды қорытындылай келе, республикадағы ЕҚТА-дың қазіргі жағдайын талдау барысы аталған саланы экономикалық бағалауға мүмкіндік бермейді. Себебі, республикадағы ЕҚТА-ды дамытудың экономикалық және қаржыландыру механизмдерінің жоқтығы, басқару қызметінің әлсіз дамығандығы, маман кадрлардың жетіспеушілігі, халықтың экологиялық білімдерінің төмендігі, жоспарлы жұмыстардың жүзеге аспауы және т.б. Бұл мәселелерді шешу өз кезегінде ЕҚТА-ды мемлекеттік деңгейде жоспарлы шараларды қабылдауды талап етеді. ЕҚТА-ды ұйымдастыру кестесінде бөлінген учаскелер бір-бірінен алыс қашықтықта орналасқан, айналасы антропогенді іс-әрекеттерге толы болғандықтан, бұл нысандарды қорғау экономикалық тұрғыдан тиімсіз болып саналады.

Сондықтан, біздің ойымызша, экологиялық-экономикалық тұрғыдан ЕҚТА-дың экожүйесін табиғи қалпында сақтау және антропогенді әсерлерден қорғау үшін ЕҚТА-ды бір-бірімен байланыстыратын экологиялық дәліздерді ұйымдастыру қажет, ал бұл ондағы мекен ететін жануарлар миграциясының еркін генетикалық ауысым жасауына мүмкіндік береді. Осындай жүйе аймақтың әлеуметтік-экономикалық дамуы және тұрғын халықтың қызығушылығын ескере отырып құрылуы қажет.

Сонымен бірге, табиғи ортадағы туризм мен демалысты реттеуге қажетті шараларды қарастырып, ЕҚТА-да туризмді дамытудың шетелдік тәжірибелеріне назар аударып, ұтымды жақтарын, яғни табиғи ортаға әкелетін тиімділігін, зияндылығын жан-жақты саралаудан өткізіп, туризмнің ЕҚТА үшін қай түрі тиімді екендігін анықтап, оның құрылымдық зонасын, әлеуметтік-экономикалық факторларын нақтылау керек. Жоғарыда аталған мәселелер толығымен орындалып, ЕҚТА-дың нарықтық экономика жағдайындағы даму басымдықтары айқын болған жағдайда ғана оны экономикалық бағалауға мүмкіндік туады.

5.2. Туризмдегі ерекше қорғалатын табиғи аумақтардың әлеуметтік-экономикалық тиімділігі

Қазіргі кезде қоғам барлық күш-жігерін табиғи ресурстарды сақтау, ұдайы өндіру және ұтымды пайдалануға бағыттайды. Дегенмен, ғылыми-техникалық процесс жоғарғы қарқынмен дамыған заманда биогеоценоздарды басқару және пайдалану оның заңдылығын тереңнен зерттеуге мүмкіндік беретін ғылыми әдісті талап етеді. Ерекше қорғалатын табиғи аймақ (ЕҚТА) сөкілді күрделі табиғи

нысандарда жұмыс жүргізудің жаңа тәртібін қалыптастыруда тек оның ішкі құрылымы ғана емес, ЕҚТА өнімдерін пайдаланушы сыртқы нысандар да ғылыми әдісті қажет етеді. Осы жағдайда экономика ғылымдарының негізгі міндеті – зерттеуге алынған ЕҚТА-дың ерекшеліктеріне сәйкес шаруашылық пен жұмыс жүргізудің түрі мен тәртібін анықтау және ғылыми негізделген табиғи экономикалық тетіктер арқылы

оған үнемі қолдау жасау. Осындай маңызды экономикалық тетіктердің бірі табиғат пайдалану нысанында барлық іс-әрекеттерді реттеп отыратын нормативтерді дұрыс әзірлеу және қолдану болып табылады. Мұндай нормативтерсіз ұтымды жұмыстар атқаруға және табиғи ресурстарды пайдаланудың оңтайлы нұсқауларын таңдауға мүмкіндік жоқ.

ЕҚТА-да туризмді дамыту жолдарын зерттеуге ғылыми әдісті қолдану үшін, ең алдымен, ЕҚТА ресурстарын пайдаланатын салалардың жағдайын зерттеп алу керек. Дегенмен ЕҚТА өнімдерін пайдаланатын кәсіпорындарда өндірістік іс-әрекеттерінің нәтижесін талдау үшін табиғи және еңбек шығындарының көрсеткіштері қолданылады, ал құндық көрсеткіштері шектеулі. Құндық бағалау көрсеткіштерін пайдалану халықшаруашылық мәні бар тұтыну құнының қалыптасуын тереңнен зерттеу жолымен көпмақсатты шаруашылық механизмін жетілдіруге және ұдайы өндіріс қызметін кеңейтуге мүмкіндік береді. Сондықтан ЕҚТА өнімдерін пайдаланатын салалардың табиғи және экономикалық жағдайларын сипаттайтын көпжақты көрсеткіштерінің ішінде материалды және еңбек ресурстарымен қамтамасыз ету, оның табиғи-өндірістік базасы, т.с.с. қызметтерін жан-жақты салыстырып, талдауға мүмкіндік беретін ең тиімді нұсқаларын таңдап алу қажет.

ЕҚТА салаларының нәтижесі бірыңғай табиғи өлшемге түспейтін әртекті және алуан өнімдердің үлкен санын құру болып табылады. Бірақ бұл кәсіпорынның шаруашылық қызметінің нәтижесін аумақ бойынша салыстыруда қиындыққа әкеледі.

Қысқаша айтқанда, қорғалатын аумақ салаларының әртекті өнімдерін келтіру әдістерінің ерекше маңызы

бар. Е.Я. Судачков жасаған «шартты көлем коэффициентін» тек ТМД мемлекеттері ғана емес, шетелдерде де кеңінен қолданады және ол негізгі өндірістің әртекті өнімдерін бірыңғай көрсеткіште және өндірілген өнімнің әртүрлі көлемі мен сапасын, өнімділігін салыстыруға мүмкіндік береді (мысалы, ЕҚТА-ғы орман ресурстары тұтыну құнының шамасын көрсетеді).

Екінші бір әдіс жұмыстың негізгі түріне «шартты бағаны» қолдану. Бұл баға ЕҚТА-дың орман шаруашылығында кеңінен қолданысқа ие және кәсіпорындардың нәтижесін салыстырмалы талдау үшін қажет. «Жұмыс көлемі шартты баға» көрсеткіштері бойынша күрделі шаруашылық жағдайлар, өндірістің жасырын қорлары, өндірістің даму қарқыны, т.б. талданады. Дегенмен, бұл көрсеткішті ЕҚТА-да қолдану оның сала ретіндегі нәтижелерін анықтауда жеткіліксіз. Жоғарыда айтылғандарды ескере келе, біздің пікіріміз, ЕҚТА-дың салаларында (орман шаруашылығы) экономикалық-статистикалық талдау әдістерінің ішінде әртекті белгілердің жиынтығын зерттеуге мүмкіндік беретін индексті әдісті қолдану. Әртекті белгілердің жиынтығын зерттеу жеке индекстерді алумен және ішкі біртекті көрсеткіштердің өлшемін анықтауға мүмкіндік жасайды.

Айта кету керек, зерттеудің нақты міндеттеріне сай экономикалық құбылыстардың алуандылығы нақты математикалық формула негізінде индексті әдістің икемділігін көрсетеді. Бұл формула «орташа геометриялық өлшем» деп аталады. Зерттеудің міндеті әртекті болуы мүмкін. Біртекті өнім өндіретін салаларда бұл өнімнің артуы мен өсу қарқыны, еңбек өнімділігі, т.с.с. түрде болады. Біздің сала үшін бұл әдіс өндірістегі уақыт факторы мен табиғи факторлардың үлесі және

өндірілген өнімнің алуандылығы мен әртектілігімен ерекшеленетін өндірістің нәтижесін математикалық тұрғыдан бейнелейді.

Кез келген саланың соңғы нәтижесін бейнелейтін және оның экономикалық тиімділігін көрсететін көрсеткіштер мен критерийлер жүйесін жетілдіру мәселелері осы күнге дейін отандық және шетелдік ғалымдардың арасында пікірталас туғызуда. Бірақ мұндай критерий нарықтық қатынастарға өту жағдайында соңғы өнімнің сапасы мен тиімділігін арттыру, ұлттық табыстың материалды-заттық құрылымын бейнелеу және оның қоғам қажеттіліктеріне сәйкес бөлінуі үшін қажет.

Тиімділіктің ғылыми негізделген теориялық тұжырымдамасын жасау табиғи ресурстарды пайдаланушы салаларда оның ішінде ЕҚТА саласында үлкен мәнге ие. Бұл, бір жағынан, ЕҚТА-дағы экологиялық жағдайлардың нашарлауымен (орман ағаштарын кесу, ағаш сапасының төмендеуі, биалуандылықтың жойылуы, қаскөйлік іс-әрекеттер), екінші жағынан, орташа тұрақты және әлеуметтік мәні бар ЕҚТА қызметтерінде қоғам қажеттілігінің артуымен тікелей байланысты болып келеді.

Саяси экономиялық категория ретінде «тиімділік» түсінігін келесідей сипаттаймыз: өзінің маңызы жағынан ресурстық, еңбек немесе материалдық шығын бірлігіне есептегендегі тиім қоғамдық өндірістің, іс-әрекеттің нәтижесін көрсетеді. Айта кету керек, бірқатар экономикалық және әлеуметтік қажеттіліктерді қанағаттандыру тұтыну құнына сәйкес қабылдануы әрқашан да анықтала бермейді. Экологиялық жағдайлардың өзгеруі барысында оны бағалағанға дейінгі тұтыну құндылығының мәні артуы мүмкін. Мысалы, судың жетіспеушілігі, ауаның

ластануы, т.б. жағдайларда ЕҚТА-дың тұрақты, ресурс сақтау және қайта қалпына келу қызметтерінің бағасы артып, шынайы тұтыну құны қалыптасады. Олай болса, экономикалық және әлеуметтік-экономикалық пайдалану тиімділігінің ғылыми негізделген өлшемдері мен құндылығы болуы қажет.

Тиімділіктің осындай түрлеріне байланысты тиімнің екі түрі ажыратылады: экономикалық және әлеуметтік-экономикалық болып табылады. Көптеген экономистер әлеуметтік-экономикалық тиімді олардың арасындағы бірқатар айырмашылықтарына қарамастан, экономиканың құрамдас бөлігі ретінде қарастырады. Экономикалық тиімділік қоғамдық қажеттіліктердің барлық жиынтығын қанағаттандырудағы өндіріс нәтижесін көрсетеді. Ал әлеуметтік-экономикалық тиімділік адамның жан-жақты дамуы мен игіліктерге жетудегі тұтыну құнының өндірістегі нәтижесін көрсетеді. Өндіріс процесінде қалыптасатын тұтыну құнының барлық жиынтығының экономикалық секілді әлеуметтік мәні болады. Бірақ кейбір экономистер әлеуметтік-экономикалық тиімді «әлеуметтік шаралардың (қоршаған ортаны қорғау, ағарту, денсаулық сақтау және т.б.) экономикалық тиімділігі әлеуметтік тиімділік түрінде экономикадан бөлінеді» деп біржақты қарастырады. Осы жерде өзінің физикалық көлемі жағынан, әлеуметтік-экономикалық тиім экономикалық тиім бөлігін көрсетіп, осы екі тиімдегі тұтыну құны – экономикалық тиімде барлық өндірілген шамадан, ал әлеуметтік-экономикалық тиімде жекенің жан-жақты даму қажеттіліктерін қанағаттандырудан туындайды.

Табиғатты қорғау және қайта қалпына келтіру, табиғи ресурстарды ұтымды пайдалану, биогеоценоздарға теріс антропогенді әсерлерінің зия-

нын болдырмау, т.с.с. шараларды жүргізуден қоғамдық пайдалылықтың артуы оның әлеуметтік-экономикалық нәтижелілігін білдіреді. Осы жағдайда, біздің көзқарасымыз бойынша, өзінің шамасы жағынан әлеуметтік және экономикалық тиім бір-біріне тең.

Қазіргі кезеңде өндірістік күштердің дамуы өндірісті басқаруда тек экономикалық факторларды ғана емес, әлеуметтік факторларды да ескеруді талап етеді. Авторлардың басым көпшілігі көрсеткендей, әлеуметтік тиімді бағалау өте күрделі мәселе. «Шығын-нәтиже» байланысы арқылы материалды, ақшалай және еңбек ресурстарының шығындарын анықтау оңай, ал тиімділікке келер болсақ, онда экономикалық талдауларда көрсетілгендей, бұл түсінік көпсанды, жанама, тікелей, белгісіз байланыстарды талап етеді.

Өндіріс процесінде құрылған тұтыну құндылығы шамасын есептеу келесідей болуы мүмкін: жиынтық қоғамдық өнім немесе оның модификациясы – ұлттық табыс – тауар өнімдерін өткізумен айналысатын кәсіпорынның жоғарғы иерархиялық деңгейі. Оның ақшалай құнынан барлық жұмсалған шығындарды шегерген жағдайда ғана экономикалық тиімді есептеуге болады. Бұл жерде экономикалық тиімнің қандай бөлігі әлеуметтік тиімге айналатынын анықтау керек, бірақ «өмір сапасы» деп аталатын факторлар, яғни адам денсаулығы, еңбек қабілетін, оның рухани, эстетикалық және т.б. қажеттіліктеріне тиімнің әсерін анықтау өте күрделі.

Барлық экономикалық қатынастар адам баласымен тікелей байланысты болғандықтан, біріншіден, «әлеуметтік тиім» мен «экономикалық тиім» түсініктерін қолдану нақтылықты талап етеді, екіншіден, «әлеуметтік нәтиже» түсінігі тар мағынада жиі қолда-

нылады. Біздің ойымызша, бұл «интегралды экономикалық құндық баға» негізінде нақты әлеуметтік тиім алуға бағытталған өндіріс әрекеті. Сондықтан біз әлеуметтік-экономикалық тиімді бірыңғай интегралды экономикалық тиім ретінде «әлеуметтік және экономикалық» деп емес, «экономика арқылы әлеуметтік» деп қарастыратын авторлардың пікірлеріне қосыламыз. Осы жағдайда, біріншісін шартты түрде «өндірістік-экономикалық тиім» деп, ал екіншісін «әлеуметтік-экономикалық тиім» деп атауға болады. Есептеу арқылы біріншісін анықтауға мүмкіндік бар, ал екіншісін әлеуметтік-экономикалық тиімді құндық көріністе, яғни әлеуметтік тиімді ақшалай көріністе анықтауды толығымен меңгерген жағдайда ғана анықтауға болады.

Жоғарыда айтылғандардың барлығы ЕҚТА-ға тікелей қатысты болғандықтан, әлеуметтік-экономикалық қажеттіліктерді қанағаттандыратын экономикалық база болып табылады. Оны жүзеге асырудың маңыздылығы ЕҚТА-ды кешенді көп мақсатта пайдаланудан және ұдайы өндіру, сақтау қызметінен көрінеді. Әсіресе, бұл қорық, ұлттық парк (ғылыми әдіс негізінде оның барлық жақтарын, қоғам өмірінде құрайтын тиімділігін, және әлеуметтік-экономикалық, тұтыну құндылығы) секілді маңызды табиғи нысандарға қатысты.

ЕҚТА-дың таулы ормандарында кешенді шаруашылықтарды жүргізу оның алуандылығы мен бағалылығын және ауыстырылмайтын пайдалылығын ескере отырып, тұрақты әрі өмірлік пайдалануға бағытталады. Осы саланы дамытуға салынған шығындардан әлеуметтік-экономикалық тиім әр түрлі түрлердің тұтыну құнын көрсетеді, ал оның барлығы әлеуметтік болып табылады.

Ескере кету керек, тиімділік мәселесі табиғи ресурстарды бағалау мәселесімен қатар жүреді, әсіресе ресурс пайдаланушы салаларда. Мұнда экономикалық баға бағаланатын ресурстың қоғамдық пайдалылығын өлшеуде қолданылса, ал бағалау көрсеткіштері – осы пайдалылықтың сандық нормативтері, яғни табиғи ресурстарды экономикалық бағалау мазмұны оны өндіріс саласында пайдаланудан алынатын экономикалық тиім болып табылады. Осы кезде экономикалық тиім өндіріс процесіндегі тиімділік көрсеткіштері болып табылса, оның нәтижелері жеке көрсеткіштермен байланысты тиімділіктің жалпы көрсеткіштерін анықтауда қолданылуы мүмкін (еңбек өнімділігі, қорлары, материал сыйымдылығы).

ЕҚТА-дың негізгі қызметтерін интегралды бағалау негізінде 1 га орманның интегралды әлеуметтік-экономикалық тиімін алу үшін жұмсалған шығындардан экологиялық тиімділікті анықтауға болады, яғни $E_{\text{сэ}} = D/C + EK$ формуланың орнына жиынтық өнімнің интегралды таза табыс шамасын және пайдалылығын қойып, одан осы табысты алуға жұмсалған толық шығындарды алып тастай отырып, 1 га орманды пайдаланғандағы әлеуметтік-экономикалық тиімділікті анықтауға болады. Оны көпжақты анықталған тиімділікпен салыстыра отырып, ЕҚТА-ғы орман ресурстары бағытына оңтайлы болады деп қорытынды жасауға болады.

Табиғи кешендерді қалпына келтірумен байланысты қорықты ұйымдастырудың экономикалық бағасы шешім қабылдаудың ажырамас бөлігі болып табылады. Басқа факторлармен әрекеттесе отырып (табиғи, ғылыми мәні, әлеуметтік салдары), ол халықшаруашылық деңгейінде табиғатты пайдаланудың ұтымдылығын

арттыру үшін құрылады. Өндірісті экономикалық талдау және тауарлы өнімдерді өткізу (түрлері бойынша) техника-экономикалық көрсеткіштердің негізінде жүргізіледі (өндіріс көлемі және өнімнің өзіндік құны, өткізу көлемі, пайда, рентабельділік және т.б). Талдау аймақтық баланстағы шаруашылықты жүргізу үшін қажет. Қорықтарды ұйымдастырудың есептік көрсеткіштерін талдау бәрінен бұрын мақсаттық қызметтердің экономикалық нәтижесін іске қосады, сонымен қатар капитал құрамы, құрал-жабдықтарды және инвентарьларды игеру, күрделі жөндеу шығындары да қоса есептеледі. Қорықты экономикалық бағалау жоспарлау, ұйымдастыру, басқару, жетілдіру жолдарымен жүзеге асырылады. Қорықтардың мақсаттық қызметтерін жүзеге асыру ресурс әлеуетін тереңірек зерттеуге негізделеді. Сонымен қатар қорықты экономикалық бағалауда оның барлық қызметтері ескеріледі:

А) Қорықтың экономикалық бағасы тұқым қорын сақтау шығынын көрсетеді. Ол бағаланатын қорық пен қорықтағы бір шартты түрді сақтау шығындарын салыстыру жолымен анықталады.

Қарастырылған қызметті толық жүзеге асыру тек қорықтарға ғана тән, ал ұлттық парктер мен қаумалдарда ол сирек қолданылады. Сондықтан ЕҚТА-ды жұмыс істеуін ресурстық бағамен талдау барысында нақты алынған нәтиже пайдаланылады; яғни қызметтерді жүзеге асырудағы нақты (немесе жоспарланған) баға жылда есептеледі. Ол бағаланатын ЕҚТА-дың жұмыс істеуін қамтамасыз ететін түрді сақтауға жылдық шығындарды үнемдеуді көрсетеді.

Ә) ЕҚТА-дың жүйелер мен процестерді өмірлік қолдау қызметін экономикалық бағалау үшін табиғи

ортасы нашар аудандардың шаруашылық дамуы экономикалық тұрғыдан қарастырылады. Табиғи ортаның нашарлауын шектейтін экономикалық нәтиже бұл табиғи ресурстарды пайдалану барысында құрылатын дифференциалды табыс пен рента-ның төмендеуін шектеу болып табылады. Рента бойынша табиғи ресурс бағаланады және оның өзгерісі экономикалық баға мәндерінің өскендігін немесе кемігендігін көрсетеді. Дисконттық шама бойынша дифференциалды табыстың төмендеуін алдын алу қорықтың маңызды қызметін (жүйелер мен үрдістерді өмірлік қолдау қызметі) жүзеге асырудағы экономикалық нәтижені құрайды. Ресурстық қызметті тиімді пайдалану барысында алынатын экономикалық баға қорықтың халық шаруашылығындағы мәнін анықтайды және адамдардың өміріне қолайлы жағдайларды туғызады. Қорық кешеніне әсер ететін ауданның табиғи ортасының нашарлауын алдын алуда қарастырылып отырған қызмет негіз болады. Экономикалық тұрғыдан оның мазмұны жылдық болдырмайтын экономикалық зиянды көрсетеді. Дегенмен, бізге керегі, осы қызметтің ресурстық бағалылығы, оның ресурстық бағасының шамасы. Сондықтан болдырмайтын зиян шамасын ұзақ мерзіммен ресурсты пайдалану кезеңіне қосу керек. Яғни, дисконт есебімен қоса отырып, біз осы қызметтің ресурстық бағасын аламыз. Осы жағдайда, мынаны ескеру керек: есепке қосылатын болдырмайтын зиян іргелес аумақтағы ресурстарды жоғарғы шаруашылық пайдалану жағдайында анықталу керек. Тек осы кезде ғана біз процестер мен жүйелерді өмірлік қолдау қызметін ресурстық бағалай аламыз.

Б) Қорықтың ғылыми – зерттеу және ақпараттық қызметтерін эконо-

микалық бағалау халық шаруашылығындағы ақпараттық мәліметтерді қолдану мен қолданбалы зерттеулерді жүргізудегі тиім бойынша жүзеге асырылады. Қорықтағы ғылыми-зерттеу мен бақылауға кеткен шығындар экономикалық тұрғыдан, оның нәтижелерін өндірістік тәжірибелерде қолдану барысында жинақталып отырады. Ғылыми-зерттеу жұмыстарын (ҒЖЗ) жүргізуге кеткен шығындар шаруашылық шешімдерді жүзеге асырудағы жиынтық шығынның құрамына кіреді, сондықтан да экономикалық тиімдегі ғылымға қатысты үлес анық болады. Зерттеу жүргізуге қажетті табиғат кешені, ғылыми кадрлар, ғылыми жабдық қоры қорықтың ғылыми әлеуетінің ресурстық бағасын анықтайды. Ғылыми-зерттеу қызметтерінің экономикалық бағалау көрсеткіштерін анықтауда жүргізілген және жоспарланған ғылыми жұмыстарының нәтижесінің тиімі қажет. ЕҚТА-дың іргелес аумағының рекреациялық сапасын көтеру арқылы қосымша табыс алу да экономикалық бағалау көрсеткіштеріне жатады. Іргелес аумақтың санитарлы-гигиеналық жағдайының жақсаруы және тартымдылығы рекреанттар санының артуы нәтижесінде қосымша табыс алуға жетелейді. Қазіргі таңда ЕҚТА-дың экономикалық жақтарымен қатар, әлеуметтік қызметтері де зерттелу үстінде, ұлттық парктердегі тұрғындардың демалысы мен туризм мүмкіндігі кеңінен қарастырылуда. Ірі резерваттар мен ұлттық парктердегі демалыс адам өмірінің әдеттегі әлеуметтік-психологиялық ортасын сақтауға, еңбек өнімділігін арттыруға мүмкіндік беретіндігі тәжірибе жүзінде анықталып отыр. Мысалы, Жапонияның ірі машина жасау кәсіпорны еңбек өнімділігін көтеру және еңбекке деген құлшынысты арттыру мақсатында, жұмысшыларды

жұмыс басталардан бір сағат бұрын қала маңындағы паркке демалуға жібереді. Ерекше қорғалатын табиғи аумақтарды экономикалық бағалау сол аумақтың әлеуметтік-экономикалық және экологиялық маңызын көрсетеді. Ал Эколого-экономикалық шығындарсыз жүргізу барысында алы-

натын нәтижелер қорық аумағының кез келген қызметінің тиімділігін бағалауға мүмкіндік береді. Осы жағдайда қорықты құруға және ғылыми-зерттеу жұмыстарына кететін тұрақты шығындармен байланысты қорықтың табиғи қорының құны жыл сайын артып отырады.

5.3. Туристік-рекреациялық ресурстар ерекше қорғалатын табиғи аумақтардың даму факторы ретінде

Туризм – қоғам молшылығын көрсететін индикатор болып табылатын халық шаруашылық салаларының жоғары табыста дамитын бөлігі. Бүгінгі туристік индустрия – салалар мен кәсіпорындардан құралатын бос уақыт кезінде тұрғындарға демалу мен қыдыру, тынығу секілді қызмет көрсететін біртұтас шаруашылық кешен.

Туризмнің дамуы экономика, көлік, байланыс, құрылыс, ауыл шаруашылығы, халықтың тұтыну тауарларын өндіру секілді салаларға тұрақты түрде әсер етеді және мемлекет экономикасының жоспарлы бағыттарының бірі болып саналады.

Рекреация – адам баласының рухани және физикалық жағынан дамуын, оның қабілеттілігі мен сыртқы ортаға бейімделуін қалыптастыратын мотивациялық процесс. Адамдық күштермен жүзеге асырылған іс-әрекеттер «рекреациялық қызметтер» деп аталса, адамның демалуына, тынығуына жағдай жасайтын табиғаттың көркем жерлері, нысандар «туристік-рекреациялық ресурстар» деп аталады.

ЕҚТА-дың бағалылығы мен жарамдылығын анықтау мақсатымен туризмді дамытуда туристік-рекреациялық ресурстарды зерттеген қазақстандық ғалым, туризм саласын кеңінен зерттеуші С.А. Ердаулетов туристік-

рекреациялық ресурстарға келесідей сипаттама берген: «Туристік-рекреациялық ресурстар – қоршаған ортадағы адам үшін қажетті табиғи құбылыстар мен нысандардың өзара жиынтығы және туристік-экскурсиялық қызмет өндірісі үшін жарамды жерлер, танымдық, спорттық-сауықтыру және емдеу туризмі арқылы қажеттіліктерді қанағаттандыру». Сонымен бірге, аталған автор туристік-рекреациялық ресурстар терминін анықталған аумақтағы табиғи және антропогенді ландшафттардың үйлесімімен, технологиялық дәрежесіне сай қоғамдық қажеттілік пен туристік-экскурсиялық қызмет көрсетуде тікелей пайдалану мүмкіндігімен түсіндіреді.

Ресейлік ғалымдар Л.А. Багрова, Н.В. Багров, В.С. Преображенскийдің пікірінше, «табиғи-рекреациялық ресурстар – рекреациялық іс-әрекет үшін көптеген қасиеттерге ие табиғи құбылыстар, табиғи және табиғи-техникалық геожүйелер, сонымен қатар адам денсаулығын жақсартуға арналған және демалуын ұйымдастыру үшін белгілі бір уақыт аралығында қолданылатын нысандар».

Ал, біздің көзқарасымызша, *табиғи-рекреациялық ресурстар* – әлеуметтік жағынан, адам денсаулығын жақсартуға мүмкіндігі бар, экологиялық жағынан республиканың ерекше

құнды табиғи аумағын табиғи түрде сақтауға жұмылдыратын, экономикалық тұрғыдан республика бюджетіне қосымша табыс пен пайда алып келетін, халықтың өмірлік тұрмысын жақсартатын дауажайлық, танымдық, экскурсиялық мақсатта қолданылатын, ғылыми, эстетикалық, тарихи-кесенелік, рекреациялық маңызы бар, толық немесе жартылай шаруашылықтан босатылған бағалы жерлер.

Табиғи-рекреациялық ресурстарды экономикалық тұрғыдан бағалауда А.А. Минц аталмыш ресурстардың негізгі екі тобын бөліп қарастыруға мүмкіндік беретін табиғи көзқарасқа жүгінуді ұсынды. Бұл дауажайлық-шипажайлық емдеу және туризм мен демалудың табиғи ресурстары. Ерекшеліктері келесідей: туризм мен демалудың табиғи-рекреациялық кешені табиғи, экологиялық, әлеуметтік және экономикалық көрсеткіштердің жиынтығынан тұрады, оның ішінде адам сырқаттанғанда еңбекке деген қабілетінің жойылуына жол бермей, мемлекеттік әлеуметтік сақтандыруға, емханада емделуіне және т.б. жұмсалатын қаржыны үнемдеуге бағытталады. Осы жерде экономикалық бағалаудың өлшемі табиғи ресурстарды рекреациялық пайдаланудың әлеуметтік-экономикалық тиімділігі болса, оның көрсеткіші тиімділіктің ақшалай өлшемі болып табылады.

Сапалық көрсеткіштерге нысандар мен пейзаждардың тартымдылығы мен сұлу келбеті есептеледі. Бұл тәсіл рекреациялық ресурстарды бағалаушы құрал ретінде келесі әдістерге негізделеді:

– табиғи ресурстар құнын анықтау немесе ақшалай бағалау – оны игерумен, ұдайы өндірілуіне жұмсалатын шығынға тікелей байланысты деген қағидамен ұштастырылған шығындық әдістер. Бұл әдіс демалу-

шылардың көлік шығындарымен қоса қала маңындағы демалыс аймағын бағалауда да қолданылады. Демалыс орынына бару үшін туристер жол шығынын көтереді. Келушілердің шығыны бойынша рекреациялық ресурстарды бағалаудың бұл әдісінде келетін пайда ескерілмей, керісінше тек көліктік шығындардың өтелуі ғана ескеріледі;

– ренталық тәсілге негізделген әдістер. Демалыс пен туризм тұрғысынан, дауажайлық-шипажайлық емдеуді ренталық бағалау тек шырайлы жерлердің дифференциалдық рентасын анықтаумен шектеледі.

I дифференциалдық рентаның түзілуі рекреациялық аймақтардың, минералды сулар, емдік балшықтардың, бастау көздерінің табиғи құндылығының алуандылығымен, сұраныс аудандарындағы орналасу өзгешелігімен тікелей байланысты.

II дифференциалдық рентаның түзілуіне рекреациялық ресурстарды тұтыну ерекшеліктері кіреді. Мұнда бастапқы рөлді субъективтік факторлар мен адамдардың талғамы, машықтануы, тұтыну қажеттіліктері атқаратындықтан, инфрақұрылым мен емдеу, демалыс аймақтарындағы рекреациялық қызмет көрсету құралдарын жетілдіру рекреациядан түскен түсімнің артуымен анықталмайды. II дифференциалдық рента осы кезде саяжай шаруашылығына бөлінген күрделі қаржы көздері ретінде пайдаланылады.

Табиғи-рекреациялық ресурстардың экономикалық бағалау мәселелерін шешу, құндылығы мен маңызын бағалау, оның өлшемдерін дұрыс табуға тікелей байланысты. Туризм мен демалыс ресурстарын пайдаланудың тиімділігін анықтау үшін американдық ғалымдар көбіне «шығын-пайда» әдісін қолданады. Дегенмен, американ әдебиетінде рекреациялық ресурстар

құнын анықтайтын бірыңғай әдістер өзiрге жоқ, бiрақ қазiргi қолданылып жүрген әдiстердiң басым көпшiлiгiнде демалушылар тарапынан жұмсалған жалпы шығындар есебi негiзге алынғанымен де, бұл шығындар аталған рекреациялық аумақ құнына шағын есептеледi. Ал кей еңбектерде осындай шығындарды есептеген кезде барлық шығынды құрайтын демалыс орнына дейiнгi жол мен керi жолға жұмсалған шығындар ғана есептелеiнедi. Шығындардың жалпы жиынтығы тауарлар мен көрсетiлген қызмет бағасына белгiленген жоғарғы шығындардан құралады.

Ландшафттардың рекреациялық сыйымдылығына қатысты мәселелердi шешуде көбiне ғалымдар ландшафттарды салыстырмалы талдау үшiн балдық бағалау әдiсiне жүгiнедi, яғни бұл әдiс рекреациялық ресурстарды бағалауда табысты болып келедi. Балдық әдiс Қазақстанның әр түрлi аймақтарының табиғи (ландшафт, нысандары), әлеуметтiк, тұрмыстық қызмет көрсету жүйесi (қонақүй, мотел, пикник, кемпинг), экологиялық (табиғи орта тазалығын сақтау) және танымдық-мәдени орындары (музей, театр, т.б.) секiлдi параметрлер шегiнде бағалауға мүмкiндiк бередi.

Туристiк-рекреациялық ресурстардың кеңiнен дамуына мүмкiндiк беретiн маңызды сала – туризм. Соның iшiнде туризмнiң бiр саласы ретiнде экотуризм жөнiнде келесiдей анықтамалар берiлген:

Экологиялық туризм – экологиялық тұрақтылық принципiмен жүзеге асырылатын ағарту және экологиялық бiлiм беру бағдарламаларын жүргiзетiн табиғи-бағытталған туризм. *Экологиялық туризм* – экожүйе аймағына зиян тигiзбей, табиғи орта мен жергiлiктi мәдениеттi тереңiнен түсiну мақсатымен табиғи аумақта серуендеу.

Экологиялық туризм – қоршаған ортаға төменгi дәрежеде ықпал ететiн, этикалық нормаға сәйкес жабайы табиғатты тануға бағытталған табиғи туризмнiң экологиялық тұрақты формасы. Бұл форма ерекше қорғалатын табиғи аумақтарда дамиды және осы аумақты сақтауға қаржы алуға мүмкiндiк бар.

Экологиялық туризм – табиғатты қорғау мен дамытуға мүмкiндiк бередi, мұнда ұйымдастыру және басқару қызметтерiне сәйкес туристiк қызметтер мен биоалуандылық және жергiлiктi тұрғындар арасында тығыз байланыс орнайды.

Экотуризмнiң үш басты критерийi бар: туристердi тартатын табиғат байлығы (флорасы мен фаунасы, геологиялық ерекшелiктерi); туристер мен басқа да демалушылар үшiн табиғи аймақтың физикалық және мәдени ортасына керi әсерiн тигiзбей, сол аумақты тереңнен зерттеуге мүмкiндiк бередi. Экотуризм жергiлiктi тұрғындар үшiн қолайлы және олардың әлеуметтiк өмiрiн көтеруге атсалысады.

Табиғатты қорғаудың халықаралық Одағы экотуризмге келесiдей түсiнiк бередi: «экотуризм – табиғат кешенiне зиян әкелмейтiн табиғаттағы рекреация мен туризмнiң кез келген түрлерi, ол табиғатты қорғауға және жергiлiктi тұрғындардың жағдайын жақсартуға әсер етедi».

Жоғарыда берiлген анықтамаларды толықтыра келiп, экотуризмдi «табиғатпен қарым-қатынасты жақсартуды және табиғатпен мәдениетке терiс әсерлердi болдырмай, табиғатты қорғау мен әлеуметтiк-экономикалық дамуға жол ашады» деп көрсетуге болады. Осы жағдайда экотуризм қорғалатын аумақтардың тұрақты дамуының факторы болып саналады. Жоғарыда көрiп отырғанымыздай, барлық анықтамаларда да экотуризм бiр

мақсатқа бағытталған (экологиялық білім беру және табиғи ортаға теріс ықпалдарды болдырмау мен әлеуметтік-экономикалық даму). Басқаша сөзбен айтқанда, «экотуризм – тұрақты және табиғи-бағытталған туризм мен рекреация». Туризмдегі тұрақтылық экологиялық, әлеуметтік-мәдени, экономикалық жақтармен түсіндіріледі. Сондықтан да экотуризмнің ерекшелігі ол адамның табиғатпен дұрыс қарым-қатынаста болуын қамтамасыз етеді және экологияға, мәдениетпен эстетикаға теріс салдардың алдын алады, туристік әлеуеттің табиғат игілігі және қоғамның әлеуметтік-экономикалық дамуы үшін қызмет етуіне мүмкіндік береді.

ЕҚТА-да туризмнен (экотуризм) алынатын экономикалық тиімдерді бағалау жөнінде еңбектер өте аз.

Бұл, әрине, экотуризм жайындағы жинақталған мәліметтердің жоқтығымен түсіндіріледі. Бұл мәселені шешу үшін мынадай туристік статистиканы пайдалану ұсынылады: табиғи ортамен байланысты туризм бойынша аймақтық зерттеулерді жүргізу; экотуризмді бағалау бойынша барлық мәліметтерді жинақтау; әлемдік туристік ұйымға (ӘТҰ) осы жұмыстарды ұсыну.

ӘТҰ-дағы экотуризмнің жақын масштабын анықтау үшін келесідей қорытынды жасалды: экотуризм халықаралық туризмнің 40-60%-ын құрайды; жабайы табиғатпен байланысты, туризм халықаралық туризмнің 20-40%-ын құрайды.

ЕҚТА саласында экотуризмді дұрыс ұйымдастырып, дамыту нәтижесінде ол маңызды бизнес көзіне айналады.

БАҚЫЛАУ СҰРАҚТАРЫ

1. Ерекше қорғалатын табиғи аймақтарға қандай нысандар кіреді?
2. Қазақстанда қанша ЕҚТА тіркелген?
3. ЕҚТА-дың туризм саласы үшін маңызы қандай?
4. Қазақстан қорықтарына қысқаша сипаттама беріңіз.
5. Ұлттық парктерге сипаттама беріңіз.
6. Табиғи-рекреациялық ресурстардың ЕҚТА-ды дамытудағы рөлі қандай?
7. Экологиялық туризм дегеніміз не?

6-тарау. Емдік-сауықтыру демалыс орындарындағы қызмет көрсету

6.1. Санаторий-курорттық демалыс орындарына сипаттама

Демалыс – адамның өз аймағында немесе одан тыс жерде күшін қалыпқа келтіруге бағытталған қандай да бір қызмет. Рекреация түсінігі «демалыс» түсінігімен байланысты. «Демалыс» адамның қандай да бір қызметі болмасын физиологиялық қажеттілігін (саяхаттау, хобби, балық аулау, емделу және т.б.) қанағаттандыруға бағытталған.

Адамның өзінің қызмет сипатына, жеке қызығушылығына, мүмкіндігіне қарай мазмұны бойынша демалыс түрін таңдайды. Берілген көзқарасқа қарай адам демалысын келесі қызметтерге бөлуге болады:

- физикалық жүктемеге байланысты қызмет (дене шынықтыру, серуендеу, туризм, альпинизм);
- зияткерлік қызмет (кітап оқу, өз бетімен білім алу);
- өнер әлемімен танысу,
- өз қызығушылығына қарай;
- саяхаттау және экскурсия;
- демалыс уақытында емделу.

Демалыс түрі әр түрлі болуы мүмкін. Оған ең алдымен керекті және негізгі форма – ұйқы. Адамның жасына және ерекшелігіне қарай ұйқыны аз немесе көп мөлшерде керек етеді. Демалыс спорт, көңіл көтеру, емделу, сауықтыру және тағы да басқа қызметтер түрін қамтиды. Бұл дема-

лысқа байланысты қызметтер түрлерін есептеу шексіз. Бірақ бұл демалыс түрлерін үш топқа бөлуге болады:

1) Медициналық-биологиялық қызмет – санаторий-курорт емі, сауықтыру. Туризм арқылы сауықтыру адамның өндірісті және өндірісті емесе психологиялық қажығандығының проблемасын шешеді;

2) Әлеуметтік-мәдени қызмет – бұл демалыстың алдыңғы қатарлы қызметі. Мәдени немесе рухани қажеттілік – ол қоршаған әлемді тану. Туризм адам үшін өз елінің және бар әлем үшін табиғи, мәдени, тарихи және әлеуметтік құндылықтарды тануға мүмкіндік береді.

3) Экономикалық қызмет ол өндірістің кең өрлеуі үшін жұмыс күшін сақтап қалады. Демалыс адамның еңбекке деген талабын сақтап, жұмыс қабілеттілігін арттырады.

Сондай-ақ, бос уақытты «рекреациялық уақытпен» шатастыруға болмайды. Рекреациялық уақыт адамның іс-әрекетінің рекреациялық қызметін жүзеге асырады (өндірістің кең өрлеуі үшін жұмыс күшін қалыпқа келтіреді).

Рекреациялық уақыттың анықталған құрылымы келесі түрлерден тұрады:

- Инклюзивті – еңбек және тұрмыстық қызметіндегі демалыс;

• Күнделікті – рекреациялық қызметтің әрдайымдылығы: таңғы шынығу, серуендеу, спорт ойыны, шомылу, кітап оқу;

• Апталық (уик-энд) – аптаның соңында қала сыртына, саяжайға барып демалу;

• Демалыс (отпуск) – жұмыс жылының соңындағы демалыс;

Анықталып көрсетілген рекреациялық демалыс индивидтің жай және кең функцияларын орындайды. Инклюзивті уақыт адамның жай компенсаторлы күшін қалыпқа келтіреді. Күнделікті уақыт компенсаторлы-кеңейген түрде күшті қалыпқа келтіреді. Уик-энд демалысы кеңейген-компенсаторлы түрде күшті қалыпқа келтіреді. Демалыс үзілісі мүлдем кеңейген түрде күшті қалыпқа келтіреді. Жалпы адам өміріндегі демалыс уақытына зейнет уақытына дейін 40,1 мың сағат бөледі екен, үлесі 80 %-ды көрсетеді. Зейнетке шыққаннан кейін қалған демалыс үзілісі 100 %-ға жетеді.

Демалыс туризмі өткен ғасырдың 30-жылдарынан бастап дамыды. Демалыс туризмінде туристер үшін әр түрлі дәрежедегі 40-қа жуық бағыт бар. Аталмыш аумақта туризм мен демалыс аймақтары 50-жылдары құрыла бастады. Олардың қатарында: «Алматасан», «Айнабұлақ», «Самал», «Пищевик» демалыс үйлері, «Синегорье», «Алатау», «Ойжайлау», «Манкент» балалар туристік базасы, сонымен қатар 20-дан астам демалыс лагерьлері, ондаған альпинистер үйлері, тау шаңғы үйлері мен базалары жатады. 80-жылдардың аяғында 114 демалыс нысандары жұмыс жасады.

Табиғи ем русурстары, курорт және ем-сауықтандыру орындары туралы келесі курортология терминдеріне түсініктеме беруге болады:

– табиғи ем русурстары – минералды сулар, ем балшықтары, ем клима-

ты, көлдер, демалысты ұйымдастыруға және ауру-сырқауларды алдын алуға қолданатын табиғи жағдайлар мен нысандар. Көп жылғы зерттеуден өткен тәжірибе негізінде табиғи объектілер мен жағдайлардың ем қасиетін, денсаулық сақтау мекемелері ем проблемаларын бекітіп жүзеге асырады;

– курорттық іс – табиғи ем ресурстарын қолдану негізінде ауру сырқауларды алдын алуға және емдеуге ұйымдастырылған ғылыми-тәжірибелік қызметтің жиынтығы;

– табиғи ем ресурстарын қолдану және өңдеудің технологиялық схемасы – табиғи ем ресурстарын қолдануға, ем қасиетін табу көлемі мен әдісінің, эксплуатациялау кезінде емдік қасиетін сақтап қалуды және жақсартуды қарастыратын жобалық құжат;

– табиғи ем ресурстарын қолданушылар – лицензия негізінде табиғи ем ресурстарын қолданатын және жүзеге асыратын, заңды құқығы бар тұлғалар;

– емдеу-сауықтандыру орындары – ауру-сырқауларды емдеуді ұйымдастыратын және алдын алатын табиғи ем ресурстарымен бай территория;

– курорт – табиғи ем ресурстары бар және эксплуатациялауға қажетті ғимараттар мен құрылыстары бар, сонымен қатар барлық инфрақұрылымы бар нысандарын емдік-профилактикалық мақсатта қолданатын ерекше қорғалатын табиғи территория;

– мемлекеттік мағынадағы курорт – мемлекеттік органдарының билігіндегі берілген тәртіп бойынша олардың қараудағы емдік-профилактикалық мақсатта қолданылатын ерекше қорғалатын табиғи территория;

– аймақтық мағынадағы курорт – Қазақстан Республикасының субъектілері мемлекеттік органдар билігіндегі берілген тәртіп бойынша олардың қараудағы емдік-профилактикалық мақ-

сатта қолданылатын ерекше қорғалатын табиғи территория;

– жергілікті мағынадағы курорт – жергілікті басқару органдарының қарауындағы емдік-профилактикалық мақсатта қолданылатын ерекше қорғалатын табиғи территория;

– курортты аймақ – санитарлы (тау-санитарлы) күзеттегі бірлескен курорттар территориясы;

– санитарлы күзет округі – емдеу-сауықтандыру орындарының ластануынан және алдын ала мезгілсіз тозуынан, оның табиғи ем ресурстарын сақтап және қорғауды қамтамасыз ететін, шаруашылық жасау режиміндегі заңға сәйкес ерекше қорғалатын табиғи территория. Емдеу-сауықтандыру орындары мен курорттардағы ем ресурстарына жататын минералды сулар мен ем балшықтарын қорғауға арнайы округті тау-санитарлы күзет қойылады. Басқа жағдайларда санитарлы күзет округін қояды. Санитарлы күзет округінің сыртқы контуры болып табылатындар курорт аймақтары, курорт және емдеу-сауықтандыру орындары;

Қазақстан Республикасының курорттар қоры – емдеу-сауықтандыру орындарының, табиғи ем ресурстарының, курорттар мен курортты аймақтар жиынтығы. Курорт қорын мемлекет есебін және емдеу-сауықтандыру орнының және курорттардың мемлекеттік реестрін Қазақстан Республикасының үкіметі жүргізеді.

Осы түсініктерден бөлек, рекреациялық географияда курортты зоналар мен курортты агломерацияларға анықтама берілді:

– курортты зоналар – жалпы курорттық шаруашылықтар бірлескен, сауықтандыру орындарының жоғары концентрацияланған курорттық аймақ; Бірлескен зоналар (шаруашылық, тұрғынды және көңіл көтеру), жалпы көліктік торап, жалпы курортты сая-

бақтар мен жалпы курорттық медициналық нысандар: су және балшық емі, су галерейлер, курорт емханасы, терренкуралар мөлшерленген жаяу журу маршруты) және т.б.;

– курортты агломерация – курортты зоналардың жоғары даму сатысы, жалпы курорттар байланысы біріккен, ірі курорт ауылдары немесе курорт қалашығы түріндегі құрылған курорттағы комплекстер.

Физикалық-географиялық және геологиялық жағдайлармен түрлі емдік минералды сулардың және балшықтардың құрамы анықталып, емдік қасиеті табылған және де жайлы климаттық аймақтар анықталған.

Курорттар емдік сипаттамасына байланысты үш топқа бөлінеді:

- бальнеологиялық;
- балшықтық;
- климаттық.

Бальнеологиялық курорттардағы негізгі емдеу құралдары – ваннада, ішуде, ингаляциялануда, ішкі органдарды тазалауда, асқазан және ішектерді тазалауда, бассейнде жүзуде қолданылатын минералды сулар. Жай судан бұл минералды сулардың ерекшелігі – ионды құрамы, температурасы, биологиялық активті газдары (көмірқышқыл, азот), радиоактивті элементтері, биологиялық активті микроэлементтері (бром, йод, мышьяк, темір, кремний қышқылы және т.б.).

Екінші топтағы балшық курорттарында негізгі ем факторы балшық болып табылады. Емдік балшықтар – табиғи пайда болған жаңа геологиялық құбылыс. Бұл балшықтың құрамында түрлі көлемде су, органикалық және минералды заттар бар, бұл балшықтарды қыздырып ем мақсатында қолданады.

Балшық емінің халықаралық аталуы – пелоидттер (грек тілінен аударғанда – ил, балшық). Емдік балшықтың

түрлеріне қарамастан, олардың сырт пішіні, құрамы, қасиеті пайда болуы жалпы ұқсас, бірақ геологиялық пайда болуынан олардың қасиеті әр түрлі. Оларға жататындар, жылылық қасиеті, массасының біркелкілігі және т.б.

Климаттық курорттарда (үшінші топ) негізгі емге алатыны – ол климат. Оның құрамына жататындар – географиялық ендік, теңіз және мұхиттан алыстығы немесе жақындығы, денгейінен биіктігі, жергілікті рельеф, өсімдіктер байлығы. Мұндай климаттық курорттарды былай айырады: теңіз жағалаулы, таулы, тегістіктегі, орманды.

Климаттық курорттарда күн және ауа ванналар, теңізге және көлге шомылу, дозаланған қыдыру, ауада ұйықтау сияқты шаралар жасалады. Бұл жерде туберкулезді емес тыныс аурулары, жүйке аурулары емделеді.

Жоғарыда айтып кеткендей, демалысқа байланысты қызмет түрлерін

үш топқа бөлуге болады. Осы демалыс қызметтерінің топтары бір-бірімен тығыз байланыста десек те болады.

Медициналық-биологиялық қызметті алатын болсақ, ол адамдардың денсаулығын жақсартуға, реабилитациялауға, салауатты өмір салтын сақтап қалуға, психологиялық жағдайын қалыпқа келтіруге қызмет жасайды. Сонымен қатар, адам ем демалысын таңдағанда, тек медициналық факторларды ғана талап етпейді, адамға қосымша әлеуметтік-мәдени қызмет қажет. Себебі, емделу уақытында, адам көңіл күйін көтергісі келеді, шынығуға спорттық қызметтерді сұрайды, табиғатпен танысқысы келеді және т.б. анимациялық қызметтерді сұрайды. Осы екі топтың қызметімен қанағаттандырылғаннан кейін, адам экономикалық қызметінің әсерін алады, адам ағзасы сауығады және жұмыс қабілеттілігі арттырылады.

6.2. Демалыс орындарының рекреациялық маңыздылығы мен ерекшелігі

Рекреация дегеніміз – адамның физикалық, интеллектуалдық және эмоционалдық күшінің кеңейген ұдайы өндірісі.

Рекреациялық ресурстар – бұл халықтың демалысы мен туризмін ұйымдастыру мақсатында пайдалануға болатын табиғи және антропогендік нысандар мен құбылыстардың жиынтығы. Негізінен ол туристік-рекреациялық қызметті «дамыту факторлары мен жағдайлары» түсігіне сәйкес келеді. Табиғи-рекреациялық ресурстар туристік индустрия қызметтерін аумақтық ұйымдастыруға, туристік аудандар мен орталықтар құруға, олардың мамандануына және экономикалық тиімділігіне әсерін тигізеді.

Әлеуметтік-экономикалық рекреациялық ресурстарға қарағанда, табиғи рекреациялық ресурстардың бағалануы кеңінен таралған және оның үш тәжірибелік классикалық үлгісі белгілі. Бұл:

- 1) медициналық – биологиялық;
- 2) психологиялық – эстетикалық;
- 3) технологиялық.

Демалысты ұйымдастыру үшін қоршаған ортаның жайлылық дәрежесі мен табиғи факторлардың адам организмине әсері медициналық-биологиялық немесе физиологиялық үлгімен анықталады. Медициналық-биологиялық бағалау кезінде жергілікті жердің климаттық жағдайларына айрықша назар аударылады. Дема-

лушыларға табиғи ортаның эмоционалды әсер ету сипаты, табиғи және әлеуметтік-экономикалық аттрактивтілік психологиялық-эстетикалық бағалау үлгісі жағдайында талданады. Бағалаудың технологиялық үлгісі жағдайында туризмнің алуан түрлерін ұйымдастыру үшін ресурстардың жарамдылығы мен аумақтарды туристік қызмет индустриясының нысандарының құрылысын салу арқылы игеру мүмкіндіктері анықталады. Табиғи-рекреациялық ресурстар кешенді сипатқа ие, сондықтан да соның көмегімен ресурстардың интегралдық құнын және оларды тиімді пайдалану формаларын анықтауға болатын бағалаудың барлық үш үлгісін де жүргізу талап етіледі.

Барлық рекреациялық істердің ішінде адам денсаулығын қалпына келтірумен санаторий-курорттық индустрия айналысады. Бұл санаторий-курорттық индустрия ландшафтты-климатикалық ресурстар мен емдік гидроминералдарды қолдануда негізделеді.

Курорттың ерекшелігі оның бірнеше қызметтеріне байланыстырылады:

- халықты сауықтыру;
- ауруларды реабилитациялау;
- әкімшілік-бос уақыт қызметі.

Халықты сауықтыру профилактикасы санаторий-курорттық тәжірибеде екі ізгі түрін қолданумен жүзеге асырады:

- кешкі уақытта санаторий-профилакторияларда күнделікті емді қабылдаумен адамның физикалық күшін қалыптастыру;

- демалыс мезгілінде санаторий процесте денсаулық пен физикалық күшті қалыпқа келтіру.

Адамның физикалық және психологиялық денсаулығының профилактикасы табиғи ем ресурстарын қолдану негізінде курорттарда қалыпқа келтіріледі. Курорттар денсаулықты

нығайтуға және сақтауға, сонымен қатар аурулардың пайда болуын ескертуіне мүмкіндік береді.

Курорттық ем тәжірибесінде үлкен орын алатын, ол ауыр халдегі ауруды (инфаркт миокард, қан жолдарының операциялық реконструкциялары, жүйке жүйесінің патологиясы, сүйеніш-қозғалтқыш аппараттары және т.б.) басынан кешкен адамның реабилитациялануы өмірге деген құлшынысын қайтаруға мүмкіндік береді, адамды еңбек қызметіне қайтаруға мүмкіндігін сақтайды.

Курорттық ем халықты аурудан сақтауға және ауру санын төмендетуге күресетін қазіргі заманғы медицинаның негізгі элементі болып табылады, мүгедектіктен сақтауға, еңбек ресурстарын сақтауға және ұдайы өндірісіне үлес қосады.

Курорт уақытысындағы емдеу нәтижесінде аурудан кейін еңбекке жарамсыз адамдар 2-3 есе қысқартылады, еңбек өндірісі бірден өседі. Санаторий-курорт ісінің негізгі әлеуметтік мақсатын осыдан көруге болады.

Соңғы жылдары әлем бойынша адамның денсаулық жағдайына көңіл бөлу басты орынға шықты. Осыдан да спортпен айналысуға курорттарда зор маңыз беріп, оған қолайлы жағдай жасалында. Сауықтыру орындарында спорт кешені құрылған: тренажер залдары, спорт алаңы, теннис корттары, бассейндер, спорт құрал-жабдықтар пункттері.

Бірақ курорттағы демалыстар тек медициналық мақсатты көздемейді, сонымен қатар демалушылардың эмоционалды және рухани қажеттіліктерін қанағаттандыруға түрлі анимациялық циклдегі көңіл көтеру бағдарламасын ұсынады.

Рекреациялық бағдарламаларды дайындау кезінде туроператорлар «үздіксіз бағдарлауды» ескере отырып,

қарапайым рекреациялық шұғылдануларды мақсатты, қосымша және қосалқы түрлеріне бөледі. Мысалға, экскурсиялар тану қызметі рекреация үшін мақсатты болса, сауықтыру үшін – қосымша және емдеуге – қосалқы.

Демалыс бағдарламасын жасауға негіз болатын қарапайым рекреациялық шұғылданулардың түрлерін, осы рекреациялық шұғылданулар циклдерінің қарастарылуын төмендегі кестемен келтіреміз.

6.1-кесте

Қарапайым рекреациялық шұғылданулардың түрлері

Индекс	Рекреациялық қызмет түрлерінің атаулары	Қарапайым рекреациялық шұғылданулардың көріністері
1	Климатпен емдеу	Инсоляция, ауа ваннасы, таза ауадағы ұйқы, терренкур
2	Бальнеологиялық	Минералды суды іштей және сырттай қолдану, сазбен емдеу
3	Бөлмедегі қозғалыспен байланысты ойындар	Билер, аттракциондар, жалпы дене шынықтыру дайындығы
4	Су процедуралары	Бассейнде шомылу, душ, ванналар
5	Аз қозғалыспен байланысты	Бильярд, тыныш аттракциондар
6	Қозғалыспен суда шұғылдану	Жүзу, су шаңғысы, су велосипеді, парусты спорт және т.с.с.
7	Балық аулау, аңға шығу	Балық, аң аулау
8	Бөлмедегі пассивті шұғылданулар	Кітап оқу, теледидар көру, әңгімелесу, пассивті ойындар, дәрістер, театр, коллекция жасау және т.с.с.
9	Спортты туризм	Жаяу жүру, велосипедті туризмі, альпинизм, т.с.с.
10	Экскурсиялар	Жаяу жүріс, автобусты экскурсиялар
11	Спортты ойындар мен жаттығулар	Волейбол, суға жүзу, хоккей және басқа спортты ойындар
12	Ашық аспан астындағы әуесқойлық шұғылданулар	Бау-бақша отырғызу, гербарий жасау, т.б.
13	Таза ауада жүріп демалу	Орманда демалу, саңырауқұлақтар мен жеміс-жидектерді жинау және т.с.с.

Кеңес үкіметі кезеңінде курортта би кештері, кинофильмдер көру, белгілі мәдени қызметкерлермен кездестіру, табиғи және тарихи назар аударарлық жерлерге экскурсиялар ұйымдастырылатын еді. Қазіргі уақытта курорттарда анимациялық қызметке қызығушылық төмендеген жоқ, керісінше, өте қажетті маңызды орынды алады. Курорттарда демалыс орынды таңдағанда, адамдар тек медицина-

лық факторларды есепке алмайды, сонымен қатар анимациялық және спорттық қызметтерге сұраныс жасайды. Осы сұраныстар қазіргі заманғы курорттарды медициналық базаларын күшейтумен қатар демалушылардың бос уақытына көп көңіл бөлуге жетелейді.

Халықтың рекреациялық қажеттіліктерінің өзгеруіне және курорттарда демалыс сапасының сұранысы артуына байланысты санаторий-курорттық

іс курорттық рекреациялық жүйеге айналды, негізгі мақсаты адам денсаулығын, санасын және өмірін ұзартуын нығайту болды.

Курорттық-рекреациялық жүйенің негізі бір-бірімен тығыз байланыстағы қызметтер болып табылады. Атап айтқанда:

- денсаулығын жақсарту (санаторий-курорттық емдеу);
- реабилитациялау;
- превентивті-валеологиялық (салауатты-өмір салтының профилакториясы);
- рекреациялық-анимациялық.

Курорттық-рекреациялық жүйенің әр қызметін кешенді қолдану ерекше технологияларды талап етеді. Емдеу процесінде табиғи ем факторлары мен дәстүрлі емес әдістерге басымдылық беріледі, ал рекреациялық қызметтерде қоғамның рухани денсаулығын және өнегелілігін көтеретін сабақ айналымына беріледі.

Рекреология негізінен белгілі курорттық-рекреациялық жүйе түрлерінің бірі болып табылады, бұл үш супер жүйенің қарым-қатынас нәтижесінен пайда болған: қоғам, табиғат және өнеркәсіп өндірісі.

Ол бұрыннан да әлеуметтік-экономикалық саланың бөлігі болған, қазіргі уақытта Кеңес Одағының курортынан Қазақстан курорты қызметтерінің айырмашылығы, ол экономикалық аспектілерінің табандылықпен көрінуі.

Жаңа әлеуметтік-экономикалық жағдайдың дамуы курорттық қызметте коммерциалану қаупін тудырды, ол бір жағынан толық емдеуге қажет арзан медициналық қызметтерді қолдануға әкелсе, басқа жағынан курортология саласындағы ғылыми-зерттеу жұмысының қысқарылуына алып келеді.

Қазіргі уақытта табиғи емдеу ресурстарының эксплуатациясына бақылау жүйесі бұзылған, сол үшін

кейбір курорттар минералды су көздерін рационалды қолдануға бақылау қызметін ұйымдастыруға мәжбүр болды. Минералды суларды сақтау мен зерттеу, емдік қасиеті бар жерлердің болашақтағы мүмкіндігі зор бөлімшелерін анықтау әрі оларды жаңа технологиялық әдіспен өңдеп және игеру жұмысы қысқартылған. Курорттық рекреациялық жүйені рекреациялық табиғи қолдану саласы ретінде, сол сияқты әлеуметтік саяси саласындағы және денсаулықты сауықтыру демалыс орындары ретінде курорттық рекреациялық жүйе қызметтеріне мемлекеттік реттеу талап етіледі.

Мамандардың пікірі бойынша, мемлекет шеңберінде демалыс қызметін ұйымдастыруға қатысты денсаулықты қалыпқа келтірудегі санаторий-курорт индустриясын игеру жұмысы, сол аймақтың табиғи және мәдени-тарихи әлеуетін, сондай-ақ бағыттық саяхаттарды ұйымдастыру мүмкіндіктерін, негізгі материалдық-техникалық базаның және еңбек ресурстармен қамтамасыздық дәрежесін ескере отырып, белгілі бір жалғастықта жүргізілуі тиіс.

Өндірістің даму дәрежесі мен туристік-рекреациялық ресурстарды пайдалану нәтижелігі санаторий-курорт индустриясының қызмет тиімділігін айқындайды. Бұл бағытта рекреациялық ресурстарды дұрыс бөлу мен игеру, олардың әлеуеттік мүмкіндіктерін арттыру және демалушылардың қажеттіліктерін қанағаттандару мәселелерін шешудің маңыздылығы ерекше.

Қазақстанның санаторий-курорт индустриясы республика аумағында жыл бойғы демалыс қызметі үшін сыйымдылық пен қолайлылық дәрежесі, тағайындалу қызметі әр түрлі 80 негізгі ландшафтық-рекреациялық аймақтар бөлінгендігіне қарамастан, рекреациялық ресурстарды жете пай-

даланбау жағдайларымен бетпелі келуде. Бұл кейбір бағыттардың екінші бір бағыттарға қарағанда аса қызығушылық тудыратындығымен түсіндіріледі. Сонымен бірге, демалыс аясын дамыту тиімділігінің төмендігі, елде, тұтастай түрде алғанда, ресурстық әлеуетті игеру стратегиясының болмауымен түсіндіріледі.

Қазіргі уақытта қандай да бір аумақтарда рекреациялық ресурстарды игерудің қол жеткізген деңгейі туралы логикалық байланысты мәліметтерге деген қажеттілік өсіп отыр. Бұл мәліметтерді белгілі аумақтарда туристік-рекреациялық ресурстарды игерудегі қол жеткізген деңгейдің жағымды жақтарын айқындау негізгі мақсаты болып саналатын сипаттамалар беру нәтижесінде алуға болады. Соның көмегімен кеңістіктік орналастырудың аймақтық ерекшеліктері мен рекреациялық ресурстардың алуан түрлерінің үйлесімі анықталады.

Әр түрлі зерттеушілер аумақтардың туристік игерілу деңгейін анықтауға әр түрлі тұрғыдан келеді. Зерттеушілердің бірі алаң бірлігіне ішкі жалпы өнім өндіру арқылы көрінген шаруашылық қызметінің тығыздығын есептеп шығырады, негізгі қорлар құны түрінде көрсетілген, аумақтағы жинақталған материалдық-техникалық байлықты өлшейді. Зерттеушілердің өнді бірі жалпы өнімнің тығыздық көрсеткіштерінің, негізгі қорлардың және өндірісте жұмыс істейтіндер санының жиынтығын алады.

Қазақстанның бай минералдық су көздері және шипалық сазды жерлері бір-бірімен үйлестікте адамның физиологиялық жағдайына әсер ететін және көптеген сырқат түрлерін емдеуге көмектесетін климаттық факторлар кешенін құрайды. Дегенмен де, республика аумағында анықталған 120-дан аса сазбен емдеу қорының тек 10 %-ына

жуығы ғана сауықтыру мақсатында пайдаланылады. Минералды сулардың емдік қасиеті туралы деректер өте ерте кездерден белгілі. Қазақстанда 500-ден аса минералды су көздері бар. Минералды сулар базасында курорттар мен бальнеологиялық емдеу жүйелері келушілерге қызмет көрсетеді. Туристік инфрақұрылымдардың дамуынан минералды сулардың көптеген орындары әлі де зерттелмеген қалпында қалуда. Мысалға, минералды сулардың сульфидтік, йодтық, бромдық, радондық, темір, кремний бальнеологиялық топтарының ішінен радондық және кремний минералдық сулары ғана пайдаланылады. «Жабайы курорттар» олардың көпшілігіне тән болып саналады.

Қолайлы табиғи-климаттық жағдай, минералдық көздердегі сулардың химиялық құрамы, ауданда халықтың тығыз қоныстануы, табиғат көркінің алуандығы сол жерлерге санаторий мен курорттар құрылысын салуға негіз болуы мүмкін.

Алғашқылардың бірі болып Ж.С. Садықов келесідей минералды су орындарын игеру үшін ұсынды. Минералды су орындарын игеруді қажет ететін аймақтарды кестеден көруге болады. Жоғарыда атап өткен емдік минералды су орындары бальнеологияда кеңінен қолданыс табуы мүмкін. Жерасты минералды су орындары негізінде (Горняк, Зеренді, Темірсу, Жосалы, Арасан, Манкент, Сарыағаш және т.б.) бүгінгі күнге 25 бальнеологиялық кәсіпорындар жұмыс істейді.

Қоршаған ортаны қорғау мен жақсарту, жаңа жұмыс орындарын құру, жер-жерлерде халықтың қол өнері мен дәстүрлерін жаңғыртуды ескере, Жібек жолы аймағын әлеуметтік-экономикалық дамытудың ұзақ мерзімдік іс-қимыл жоспарлары қамтылды.

Жібек жолы бойындағы аймақтардың қазіргі заманғы туристік қызмет индустриясын дамыту үшін қажетті табиғи-рекреациялық ресурстармен, тарихи және археологиялық ескерткіштермен қамтамасыз етілгендігін, осы сала мамандарымен жүргізілген зерттеу нәтижелері көрсетіп берді (бұған біздің өзіміздің де көзіміз жетті). Яғни, мұнда демалыспен қоса спортпен айналысуға; демалыс пен бальнеологиялық ем алуды үйлестіруге; мәдени ескерткіштер, археологиялық қазбалармен, табиғатпен танысуға; жергілікті тұрғындар өткізетін шараларға қатысу, жергілікті халықтың тұрмысы және өнерімен танысу; жаңа рухани-эстетикалық әсерлер алумен үйлестіре экзотикалық элементтермен саяхат жасау, флора және фаунамен танысу, экологиялық таза аймақтарды аралауға мүмкіндік беретін туристік-рекреациялық қызметті ұйымдастыруға болады. Сол себепті жоғары таулы спорт аймақтарымен, ландшафтық-климаттық және бальнеологиялық курорттармен, тарихи, археологиялық ескерткіштермен, альпинизм мен тауға шығу мүмкіндігімен, жаяу және ат туризмі аймақтарымен, қорықтарымен ерекшеленетін Солтүстік Жоңғар, Талдықорған-Жаркент, Солтүстік Тянь-Шань, Іле секілді туристік-рекреациялық аудандарды атап өтуімізге болады.

Туристік индустрияның ресурстық әлеуетін дамыту, сөзсіз, мәдени ескерткіштерді көрсетуге дайындау мақсатында, үлкен көлемде капитал жұмсаумен байланысты болатыны түсінікті. Түркістан, Мерке, Тараз және Шымкент туристік-рекреациялық аудандары көп капитал жұмсайтын шараларды жүзеге асыруды қажетсінеді, өйткені мәдени танымдық қызығушылығын туғызатын (мұражайлар, көрмелер, экскурсиялық көрсетімдер), қомақты ма-

ңызға ие ескерткіштер, қанағаттанарлықсыз немесе апаттық жағдайларда.

Оңтүстік Қазақстан аудандарындағы инфрақұрылымның, экономиканың дамуы, көрікті орындар, Сырдария, Іле, Шу, Шарын, Сарысу өзендері аймағындағы су ресурстары, флора мен фаунаның тартымдылығы туристік-рекреациялық қызметтің барлық түрін дерлік дамыту үшін мүмкіндіктер береді. Бірақ та шамадан тыс және дұрыс пайдаланбау нәтижесінде, қазіргі уақытта, аса құнды орман алқаптарының маңызды бөліктері құртылып жіберілген. Сонымен қатар, Оңтүстік Қазақстандағы альпинизмді, спорттық және танымдық туризмді дамытуға әсерін тигізетін таулы массивтер (мұздақтар, шығуы қиын тау шыңдары, таудағы өзендер және т.б.) туристік қызмет пен демалысты дамыту туралы сөз болған кезде назардан тыс қалуы тиіс емес.

Батыс Қазақстандағы спорттық, аң және балық аулайтын объектілері, Солтүстік Қазақстан аймағындағы республиканың негізгі табиғи ресурстары (Баянауыл, Көкшетау таулы массивтері мен көлдері) бұл жерлерде туристік қызметті дамыту маңыздылығын арттырады.

Минералды сулардың қоры мен аймақтың климаттық жағдайы осы ресурсқа негізделген мекемелер құруға алғышарттар жасайды. Ауданда ауыл шаруашылығын дамыту, өз кезегінде туристерді тамақ өнімдерімен қамтамасыз етуді ұйымдастыруға ықпал етеді.

Орталық Қазақстан климатының құрғақтығына қарамастан (жердің үстіңгі қабатындағы сулармен аз қаматамасыз етілгендігімен байланысты), жеке-леген жерлерде халықтың демалысы мен туристік қызметті ұйымдастыру-

ға болады. Орталық Қазақстанның орталық және оңтүстік аз қоныстанған аудандары кәсіпшілік аң аулау объектілеріне өте бай.

Минералды су көздері орындарының болуы, асқазан, жүйке және жүрек-қан тамырлары жүйесі органдары ауруларын емдеуге бағдарланған бальнеологиялық мекемелер құрудың мүмкіндіктерін туғызады.

Республикадағы орман қорының 60%-ын шоғырландырған, өзендер және көптеген табиғаты көрікті тұщы көлдер, жануарлар дүниесі (түлкі, сайғақ және т.б.), әр түрлі үлгідегі минералды су көздеріне бай Шығыс Қазақстан туристік қызметті қалыптастырудың орталығы бола алады. Мұндағы қарлы қыс тау шаңғысы туризмін дамытудың негізін қалайды.

Республика аумағының 44%-ын бос жерлер алып жатқандығына, құрғақ ыстық жаз айлары мен суық, қары аз түсетін қыс айлары бар қатал климатымен ерекшеленетіндігіне қарамастан, мұндағы табиғаттың қызықты құбылыстарын да атамай кетпеуге болмайды. Ол – Шығыс және Оңтүстік (Батыс Қазақстан) таулардағы өзендер. Қазақстандағы ең ірі тау көлдерінің бірі Оңтүстік Алтайда орналасқан – Марқакөл. Бұл жердегі барлық жағ-

дайлар таулы курорттар, туризм мен альпинизмнің дамуына ықпал етеді. Биік таулы жартасты және мұздақтары бар сұлу ландшафтар келушілердің қай-қайсының болсын назарын өзіне аударып, қызықтырмай қоймайды.

Өздеріне ғана тән белгілері бар Арал және Каспий теңіздері құрлық ішіндегі аса ірі су айдындары болып саналады. Бекіре, севрюга, белуга сияқты бағалы балық түрлеріне ие бола отырып, Каспий теңізі республиканың негізгі балық аулайтын ауданы болып қала беретін болады. Балық аулау үлесі жағынан Балқаш көлі де одан қалмайды. Батыс бөлігінен оған Іле өзені құйылса, шығыс бөлігінен Қаратал, Ақсу, Лепсі және өзге де ұсақ өзендер қосылады.

Туристік қызметтің аумағын кеңейту үшін әр түрлі деңгейлі табыстары мен рухани сұраныстары (танымдық, іскерлік, діни, ғылыми және оқу, экологиялық, спорттық-сауықтыру, қызығушылықтары бойынша мамандандырылған) бар отандық және шетелдік азаматтардың қажеттіліктерін қанағаттандыруға қабілетті, аймақтардың белгілі тарихи-мәдени және табиғи әлеуетін барынша толық пайдалануға негізделген маршруттарды (турларды) дайындау керек болар.

6.3. Табиғи-емдік факторларына байланысты демалыс орындарында қызмет көрсетулерінің жіктелінуі

Бальнеологиялық курорттар дегеніміз – маңызды емдік факторы табиғи минералды сулар болып табылатын курорттар.

Емдік минералды сулар құрамындағы жоғары деңгейдегі минералды және органикалық компоненттер мен газдар немесе ағзаға тигізетін әсері айқындалған ерекше физикалық қоспалар (радиоактивтілік, рН

көрсеткіші, т.б.) негізінде сипатталады. Минералды бальнеологиялық маңызы бар көрсеткіштері – жалпы минералдандыру, иондық құрам, газдар деңгейі мен органикалық мазмұны, биологиялық белсенділігі жоғары микроэлементтер, радиоактивтілік, рН деңгейімен сипатталатын су рекреациясының көрсеткіші, температура.

Метрдегі граммен көрсетілетін жалпы минералдандырудың көрсеткіші – суда еріген барлық иондар мөлшерін айқындайды (анион, катион, молекула).

Табиғи минералды сулар осы көрсеткіштің кең көлемдегі диапазонына ие (2-ден 500 г/л жоғары), сондай-ақ оның емдік қолданыстағы тәсілдерін анықтайды. Минералданған суды әдетте (2-15 г/л) ішкі қолданыста пайдаланады (жоғары минералданған су бөліктері – баталиндік 21 г/л, лугела 52 г/л, т.б. тек ішкі қолданысты). 15 г/л және одан жоғары минералданған сулар орташа минералданған сулар санатына жатады. Олар сыртқы қолданыста, мәселен, ванна, бассейінде шомылуға қолданылады, ал 35 г/л минералданған суды (кейбер классификацияларды 50 г/л) рассолдар деп атайды, 150 г/л жоғарысын күшті рассолдар, ашық су айдындарындағы жоғары минералданған суды (көл, лимондар, жасанды су айдыны) рапо деп атайды.

Минералды сулардың ионды құрамы әр түрлі және санды шексіз (50-ге дейін түрлі элементтер). Дегенмен, суда еріген минералды су құрамы бірнеше иондар түрінде анықталады. Бұлар аниондар – хлор, сульфат, гидрокорбанаттар, катион – натрий, кальций, магний.

Минерал судағы иондар бойынша олар түрлі атауға ие бола алады: гидрокорбанатты, натрийлы, хлор-натрий, хлор-кальций және т.б.

Ішкі қолданыстағы минералды сулардың физиологиялық және емдік әсері үшін аталмыш иондар құрамының маңызы зор. Бұлардың негізгі бөлшегін құрамында газы бар сулар құрайды. Әдетте онда көмірлі газ, азот, көмірсутек болады.

Газды сулардың физиологиялық және емдік әсері, олардың газға қаныққандығында және жарақаттанбаған

тері арқылы сіңірілуінде. Қаныққан газды бөлу әр түрлі болып келеді (1 л газ). Табиғи минералды сулар ішінен көмір қышқыл және азот суларын бөліп қарастырсақ болады. Мұндай суларды ванналарда қолданған кезде, олар су көпіршіктерін түзіп, газды көпіршіктен тұратын жанылғы пайда болады.

Соның әсерінен тері бірде сумен, бірде газбен алмасады. Газ бен судың әр түрлі икемділігінен тері ауытқып отыратын температураға, сондай-ақ жеңіл механикалық іс-әрекетке тең микромассажға тап болады.

Ағзаға тері арқылы енетін биологиялық белсенді немесе физика-химиялық қоспасы бар газ-суға ерекше спецификалық сапа береді. Сульфидті сулар жоғары белсенділігімен ерекшеленеді, сондай-ақ сол құраммен оның физиологиялық және терапиялық әсері сипатталады. Минералды сулардағы иондар түрінде ерекше кездесетін микроэлементтер қатарына темір (Fe^{2+} және Fe^{3+}), йод (I), бром (Br), бор қышқылы және т.б. жатады.

Мұндай типті судың емдік әсері, сәйкес микроэлементтердің фармакологиялық құрамымен сипатталады. Олардың көп бөлігі ферменттер мен гормондар санатына жатады. Бұл элементтердің эндокринді темір бойына жинақталуы темір жүйесінің жоғарылуына алып келеді. Әсіресе, ішу үшін қолданылатын су құрамындағы микроэлементтерді есепке алған жөн. Аталмыш элементтер аз мөлшерде болған кезде әсерлесе алады. Кейбір микроэлементтер тері арқылы тез енгіш келеді. Оларға: бром, йод, т.б. жатады. Құрамында 25 мг/л йоды болса бромды, 5 мг/л йоды болса йодты микроэлементтер деп атау әдетке айналған.

Минералды сулардың органикалық байланысқа түсуі гумин, битум, мұнай қышқылы, фенолды, т.б. элементтер негізінде жүзеге асырылады. Табиғи

судағы барлық органикалық заттар микроорганизмдер мен олардан бөлінетін ферменттер бойынша әсерлеседі. Ішу үшін қолданылатын сулардағы органикалық заттардың жоғарғы құрамы токсиндік іс-әрекетке әкелуі мүмкін. 10 мг/л көлемінде органикалық заты бар сулар биологиялық белсенділер қатарында, 30 мг/л-ден жоғары органикалық заты бар сулар ішкі қолданысқа жарамсыз болып келеді. Судың әсерлесуге түсуі оны минералды сулар санатына жатқызуға болады деген сөз емес, алайда ол ағзаға тигізетін физиологиялық сипат жағынан жетекші орында. рН көлемі бойынша минералды суларды қышқылды, нейтралды және аралас, т.б. бөледі. Бұл сулардың теріге тигізетін әсері де әр деңгейде. Қышқылды орта ақуызды ширатса, эпидермисті тығыздайды. Су негізіндегі температура мен рН көрсеткіші, сондай-ақ аталмыш суларды минералды деп атауға мүмкіндік бере алмайды. Жоғары температурадағы сулар қатарына тереңдіктен жоғары жаққа шығатын сулар жатқызылады.

Температурасы бойынша минералды суларды суық (20 градусқа дейін), жылы (20-36 градус), ыстық (37-42 градус) және өте ыстық (42 градустан жоғары) деп бөледі. Аталған көрсеткіштер негізінде бальнеологиялық маңызы бар сулардың заманауи жіктелімі қалыптасқан.

Осы жіктелімге сәйкес, минералды сулар анионды құрамы бойынша 6 негізгі класқа бөлінеді, олардың әрқайсысы катион деңгейі бойынша класшілік топтарға бөлінген.

Ионнан өзге минералды су құрамында газдар, микроэлементтер, радиоактивті заттар қарастырылатындықтан жіктелімде 7 негізгі бальнеологиялық топ аталған.

1) арнайы мамандандырылған компонентерсіз;

2) көмір қышқылды;

3) сульфидті;

4) темірлі;

5) бромды, ионды, жоғары органикалық заттармен.

6) радонды

7) кремнилі терм.

Минералды сулардың типтеріне орай, бальнеологиялық курорттарды хлорид натрилі, иодты-бромды, көмірқышқылды, радонды, т.б. топтарға бөледі. Бірнеше емдік қасиеті бар курорттарды осы көрсеткіштерге байланысты бальнеоклиматтық, бальнеосаз-лайшықты, бальнеоклиматлайшықты деп бөліп қарастырамыз.

Сыртқы қолданыста маңызды орында – көмірқышқыл газының болуы. Оның емдік қасиеттеріне тоқтар болсақ, жүрек қан-тамырларының жұмысы мен қан айналымына, тыныс алу жолдарының кеңеюіне жағдай жасайды. Мұндай курорттарда жүрек-қан тамыры ауруларымен ауыратын науқастар емделеді. Көмірқышқыл газы бар су орталық жүйке жүйесін қоздыра отырып, бас миының сыртқы қабатына өз әсерін береді. Күкірт қышқылы суы бар курорттар Орталық Азия мен бұрынғы КСРО аумағының батыс аудандарында кең таралған. Аталмыш суды күкірттің концентрациясы бойынша, әлсіз күкіртті (10-50 мг/л), орташа концентрациялы (50-100 мг/л), күкіртті (100-250), өте күшті (250-ден жоғары) деп бөледі. Бұл судың емдік қасиеті құрамындағы белсенді химиялық қабілеті бар күкірттің болуымен өлшенеді. Оны сыртқы қолданыста жергілікті және жалпыға арналған ванналарда пайдаланады. Алайда ішу үшін қолданылмайды. Су арқылы күкірт теріге еніп, сілекейлі қабыршақ пен тыныс алу жолдарына әсерін тигізеді. Қанға түсе отырып, бүкіл ағзаға тарайды да, күрделі реакция тудырады. Оның терапиялық

механизмінде аталмыш орында гормонды қозғалыстың әрбуімен иммундық қозғалыстың реактивтілігі тұрады. Мұндай суы бар курорттар түрлі аурулардың кең көлемдегі шеңберінде пайдаланылады. Атап айтар болсақ, гипертоникалық, гинекологиялық, созылмалы жүрек аурулары, т.б. күкіртті су бальнеотерапиялық әдістің ең белсенді тобына жатады. Дегенмен де, қолданар алдында нұсқаулармен танысып, қарсы көрсеткіштерін естен шығармаған жөн.

Радонды суы бар курорттар радиоактивті белсенділігі жоғары суы бар курорттар санатына жатады. Құрамындағы радиоактивтілігі судағы радон мен оның майда бөлшектері түсімімен анықталады. Концентрация негізінде, радонды суды: өте әлсіз (1-10 нки/л) түрінен өте күшті концентрациялыға (120-200 нки/л) ажыратады.

Бұл суда радоннан басқа, газдар мен минералды тұздар жиі кездеседі. Құрамындағы азоттың көптілігі жөнінен Ресейдің Алтай аймағындағы Белокуриха курортын айтсақ болады. Жоғары минералданған суы бар курорттар қатарына Ресейдегі Усть-Кут, Башқұртстандағы Красноуольск, т.б., термальдыға Грузиядағы Цхалтубо, Қырғызстандағы Джеты-Огуз курорттары жатқызылады. Аталмыш су түрін курорттарда ваннада, ингаляцияда, ішуге және ішек-қарын жұмысын жақсартуға пайдаланады. Радонды су жүрек-қан тамырлары жүйесіне әсер ете отырып, пульс соққысын баяулатады, минуттық қан алмасу процесін, т.б. жақсартады.

Азотты-кремнийлі термальды суы бар курорттың ерекшелігі мұндағы жылы және ыстық суының құрамындағы азоты 20-25 мг/л және кремний қышқылы – 50-150 мг/л. Мұндай судың азотты терм мен кремний термі деген аттары сақталған. Олардың негізгі бас-

тау алған көздері таулы аймақтардан басталған. Ең әйгілі курорттар санатына Тәжікстандағы Ходжа-Обигарм, Ресейдегі Кульдир, Талая, т.б. жатады.

Азотты су жылылығы 20-100 градусқа дейін барады. Олар радиоактивті болуы мүмкін. Азотты кремнийлі термальды суын ваннада шомылғанда, душта, т.б. қабылдайды. Терапиялық әсері негізінен газ тектес азотпен байланысты. Емдеуші ваннада жатқанда, қаныққан үлкен газға тап болып, тері сіңеді теріден өткен азот жүйке тінде-рін тыныштандырады.

Темір сулы курорттар: Бұл минералды су ерекшелігі құрамында темір, сондай-ақ басқа да химиялық активті компоненттер кездеседі. Әдетте мұндай сулардың азотты және көмірқышқыл суларынан айырмашылығы ионды құрамы мен минералдылығымен анықталады. Темір суының екі негізгі түрін қарастырамыз: гидрокарбонды, қышқылды темір.

Темір сулар әдетте ішу үшін пайдаланылады. Кей кездерде ваннада қолданылады. Ішкі қолданыста аталмыш су қан айналымын жақсартады да, ас қорытуға көмегін тигізеді, ағза мүмкіндігін арттырады.

Мышьяк суы бар курорттар. Мұндай сулар негізінен Закарпатьяда, Кавказда, Карпат тауларында кездеседі. Мышьяк құралы бойынша мыналарға бөлінеді: әлсіз, (0,7-5 мг/л), олар Абхазиядағы Аватхарада, Увижипсте, күштілер (5-10 мг/л) таулы Тисада, Ногоджирде және өте күштілері (10 мг/л-нан жоғары) Даридаг, Сеньегор минералды сулар. Ионды тұзды құрамы бойынша бұл сулар мына құрамға жатады: гидрокарбонатты, кальций натрилі және хлорлы гидрокарбонатты натрилі. Көмірқышқыл газына қаныққан 3,5 г/л-ге дейін (Нарзан, Ессентуки) мышьяқты суды курорттарда ішкі емге, жалпы ванналарда қабылдай-

ды. Ішу қолданысындағы емде мышьяк мөлшері мен суды қабылдау 5-200 мг/л-ге дейін. Ал сыртқы ванна қолданысында мышьяк мөлшері 20-50 мг/л-ге дейін. Мышьяк иондары организмге тері арқылы өтіп, өзінің жоғары биологиялық белсенділігі аясында ферментті тіндермен әрекеттеседі нәтижесінде тері торларының энергиялық әлеуетін арттырады. Ағзаның мүмкіндігін жақсартады.

Ішкі қолданыстағы минералды суы бар курорттар. Бальнеологиялық типтегі курорттардың басым бөлігін аталмыш сала құрайды. Әдетте, арнайы мамандандырылған галлерияның өндіргіш көзінен пайдаланады. Мұнда суды керегінше қыздырады, газға қанықтырады. Мемлекеттік стандартқа сәйкес 13273-73 минералды суларға құрамындағы минералдылығы 2 г/л-ден кем емес, биологиялық белсенді микроэлементтері бар сулар жатады. Минералды сулардың жалпы екі түрі болады: емдік және емдік асханалық. Көбінде бұл суларды дәрігердің тағайындауымен қолданады. Минералды суды механикалық әсері бойынша үш фазаға бөледі: күрделірефректорлы, нейрохимиялық, фаза қорытындысы. Күрделі рефректорлы фаза бүкіл жүйке жүйесіне әсер етеді. Бұл сулар гуморальді жолмен асқазанға, біріншіден гастридке пайдалы. Нейрохимиялық фаза өзінің химиялық инградиенттерімен сілекейлі қабықша арқылы ағзаға сіңеді. Зат алмасуын ретке келтіреді. Минералды судың емдік қасиеті оны ішкеннен бастап, ауыз қуысынан бастау алады.

Емделу кезінде қалай ішуіде, қанша көлемде, су температурасын, химиялық құрамын ескерген жөн. Суды аздап ішу асқазан ауруларына пайдалы, ал кең көлемде үздіксіз қолдану тек гиперсекреция жағдайында ғана рұқсат етіледі. Судың асқазанға дұрыс

сіңуі оның температурасына тікелей байланысты. Ағзаның әр киллограмына минералды судан 3-50 мг/л-ден келеді. Тәуліктік мөлшері 3-4 рет қолданыста 500-100 мг/л болуы шарт. Кей жағдайларда бұдан көп немесе аз деңгейде қолданады. Аздап қабылдауды асқазан атониясы барлар және жүрек-қан тамырларымен ауыратын науқастар қабылдайды. Ал суды көбірек қабылдайтын емделушілер: бауыры, өті, бүйрек, зәр шығару жолдары, ауыратындар, т.б. Суды тамақтанар алдында қабылдаған жөн. Осылайша ол тамақтың жеңіл сіңірілуін қамтамасыз етеді. Сондықтан емделушілер тамақ алдында 25-30 минут бұрын ішкені дұрыс. Кей жағдайларда 30-45 минут бұрын ішіледі. Магний сульфаты мен натрий сульфаты қиын сіңірілетін тұздар санатында. Олар асқазан жолдарына онша әсерін тигізе қоймайды. Магний иондары, керісінше, несеп жолдарына жақсы әсерін береді. Кальций ионымен байытылған сулар ағзадағы кальций жетіспеушілігінің артуына игі ықпал етіп, қан құрамын жақсартады. Ультракүлгін сәулеге деген сезімталдылықты арттыра отырып, D витаминінің қалыптасуына көмектеседі. Кремнийлі сулар қабынуға қарсы қолданылады. Судың маңызды компоненттерінің бірі көмірқышқыл газы. Мұның әсері ағзаға енгеннен кейін қанға өту арқылы білінеді. Көмірқышқыл сулары іштегі заттардың дұрыс қорытылуын тездетеді. Осылайша аталған су ағзаға түрлі деңгейдегі өз іс-әрекетін тигізеді. Біздің еліміздің курорттар минералының химиялық құрамының әр түрлі болуына байланысты мұнда емделушілер де өз таңдауларын жасай алады. Гастрит, асқазаны ауыратындарға гидрокорбанатты немесе кальций аз минералды сулар ұсынылады. Бауыр, бүйрек,

зәр шығару жолдары мен өті ауыратындарға құрамында магний сульфаты тұздары бар суларды пайдаланады.

Батпақты курорттар. Біздің елімізде балшықпен емдейтін 700-ге жуық жерлер бар. Емдік балшықты химиялық құрамына қарай 6 түрге бөледі: торфты батпақ; сапрофильді; сульфидті; батпақты ильдер; гидротермальды;

Емделу практикасында көп қолданытын сульфидті, сапрофильді және торфты батпақтар. Сульфидті қара батпақ тұзды көлдер түбінде қалыптасады. Мұндай көлдер Қырымда, Қазақстанда, Солтүстік Кавказ бен Батыс Сібірде кездеседі. Едәуір атақтылары Саки, Талбукан, Шира, Эрлтон, Горькое, Медвежья, Карачин, Куяльник, Молма-Кара, т.б. Жүйелендірілген сульфидті батпақтар минерал көздерінің бастауында түзіледі. Ал сапрофильді батпақтар ТМД аумағында, Сібірде кездеседі. Бұл батпақтардың пайда болуы микроорганизмдер әрекеттесуімен пайда болады. Биологиялық белсенді заттардың жиналуымен газ түзіледі. Ил сапрофиль торфы екі фазадан: сұйық және қатты фазадан тұрады.

Сұйық фазада су және ерігін тұздар болса, қатты фазада тұз кристалдары мен силикаттық әр түрлі бөлшектері кездеседі. Батпақтар өз құрамына қарай ажыратылады. Сульфидті батпақтар негізінен құрамында органикалық заттардың бөлшектерімен ажыратылады. Оның құрамындағы су мөлшері 40-60%-ға дейін болады. Батпақтар бойындағы тұздардың ең азы 100 граммға 1 грамм келеді. Ал 100 граммға 10 г келетіні қатты тұзды қатарға жатқызылады. Сапрофильді батпақтар өсімдіктер мен тері организмдері қалдықтарынан пайда болады. Бұлар құрам бойынша, судың көпшілігімен анықталады. 90-95% торфты батпақтар үлкен өсімдіктердің

шіру нәтижесінде түзіледі. Мұндағы су құрамы – 65-85%. Батпақтардың түрлі типтері физиологиялық құрамы негізінде, яғни жылу сыйымдылығы белсенді реакция, рН 1,3-1,5-ден 9,5-10-ға дейін қоспалар бойынша анықталады. Аталмыш батпақтардың құрылымының әр түрлі болуына қарамастан, олардың өздеріне тән бірегей қасиеттері де жоқ емес.

Батпақтың коллоидты құрылымы оның консистенциясын анықтауға мүмкіндік береді, сондай-ақ оған жұмсақтық пен біртектілік береді. Батпақ колоидтығы жылу алмасу процесін қамтамасыз етіп, оны бірқалыпта ұстап тұрады. Батпақты орта жоғары конвекциялы судан осынысымен ерекшеленеді. Бальнеологиялық бағалау үшін батпақ құрамындағы тұз мөлшерінің маңызы зор. Онымен қоса, орта реакциясы, сұйық фазадағы еріген газ, органикалық заттар, торфтық ерітінді құрамы, сумен бірегей болып араласу нәтижесі ескеріледі.

Емдік процедура үшін қолданыста торф құрамындағы су көлемі 80-88% құрайды. Торфты ауада сақтаған кезде, оның құрғап-кеуіп кетуін қадағалаған жөн. Құрамындағы су мөлшері 55-56%-дан төмен болуы тиіс. Өйткені, оның құрғап кетуі сапасы мен емдік қасиетінің жоғалуына әкеліп соқтырады. Өзіне тән ерекшелігі негізінде, емдік қасиеттерін сақтай отырып, бүкіл химия-механикалық, температура, т.б. факторларға саятын жүйеде адам ағзасына күрделі әсер беруі де ғажап емес. Жоғарыда аталған барлық жағдайларды ескеретін болсақ, батпақ түрлері тығыз байланыста бола отырып, ағзаға түрліше әсер етеді. Бұл әрекет, ең алдымен, теріде жүреді, кейін оның негізінде ішкі ағзаға еніп, химиялық және басқа да биологиялық микроэлементтер әсеріне қалып отырады. Ағза бойында болып жатқан түр-

лі өзгерістерді ескере отырып, айтар болсақ, мұндай құбылыстың нәтижесі қайта түзу мен қорғаныс қабатының реакциясының өзгерісі болып табылады. Кең айналымының дұрысталуы, сонымен қатар микроциркуляциялық

ортада тері қабаттарындағы қышқылды қайта түзу қалыбын құрайды. Емдік батпақтардың тері қабатына беретін әсері бойынша, олардың жылу ұстағыштық қасиеті мен сапа жағынан да берері мол.

6.4. Еліміздің емдік-сауықтыру орындарындағы қызмет түрлерінің ерекшеліктеріне сипаттама

Алма-Арасан курорты

Алма-Арасан курорты республикалық бальнеологиялық курортқа жатады. Алматы қаласынан 26 км арақашықтықта, Іле Алатауының шырша жамылған солтүстік баурайында Өтпелі шатқалында орналасқан. Курорт әсем табиғат аясында, теңіз деңгейінен 1830-1850 м биіктікте. Тянь-Шань жасыл пирамидалы ірі шыршалары

айналдыра өскен. Курорт климаты – биік таулы, жазы қоңыржай жылы, күз жылы және қысы қоңыржай салқын. Ең суықауа температурасы +4,2°C, ең жылы +15°C, орта шамамен жылдық ауа температурасы +5,3°C. Шамамен жауын-шашын мөлшері – 900 мм, жылына 1600 сағ/күн ашық болады. Курорттың негізгі ем құралы – ваннаға қолданатын субтермальды (+34°C) және термальды (+37°C) минералданған, натрий-



Алма-Арасанның қысқы көрінісі

карбанатты сульфатты су көздері. Шипажайдың минералды суы XIV ғасырлардан белгілі болған, тек 1930 бастап жылдан зерттелді. Ал курорт 1931 жылы құрылған. Шипажай жыл бойына 205 орынға қызмет етеді. Ванна ғимараттары, қажетті емдік-диагностикалық кабинеттері бар. Сонымен қатар, бальнетерапиядан басқа бұл жерде электрондық ем, емдік дене шынықтыру, климат факторлары (таза су, әсем табиғат), физиотерапия, массаж, пайдаланылады, қажетті болса емдік тағамдар ұсынылады.

Көрсеткіші: тыныс органдарының, жүйке жүйелерінің және әйелдердің аурулары.

Емдеу мерзімі – 24 күн.

Қапал-Арасан шипажайы

Шипалы сумен емдейтін бальнеологиялық шипажай. Жетісу жүрегі Талдықорған қаласынан 110 шақырым қашықтықта, Жоңғар Алатауының солтүстік етегі, Бүйен өзенінің жағасында, Баян-Жүрек және Құлжа-Бас екі таудың ортасындағы көрікті Жөңке жазығында, теңіз деңгейінен 980 м биіктікте орналасқан. Климаты – континенттік, құрғақ. Жазы жылы және күнді, қысы орташа, күзі құрғақ және күнді, көктемі қысқа. Ауаның жылдық орта температурасы +6°C. Орта салыстырмалы ылғалдық шамамен – 60. Қараша айынан сәуір айына дейін ылғалдылық жоғары, мамыр айынан қыркүйекке дейін – 50. Жылдық жауын-шашын мөлшері шамамен 350 мм.

Санаторий тарихы 1848 жылдан бастау алады. «Қапал Арасан» курортында әр кездерде Шоқан Уәлиханов, Семенов-Тяньшанский сияқты атақты адамдар да өз денсаулықтарын түзетіп, демалған. Алғашқы емдеу мекемесі 1886 жылы ашылған. 1982 жылы 500 адамдық, 5 қабатты ғимарат

пайдалануға берілген. «Қапал Арасан» санаторийінің негізгі емдік көзі – әлсіз минералданған сульфат–хлоридті термальды (+37°C) сулар. Су фтор және кремний қышқылымен байытылған, сонымен қатар, 20 бірлік Мәхс радонды. Бұл шипакөз суы өзінің құрамы жағынан Болгариядағы «Бани», «Велинград», Чехославакиядағы «Янски Лазне», Грузиядағы «Цхалтубо» және Югославия, Венгрия, Италия, Франция, т.б. елдердегі атақты әлемдік курорттардың емдік суларынаң баламасы бола алады.

Көрсеткіші: жүйке жүйесінің аурулары, жүрек-қантaмыр аурулары және тірек-қозғалыс мүшелері аурулары (артриттер пен полиартриттер, остеохондроз, радикулит).

Емдеу мерзімі – 24 күн.

Мойылды курорты

Курорт Павлодар қаласынан 17 км қашықтықта, Құлынды жазығының солтүстік-батыс бөлігінде Мойылды көлінің жағасында орналасқан. Климаты – шұғыл континенттік, жазы жылы, ыстық және құрғақ, ауа температурасы 40°C-қа дейін, қысы өте суық, қатты боранды 30-дан-45°C-қа дейін барады.

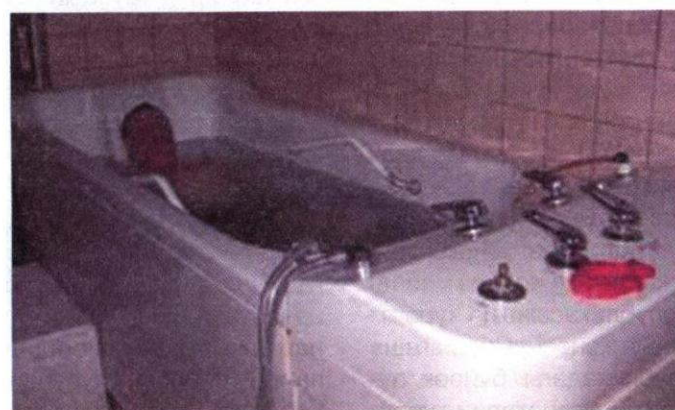
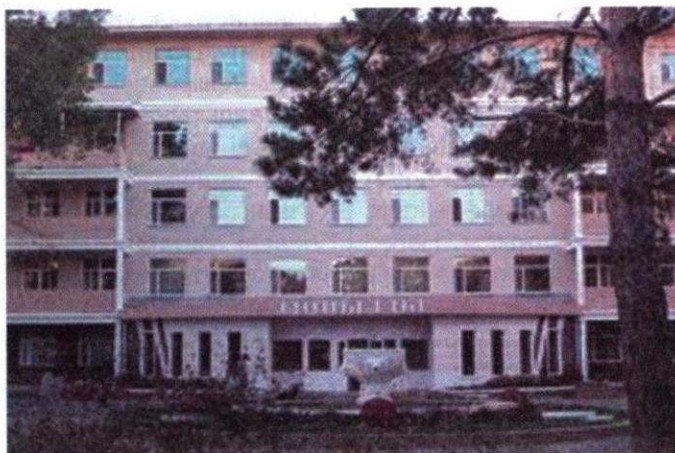
Курорттың негізгі емдік құралы – емдік лайлы және ащы тұзды хлоридті-сульфатты-натрийлі Мойылды көлі.

Курорттың негізі 1922 жылы қаланған. Курортта жазда 600 орынға, қыста 400 орынға қызмет жасайды. Жазғы уақытта 60 орынды балалар бөлімі ашылды.

Ем-диагностикалық бөлмелері және зертханалары бар, су – балшық емдері (балшық процедурасы, ванна, гальванобалшық), электрлі ем, ЛФК, массаж, климатты ем жасалады.

Көрсеткіштері: жүйке жүйесі аурулары, гинекологиялық аурулар, тірек-қозғалыс мүшелері аурулары.

Емдеу мерзімі – 24 күн.



Мойылды курорты аясында

Сарыағаш курорты

Оңтүстік Қазақстан облысы Сарыағаш ауданында, Шымкент қаласынан 145 шақырым жерде, Келес өзенінің сол жақ жағалауында орналасқан. Климаты – орта континенттік, жазы – ыстық, құрғақ, қысы – жұмсақ, жылы. Негізгі ем факторлары – жоғары термальды, жоғары құрамдағы кремний қышқылды әлсіз минералданған гидро-карбанатты натрий суы. Олар ванналарға және ішетін емдік су ретінде қолданады. Сарыағаш минералды суы түссіз, тұнық, тұнбасы және иісі жоқ, дәмі жағымды, әр уақытта өзінің химиялық құрамын ұстап тұрады және жыл мезгіліне қарай құрамы өзгермейді.

1952 жылы құрылған бальнеологиялық емхана негізінде 1961 жылы курорт ашылды. Жыл бойына санаторий 650 орынға қызмет жасайды. Санаторийде ем-диагностикалық бөлмелері, сумен емдеу бөлмелері, электрожарықпен емдеу бөлімдері, ЛФК, массаж бөлмелері бар, емдік тағамдарды ұсынады.

Бүйрек ауруының кең таралғанына байланысты ол ауруларды алдын алуға және емдеуге жаңа эффективті емдеу құралдарын табуды талап етеді. Бүйрек ауруының комплексті терапиясында бальнеологиялық және климаттық ем факторларын қолдану мен санитарлық курорттық ем қажет. Қазақстанда табиғи ресурстарына бай, минералды су көздерінің кең таралуы мен жайлы климаттық зоналары бар нефрология профилі курорттар осы уақытқа дейін болмаған. Жоғарыда айтылған мәселелерді ескере келе, Қазақстан Республикасының курорттар кәсіподағының кеңесі «Сарыағаш» курортын республикадағы бүйрек ауруларын емдейтін санаторий-курорты деп жариялады. Мұндай шешім курорттың жайлы климаттық зонада

орналасуына, урология (нефрологияға жақын) профиліндегі ауруларды емдеу тәжірибесі бар мамандардың болғандығына негізделеді. Бұл профилі ауруларға 50 орын бөлінген. «Сарыағаш» минералды суы уролтиазис ауруына диуретикалық әсер береді, пиурияны кемітеді және тоқтатады, бүйрек функциясының фильтрациясын жақсартады, сонымен қатар токсиндерді жуады, қабынуға қарсы әсер етеді.

1981-84 жылдары Курорттар басқару кәсіподағының республикалық кеңесі Қарағанды медициналық институтымен бірігіп пиелонефрит пен гломерулонефрит ауруларын «Сарыағаш» курортындағы табиғи ресурстармен емдеуді зерттеді. 1980 жылы курортта 150 орынға нефрологиялық бөлімдер қызмет жасады. Осы уақытқа дейін санаторийде 1000-нан астам адам гломерулонефрит пен пиелонефрит ауруларын емдейді. Көрсетілген патологиялармен 200-ден астам ауруларға климаттық бақылау жүргізеді.

Гломерулонефрит және пиелонефрит аурулары «Сарыағаш» санаторийінде комплексті емделе бастады. Санаторий-курорттың емдеуінің табысты болғаны, ол жайлы табиғи жағдайлар – ауаның жылулығы мен құрғақтығы, күн сәулесінің ұзақтылығы және де Сарыағаш минералды суы. Сондай-ақ климаттық жағдайды, бальнеологиялық ресурстарды дұрыс таңдап рационалды қолдануына байланысты.

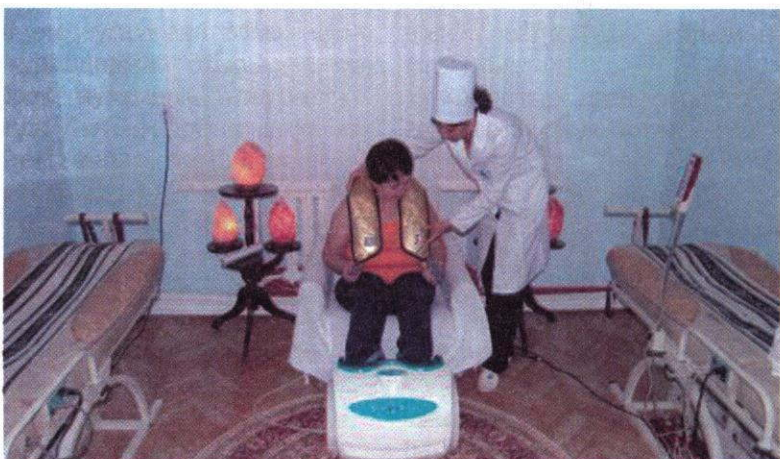
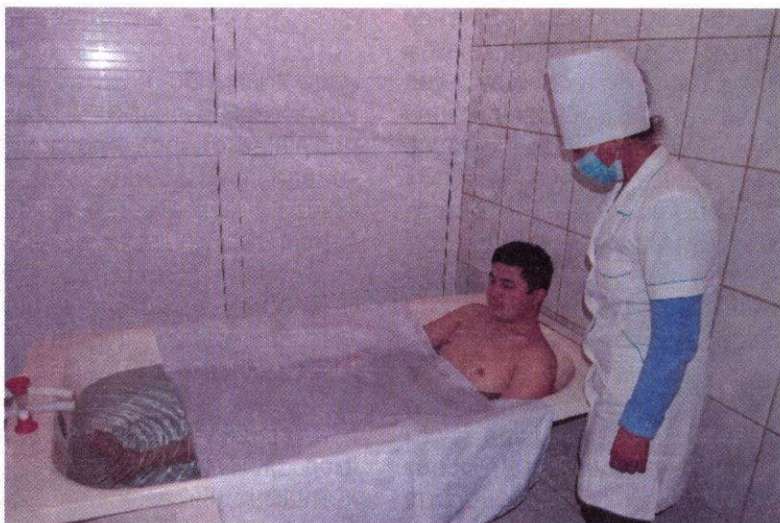
Сарыағаш курортындағы 48 күндік жолдамалар тек гломерулонефрит және бүйрек ауруы профиліндегілерге арналған. Бірақ көрсетілген жолдамалар арқылы, басқа органдар мен жүйке патологиялары ауруларын емдейді. Көбінесе пиелонефрит, зәр жолдарын, тастарды 24-күндік жолдамамен емдейді.



Сарыағаш бюеті



Сарыағаш шипажайы



Санаторийде ем қабылдау шаралары

«Сарыағаш» санаторий-курортына жазғы уақытта 48 күндік жолдамалармен келесі ауруларды емдейді:

1. Гломерулонефрит ауруынан кейін сауыққан адамның ауруын алдын алуға және алған емін ұзартуға мақсатталған;

2. Гломерулонефрит ауруынан қалған құбылысты 6-7 айдан кейін емдеуді жалғастыру;

3. Гломерулонефрит ауруынан жазыла алмайтын ауруларды қайта емдеу;

4. Гломерулонефриттің зәр жолдарындағы қабынуын ремессия деңгейінде емдеу;

5. Гломерулонефриттің нефрология ауруымен араласу формасында және ісінуіндегі ем;

«Сарыағаш» санаторий-курортына жыл бойына 24 күндік жолдамамен келесі ауруларды емдейді:

1. Бүйрегінің сақталған формасындағы бастапқы пиелонефрит ремессия деңгейіндегі кезекте. Егер де гипертензиясы АД 170-180, 100-105 мм рт.ст. жоғары болмаса;

2. Бүйрегінің сақталған формасындағы екінші қайталанған пиелонефрит ремессия деңгейіндегі кезекте. Егер де гипертензиясы АД 170-180, 100-105 мм рт.ст. жоғары болмаса;

3. Пиелонефритке сәйкес зәр тасы диатезі (оксалат, урат).

Түрксіб курорты

Алматы қаласынан 8 км қашықтықта, Іле Алатауының солтүстік бөктерінде, теңіз деңгейінен 1200 м биікте орналасқан. Курорт қасынан Есентай өзені ағып жатыр. Климаты – орта таулық, жазы орташа және қысы жұмсақ. Орташа температурасы қаңтарда – 3,8, шілдеде – 20,7°C. 1934 жылы ұйымдасқан «Түрксіб» демалыс үйі негізінде 1946 жылы құрылған. Сана-

торий жыл бойы жұмыс істейді. Мұнда өкпе, тыныс органдары және жүйке жүйесі ауруларына шалдыққандар қабылданады. Негізгі емі – жеңіл теріс зарядты аэроионды иондағы тау ауасы, ионбронды, оттекті, көмірқышқылды, азотты, т.б. ванналар, сондай-ақ физиотерапия. Сонымен қатар, электрондық ем, емдік дене шынықтыру, массаж, климаттық емдеу, парфинді ем, суасты душ-массаж қолданылады, егер де қажетті болса емдік тағамдар ұсынылады. Санаторийде 470 орын жыл бойына қызмет етеді.

Көрсеткіші: қан айналым органдары, жүйке жүйесі аурулары. Емделу мерзімі – 24 күн.

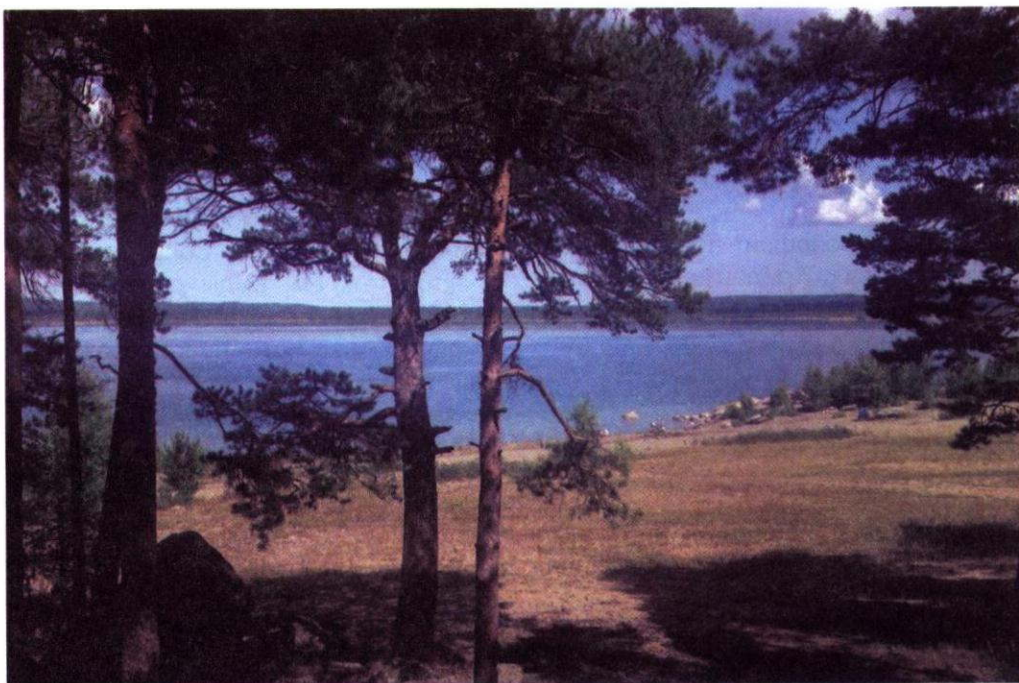
Щучинск курорты

1946 жылы құрылған климатпен, минералды сумен және балшықпен емдейтін санаторий. Щучинск қаласынан және «Бурабай курорты» станциясынан 18 км қашықтықта орналасқан. Теңіз деңгейінен 400-420 метр биіктікте. Курорт Ақмола облысындағы Бурабай-Щучинск курортты аймағына жатады. Аумағының көп жері қарағайлы орман. Климаты жазы жылы және қысы суық континенттік. Шілде айындағы максималды температурасы +21,7°C, ақпан айындағы максималды суықтық –17,1 °C. Жауын-шашын мөлшері – 360 мм. Орташа ылғалдық – 70%.

Негізгі емдеу факторлары – Балпашсор көлінің шөгінді балшығы. Су-балшық емдеуінде балшық аппликациясы, йод-бромды ванналар, электр-жарық емі, ем-физикалық кабинет, массаж қолданылады. Санаторий 360 орынға жыл бойына қызмет жасайды.

Көрсеткіші – қан айналым органдары, тыныс алу және тірек-қозғалыс ауруларын емдеу.

Емделу мерзімі – 24 күн.



Щучье көлі

Жаңақорған курорты

Қызылорда облысындағы Жаңақорған теміржол станциясынан 3 км қашықтықта, Теріскен балшықты көлінің жағалауында, сортаң топырақты шөлді өңірде орналасқан. Курорт маңайында Буркуль өзені, сырдарья өзенінен 3 км арыда ағып жатыр. Климаты – орташа континенттік (жазы ыстық және қысы орташа жұмсақ). Жауын-шашын аз түседі: 150-200 мм, мамыр-қазан айларында жауын-шашын болмайды. Ауаның орташа температурасы қаңтарда – 7°С, шілдеде +24,+26°С, жазда ауа ылғалдығы 15%, қыста – 80%. Жел солтүстік-шығыс, солтүстік және солтүстік-батысқа қарай, ал қыста оңтүстік-шығысқа қарай соғады.

1920 жылы балшықпен емдеу ғимараты, 1926-28 жылдары 200 орындық демалыс ғимараты салынған. Қазақстандағы балшықпен емдейтін тұңғыш санаторий. Негізгі емдеу факторлары – емдік минералды балшық және Теріскен көлінің хлоридті-сульфатты магний-натрийлері. Санаторий жазда 505 орынға, қыста 355 орынға қызмет көрсетеді. Субалшық емі 22 орынға және 17 ваннаға арналған, электржарық емі, гидротерапия, ЛФК, ингаляция қолданылады.

Көрсеткіші – тыныс алу органдары, жүйке және гинекологиялық аурулар.

Емделу мерзімі – 24 күн.

Ауыл курорты

Семейден 90 км қашықтықта, шырша орманы аумағында теңіз деңгейінен 270 м биіктікте орналасқан климаттық қымыз курорты. Климаты – континенттік. Жазы жылы (маусымда +21°C), қысқы уақыт орташа суық (-16 °С). Климаттық және қымызбен емдеу қолданылады. Туберкулез ауруымен ауыратын ересек адамдарға арналған.

Бершұғұр курорты

Ақтөбе облысында теңіз деңгейінен 400 метр биіктікте Мұғалжар тауының етегінде орналасқан климаттық қымызбен емдеу курорты.

Климаты: жазы құрғақ континенттік (маусымда +24 °С) және қысы өте суық (қаңтар айы -16 °С).

Емдеу факторлары – климат пен қымыз. Туберкулезбен сырқаттанған ересек адамдарға арналған қымыз зертханасы бар санаторий.

«Каменский плато»

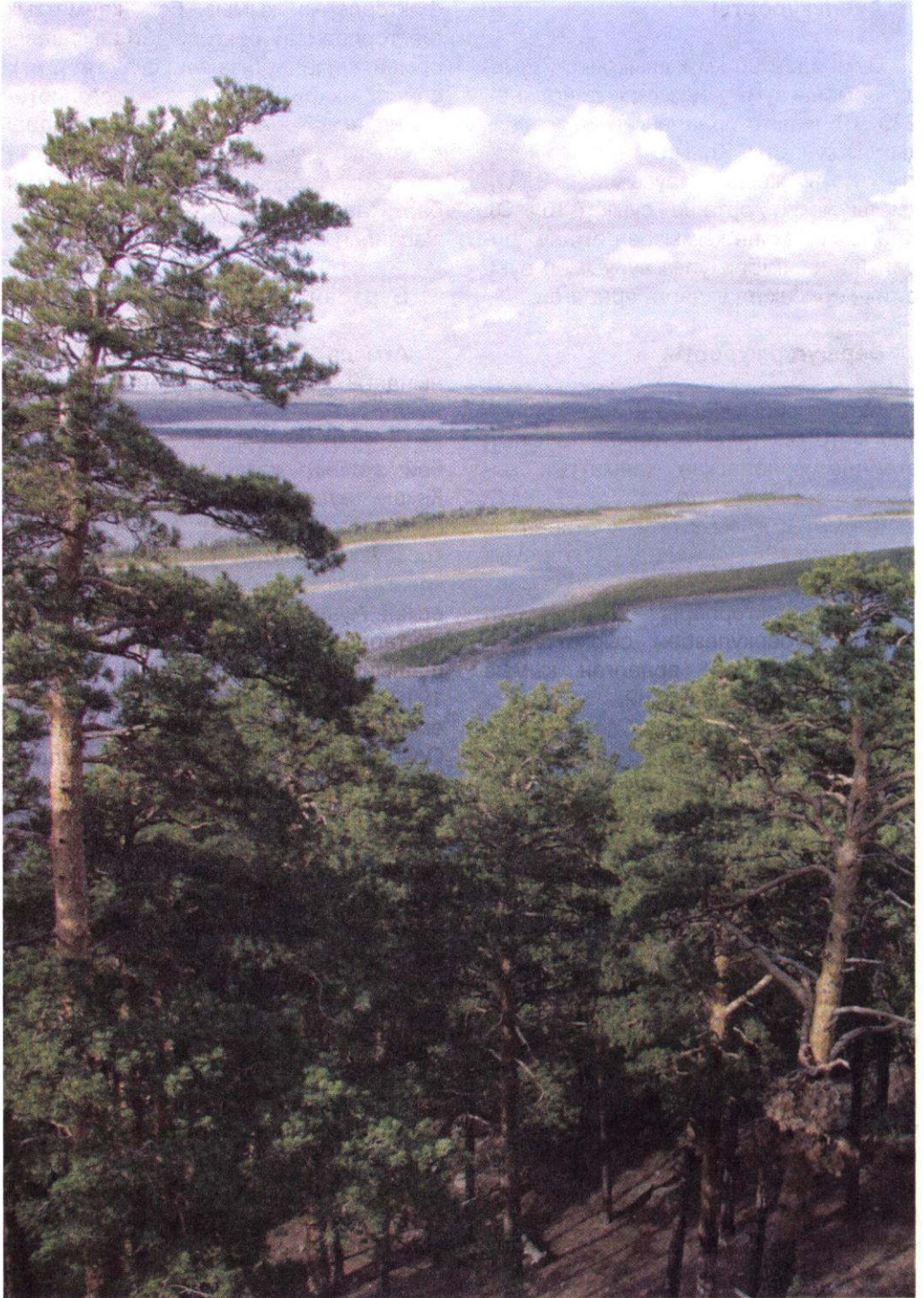
Таудың таза ауасы және қымызбен емдейтін санаторий. Іле Алатауының етегінде, Алматы қаласынан 10 км қашықтықта, теңіз деңгейінен 1360 м биіктікте орналасқан. Жаз айларының орташа температурасы +18,1 – 20°C, қыста -2,7-4,4°C, құрғақ; ең суық айы – желтоқсан (-24,5°C). Алғашқыда демалыс үйі болып құрылып, 1932 жылы өкпе туберкулезін емдейтін санаторийге айналды. Қазір санаторий Алматы қалалық әкімшілігіне қарайды. Жыл бойы жұмыс істейді, бір мезгілде 350 адам қабылдайды. 1971 жылдан бастап 75 орындық урология, гинекология бөлімдері ашылған. Емдеу

факторлары: қымыз бен климаттық факторлар (тау бөктеріндегі шыршалы орман, шипалы таза ауа, сұлу табиғат), сондай-ақ физиотерапия, аэрогелиотерапия, емдік денешынықтыру тәсілдері қолданылады. Жақсы жабдықталған рентген кабинеттері, зертханалары бар. Санаторийде өкпеге операция да жасайды.†

Бурабай

Ақмола облысының Щучье ауданындағы қымызбен емдейтін республикалық маңызы бар курорт. Щучинск қаласынан 20 шақырым жерде, Бурабай көлінің жағасында орналасқан. Көкше тауы (абсолюттік биіктігі 947 м) солтүстіктен соғатын өкпек желге тосқауыл болады, оның баурайында қарағайлы, қайың аралас ормандар өскен. Ауаның орташа температурасы: қаңтарда -16°C, шілдеде +19°C; жауын-шашынның жылдық мөлшері – 400 мм. 1910 жылы Бурабай аясында қымызбен емдейтін тұңғыш емхана ашылған. Осы емхана негізінде 1920 жылдан бастап курорт құрылды. Қарағайлы орман ішінде екі санаторий (екеуі де «Бурабай» деп аталады) орналасқан: біреуінде үлкен адамдар, екіншісінде балалар емделеді. Екеуі де жыл бойы жұмыс істейді. «Бурабайдағы» негізгі ем – қымыз, сондай-ақ климаттық факторлар (қарағайлы орман, шипалы таза ауа, сұлу табиғат) кеңінен пайдаланылады, физиотерапия тәсілдері, Балпашсордың тұзды балшығы, Майбалық көлінен тасылатын хлорлы-натрийлі-магнийлі минералдық су, т.б. қолданылады.

Көрсеткіші: туберкулез бен жоғарғы тыныс жолдары ауруларын емдеуге арналған.





Курорт орналасқан Бурабай аясы

Манкент демалыс үйі

Манкент – шипалы сумен емдейтін климаттық санаторий. Оңтүстік Қазақстан облысы Сайрам ауданының аумағында орын тепкен «Манкент» шипажайы Шымкент қаласынан теріскейге қарай 25 шақырым қашықтықта. Алматы теміржолының «Манкент» бекетінен 6 шақырым, Алматы-Ташкент-Термез даңғылынан 3 шақырым қашықтықтағы өндіріс орындары мен елді мекендерден шалғай, тыныш, үстірт жерге, теңіз деңгейінен 606 м биіктікте орналасқан. «Манкенттен» не бары 1,5 шақырым жердегі облыстық әкімшіліктің «Ақсу» демалыс үйі тұсынан ағып келетін Ақсу өзенінің бір саласы шипажай ішінен үш тармаққа бөлініп өтеді.

Санаторий 1926 жылы пайдалануға берілген. Қазіргі таңда санаторийдің

10 тұрғын ғимараты мен 10 жазғы уақытта пайдаланылатын кешені бар.

«Манкент» демалыс үйінің алғашқы кірпіші қаланған жылдардан бері мұнда әр түрлі ағаштар, гүлдер отырғызылып, саябақтар жылдан-жылға ұлғая, көркейе түскен еді. Қазіргі кезде қалың өскен кайың, қарағаш, қарағай, көктерек, қаратал, арша, емен, үйеңкі, сәмбітал, талшын, шынар, бозқараған. аққарағандар шипажайды көмкеріп, әсем безендіріп тұр. Одан басқа мұнда алма, өрік сияқты жеміс ағаштары да өседі.

Гүлзарларда раушан, астра, түймедақ, хризантема, гүлқайыр сияқты алуан түсті әдемі гүлдердің түр-түрі көздің жауын алып, құлпыра түседі.

Шипажайдың емханасы жатақтардан бөлек, саялы жерге орналасқан. Бас дәрігер, бас медбике, психотера-

певт, терапевт, гинеколог, невропатолог, уролог емделушілерді осында қабылдайды.

Асқазан, ішектегі ауруды компьютер арқылы дереу анықтап беретін, электрокардиограмма жасап, жүрек қызметін тексеретін, инемен емдейтін, дәрі шөптер ерітіндісін тыныс жолдарына жіберетін, қолмен, электрмен массаж жасайтын, балауызбен қыздыратын бөлмелер осында орналасқан. Бұдан басқа 8 бөлмеден тұратын физотерапия бөлімшесінде 22 түрлі аппаратпен ем жасалады.

Емханада шипалы суға түсетін, аяққа, қолға бөлек-бөлек берілетін ванналар, су бүріккіштің түр-түрі, сумен жасайтын массаж, ішек ауруларын емдейтін бөлмелер бар. 2003 жылы пайдалануға қосылған жатақта массаж, суасты массажы, балауыз, су бүріккіш, сазбалшық, физотерапия арқылы ем беретін бөлмелер, су ішетін бювет, фин саунасы бар.

Қанды, зәрді, өтті, асқазанның қышқылдығын тексеріп, асқазанды, өт жолдарын жуатын, ауырған тісті емдейтін, тіс салатын, «электрлі ұйқы» бөлімшелері бар.

Шипалы су. «Манкент» шипажайы аумағынан 1210 метр тереңдіктен жылы су табылған. Судың түсі аздап сарғыштау, мөлдір. Жағымсыз исі, дәмі жоқ. Ыдыста ұзақ тұрса аз ғана қоңырқай түсті тұнба түзеді. Курортология институты зерттеулерінің қорытындысы бойынша бұл су сульфатты-хлорлы-натрийлі, шамалы минералды шипалы жылы сулар қатарына жатады. Минералдылығы – бір литрде 2,2 грам. Химиялық құрамы тұрақты. Қышқылдығынан негіздігі басым. Жер бетіне шыққандағы жылуы – 37 градус. Физика-химиялық сипаты жағынан әйгілі «Шартақ» (Өзбекстан), «Жалал-Абад» (Қырғызстан), «Дон» (Ресей) шипажайлары суларына сәй-

кес келетін бұл судың емдік қасиеті де олардан артық болмаса кем емес. Құрамында денсаулыққа аса пайдалы күкірт, натрий, йод, бром, тағы басқа да элементтері бар «Манкент» шипалы суын ішуге де, ванна түрінде де көңінен пайдалануға болады.

Күкірт – тері ауруларын емдейтін көптеген дәрі-дәрмектердің құрамына кіреді. Натрий хлор иондарымен қосылып, асқазан қышқылдығын қалпына келтіруге әсерін тигізеді. Хлор өттің жүруін жақсартады. Бром ми жүйесін тынықтырады, ұйқыны түзейді. Йод зобқа қарсы әсер етеді, жарақаттардың жазылуына, буындарға шорланып жиналған артық тұздардың кетуіне септігін тигізеді.

Суды қашан, қалай пайдалануды науқастың жай-күйіне, жүрек, асқазан, ішек, бауыр, өт, бүйрек сияқты ағзаларының жағдайына, ауыруының түріне қарап емдеуші дәрігер белгілейді. Суды алғаш ішкенде оның мөлшері 100-150 мл-ден аспауы керек. Бір тәулікте ішуге пайдаланылатын шипалы судың мөлшері науқастың әр кило салмағына шаққанда 3,3 мл деп есептелінеді.

Асқазан сөлінің қышқылдығы көп болса суды тамақтан 10-15 минут бұрын, асықпай, сораптап ішкен жөн. Осылай ішкенде су асқазанда көбірек тұрып, оның қызметін жақсартады. Асқазан сөлінің қышқылдығы аз болса, суды тамақтан 1-1,5 сағат бұрын тез ішу керек. Мұндайда су асқазанда көп кідірместен лезде ішекке өтіп, оның қызметін күшейтеді де, асқазан қызметі баяулайды, қышқылдығы да азаяды.

Асқазан сөлінің қышқылдығы қалыпты жағдайдан ауытқымаған болса, шипалы суды тамақтан 35-40 минут бұрын ішеді.

Жылыдай ішілген су асқазанның, ішектің, өт жолдарының қозғалысын реттейді, тырысқанын, түйілгенін ке-

тіреді, өттің, іштің жүруін жақсартады. Зәрді қуалайды.

Шипалы су асқазанды, ұлтабарды жууға, өт жүргізуге (дюбаж), ішекті, қан ауруларын емдеуге қолданылады. Онымен мұрынды, ауызды, тамақты шаюға да болады.

Көп жыл бойы бақылаудың нәтижесінде «Манкент» шипалы суын мына төмендегідей ауруларды емдеуге пайдалануға болатыны байқалды: мұрын ішінің көбуі, мұрыннан су аға беретін аллергиялы ринит, қызыл иектің қабынуы, жиі қайталайтын тамақ баспасы; асқазан гастриті мен ұлтабар ішектің қабынуы, асқазан, ішек жаралары, өт қалтасының қабынуы, өт жолдарының ауруы, тоқ ішек кеселдері; буын аурулары, ревматизмнен, бруцеллезден қалған буын артриттері, омыртқа остеохондрозы, бел ауру; ұйқы бұзылуы, жүйке жұқарып, көңілдің қошы кетуі; әйелдердің жыныс аурулары; зоб ауруы; жұқпалы емес тері аурулары.

«Манкент» шипалы суын пайдалануға әрі мұнда ем алу үшін келуге тыйым салынатын жайттар мыналар:

– жоғарыда аталған кеселдердің қозған кезінде;

– қан қысымы қалыптағыдан жоғарылағанда;

– инфарктан кейінгі жағдайда;

– қияли ауруларға ұрынғанда;

– қояншық ауруы бар болғанда;

– қатерлі ісікте.

Шипажайда психотерапия тәсілдерін қолдану арқылы жасалатын ем сеанстары ашуланшақтық, күйгелектік, дегбірсіздік, сөз көтере алмау, тез жылап қалу, қорқыныш, ұйқысыздық, бас ауруы, тез шаршау сияқты жүйке жұқаруынан туындаған кеселдер кетеді. Жан азабы жеңілдейді. Бойға күш-қуат бітіп, төзімділік артады. Сабырлылық пайда болып, көңіл көтеріледі. Еске түсіру, есте сақтау қабілеті жақсарады.

Өмірге, еңбек етуге құлшыныс күшейеді. Денедің жасару процесі жүреді; жүрек тамырларының сығылуы, жүрек ауруы басылады. Жүрек ойнауы, суылдауы, осы кезде пайда болатын үрей кетеді; қан қысымы асық болса, төмендеп, кәдуілгі қалпына түседі; мұрын бітіп қалу немесе аллергияның салдарынан мұрыннан су аға беруі, өкпе демікпесі сияқты тыныс жолдарының аурулары жазылады.

Асқазандағы, ішектегі жаралар шорланып, тез арада бітуіне, өт жолдарының ашылуына, өт қалтасы, ішек ауруларының жазылуына септігін тигізеді. Тері ауруларының дерматит, псориаз, экзема, сүйел қаптап кету сияқты түрлері жазылады.

«Рахманов бұлағы» шипажайы

Санаторий 1964 жылдан бастап жұмыс істейді. Шығыс Қазақстан облысы Катонқарағай мемлекеттік ұлттық табиғи парк аумағында, Өскемен қаласынан 450 шақырым қашықтықта, Алтайдың қақ жүрегінде теңіз деңгейінен 1760 м биіктікте орналасқан. Рахманов бұлағы – Оңтүстік Алтайдың бірден-бір сұлу бөлігі. Ел аузындағы деректерге қарағанда, бұл бұлақтың ашылуы аяқ астынан болған. Бұдан 200 жыл бұрын Рахманов деген аңшы тауда бір маралды аяғынан атып алады. Сол күні аңшы жаралы маралмен бірге тау ішінде қонып қалады. Таңертең тұрса, жараланған маралы жоқ, жан-жағына қарап, жақын жерде бұлақтың ағып жатқанын көреді. Рахманов бұлаққа келіп, сол жерде жаралы маралдың аяғы бұлақ суына салынып, жазылып, маралдың қашып кеткенін байқайды. Рахманов өзіне ыстық бұлаққа тәжірбие жасауды жөн көріп, көп жылдан бері ревматизммен ауырған аяғын 3 күн бұлақ суына са-

лып, аяғының жазылғанын сезеді. Содан бері қарай бүкіл осы маңда тұратын халықтар емдік қасиеті бар бұлақты «Рахманов бұлағы» деп атап кеткен. Қазір мұнда көптеген ауруларды емдейтін «Рахманов бұлағы» курорты жұмыс істейді. Рахманов бұлағы қазіргі



химиялық классификация бойынша азотты – кремнилі минералды топқа жатқызылды, ол өзінің суының құрамы жөнінен «Белокурихи» және «Цхалтубо» санаторийлерінен еш кем емес, бірақ олардан емдеу күші жөнінен біраз ерекшеліктері бар.



Шипажай табиғаты

Радон суларын ішу арқылы асқазан – ішек аурулары, асқазан жараларын емдеуге болады. Климаты арқылы көптеген ауруларды: жоғарғы тыныс алу жолдарын, астма, қан аздықты емдеуге болады. Санаторий емдеу корпусарында, асхана және коттеждерде барлық жағдайлар жасалған.

Қарғалы пансионаты – Алматы қаласының шетінде, Іле Алатауы етегіндегі жеміс бағында орналасқан. Қарғалы пансионаты алғаш 1937 жылы алғашында аналар мен балаларға арналып, 1949 жылы жай «Демалыс үйі», 1984 жылы балаларға арналған орталық болып құрылды. Отбасыларға және ата-аналарға 4-тен 15 жасқа дейінгі балаларымен арналған бөлімдер бар.

Демалыс үйінде – физиотерапия, стоматологиялық, уқалау, дәстүрлі емес емдеу түрлері қолданылады. Пансионат жыл сайын жетім балаларға тегін жолдама үлестіріп отырды жолға қойған. Көңіл көтеру

бағдарламасы, спорт алаңдары жақсы ұйымдастырылған.

Қазақстан аумағында жоғарыда сипатталған курорттардан басқа да емдеу-сауықтыру орталықтары жетерлік. Санаторий-курорттық емделу адамзаттың денсаулығын қалпына келтіру үшін өте қажет. Туризмнің даму қарқыны – оның ішіндегі емдік туризм әлемнің көптеген елдерінде экономика саласының өркендеуіне өз септігін тигізеді, ал Қазақстан Республикасы үшін де осы жайт қапыда қалмайды деген ойды ұстанып отырмын. Осы жағдайға орай, егер де мемлекет тарапынан туризмнің осы түрін дамытуға қолдау көрсетілмесе, емдік туризм саласы құлдырауға ұшырауы ғажап емес. Осы істің жалғасын өрбіту үшін мемлекеттің назарын аудару біздің міндеттіміз. Қараусыз қалған санаторий-курорттық орындарды халқымыздың игілігіне қолдана білуіміз керек, олардың ішіне ертеде зерттелген табиғи емдік ресурстарды жатқыза аламыз.

БАҚЫЛАУ СҰРАҚТАРЫ

1. Қызметіне қарай демалыс орындарын қалай бөлеміз?
2. Курорттар емдік сипатына қарай нешеге бөлінеді?
3. Бальнеологиялық курорт дегеніміз не?
4. Табиғи-емдік факторларына байланысты демалыс орындарында қызмет көрсету қалай жіктеледі?
5. Елімізде қандай емдік-сауықтыру орталықтары бар? Олар жайлы қысқаша сипаттама беріңіз.

Негізгі ұғымдар мен терминдер

Әлеуметтік туризм – жұмыс берушінің және (немесе) өзге де үшінші тұлғалардың қаражаты есебінен толық немесе ішінара жүзеге асырылатын туризм;

Гид (гид-аудармашы) – уақытша болатын елдегі (жердегі) туристік ресурстармен таныстыру жөнінде туристерге экскурсиялық-ақпараттық, ұйымдастырушылық қызмет көрсететін, кәсіби даярлықтан өткен жеке тұлға;

Өз бетінше туризм – туристер өз бетінше ұйымдастыратын, жүріп-тұрудың белсенді тәсілдері пайдаланылатын саяхаттар;

Тур – белгіленген мерзімдер шеңберінде белгілі бір маршрут бойынша жасалатын саяхатты қамтитын туристік қызмет көрсетулер кешені;

Туризм – жеке тұлғалардың уақытша болатын елде (жерде) жиырма төрт сағаттан бір жылға дейін не жиырма төрт сағаттан аз уақытқа созылатын, бірақ түнейтін, ақылы қызметпен байланысты емес мақсаттағы саяхаты;

Туризм нұсқаушысы – тиісті біліктілігі және туристік маршруттармен жүріп өту тәжірибесі бар, кәсіби даярлықтан өткен жеке тұлға;

Турист – уақытша болатын елге (жерге) жиырма төрт сағаттан бір жылға дейінгі кезеңге келетін және ақылы қызметпен айналыспай, сол елде (жерде) сауықтыру, танымдық, кәсіби-іскерлік, спорттық, діни және өзге де мақсаттарда кемінде бір рет түнейтін жеке тұлға;

Туристерді орналастыру орындары – мейманханалар, мотельдер, кемпингтер, туристік базалар, қонақжайлар, демалыс үйлері, пансионаттар және туристердің тұруы мен оларға қызмет көрсету үшін пайдаланылатын басқа да үй-жайлар мен ғимараттар;

Туристік агенттік қызмет (тур-агенттік қызмет) – жеке және (немесе) заңды тұлғалардың (бұдан әрі – турагент) туроператор қалыптастырған туристік өнімді ұсыну және өткізу жөніндегі кәсіпкерлік қызметі;

Туристік ваучер – турдың құрамына кіретін қызметтерге туристің құқығын және олардың ақысы төленгенінің фактісін растайтын құжат;

Туристік жолдама – туристік қызмет көрсету кешенін алуға құқықты растайтын құжат;

Туристік қызмет – жеке немесе заңды тұлғалардың туристік қызмет көрсету жөніндегі кәсіпкерлік қызметі;

Туристік қызмет көрсету – туристің саяхаты кезеңінде және осы саяхатқа байланысты оның қажеттіліктерін қанағаттандыру үшін ұсынылатын қажетті қызмет көрсетулер (орналастыру, тасымалдау, тамақтандыру, экскурсиялар, туризм нұсқаушыларының, гидтердің (гид-аудармашылардың) қызмет көрсетулері және сапар мақсатына байланысты көрсетілетін басқа да қызметтер);

Туристік қызмет көрсетуге арналған шарт – өтемді туристік қызмет көрсету бойынша туристік қызметті жүзеге асы-

ратын тұлға мен туристің арасындағы келісім;

Туристік қызметті жүзеге асыратын тұлғалар – турагенттер, туроператорлар, туризм нұсқаушылары, сондай-ақ өз бетінше туристік қызмет көрсететін гидтер (гид-аудармашылар), экскурсоводтар;

Туристік қызметті жүзеге асыратын тұлғалардың мемлекеттік тізілімі – туристік қызметті жүзеге асыратын тұлғаларды есепке алу құжаты;

Туристік маршрут – туристің (саяхат кезінде) танымдық, спорттық, эстетикалық не өзге де мақсаттармен өту, қарау үшін белгіленген барлық географиялық мекендердің, болу нысандарының тізбесін көрсететін жүру жолы;

Туристік маршруттар мен соқпақтардың мемлекеттік тізілімі – туристік маршруттар мен соқпақтарды есепке алу құжаты;

Туристік операторлық қызмет (туроператорлық қызмет) – қызметтің осы түріне лицензиясы бар жеке және (немесе) заңды тұлғалардың туристік өнімді қалыптастыру, оны туристік агенттер мен туристерге ұсыну және өткізу, сондай-ақ Қазақстан Республикасының резиденті емес қалыптастырған туристік өнімді ұсыну мен өткізу жөніндегі кәсіпкерлік қызметі (бұдан әрі – туроператор);

Туристік өнім – саяхат барысында туристің қажеттіліктерін қанағаттандыруға жеткілікті туристік қызмет көрсетулер жиынтығы;

Туристік өнімді ұсыну – туристік қызмет көрсетуге бағытталған шаралар (жарнама, мамандандырылған көрмелер мен жәрмеңкелерге қатысу, туристік өнімді өткізу жөніндегі туристік ақпарат орталықтарын ұйымдастыру, каталогтар, буклеттер шығару және тарату) кешені;

Туристік ресурстар – туристік көрсету нысандарын қамтитын табиғи-климаттық, тарихи, әлеуметтік-мәдени, сауықтыру нысандары, сондай-ақ туристердің рухани қажеттіліктерін қанағаттандыра алатын, олардың дене күшін қалпына келтіріп, дамытуға жәрдемдесетін өзге де нысандар;

Туристік нарық – туристік қызмет саласындағы тауарлар (жұмыстар, қызмет көрсетулер) мен ақша айналысы;

Туристік сала – негізгі қызмет саласы туристік қызмет көрсету, туристік өнім жасау, оларды ішкі және халықаралық нарықтарда ұсыну мен өткізу болып табылатын экономика саласы;

Туристің төтенше жағдайға ұшырауы – туристің саяхаттан оралмауы, сондай-ақ туристің қаза болуына немесе оның денсаулығына зиян келтіруге әкеп соққан немесе әкеп соғуы мүмкін авария, зілзала немесе апат нәтижесінде туындаған, саяхат кезінде белгілі бір аумақта болған оқиға;

Уәкілетті орган – туристік қызмет саласындағы мемлекеттік басқару функцияларын жүзеге асыратын орталық атқарушы орган;

Экскурсант – уақытша болатын елдегі (жердегі) туристік ресурстарды танымдық мақсатта жиырма төрт сағаттан аспайтын уақытқа барып көретін жеке тұлға;

Экскурсия – жеке тұлғаның уақытша болатын елдегі (жердегі) туристік ресурстарды танымдық мақсатта жиырма төрт сағаттан аспайтын уақытқа барып көруі;

Экскурсиялық қызмет – уақытша болатын елдегі (жердегі) туристік ресурстарға танымдық мақсатта келуді ұйымдастыру жөніндегі кәсіпкерлік қызмет, ол туристерді орналастыру (түнету) жөніндегі қызметті көздемейді

және жиырма төрт сағаттан аспайтын мерзімді қамтиды;

Эксурсовод – уақытша болатын елдегі (жердегі) туристік ресурстармен таныстыру жөнінде туристерге

эксурсиялық-ақпараттық, ұйымдастырушылық қызмет көрсетуге сай біліктілігі бар, кәсіби даярлықтан өткен жеке тұлға.

1. Актуальные вопросы теории и практики туризма. / Под ред. С.Р. Ердавлетов. Сб. материалов Республиканского научно-теоретической конференции. – Алматы: Қазақ университеті, 1999. – С. 40-47.
2. Агабабян Э.М., Пузин И.Н. Производство – потребление: Перестройка механизма взаимодействия. – М.: Экономика, 1991.
3. Аймагамбетов Е.Б. Соотношение производственной и непроизводственной сфер экономики (на материалах Казахской ССР). – Алма-Ата: Наука, 1988.
4. Баркан Н.А., Ядгаров Н.С. Качество услуг и культура обслуживания населения. – М.: Легкая и пищевая промышленность, 1984.
5. Волошин В.Г. Роль общественных организаций в развитии индустрии туризма. // Деловой мир Казахстана. – 1998. – №6. – С. 55-57.
6. Гребнев Л.С. Человек в экономике: теоретико-методологический анализ. Автореф. дисс. д-р экон. наук. – Москва, 1993. – С. 206.
7. Дуйсен Г.М. Основы формирования и развития индустрии туризма в Казахстане. – Алматы, 2002.
8. Дуйсен Г. Национальные парки Казахстана и их роль в развитии туризма. // Транзитная экономика, 1998. – №4. – С. 50-54.
9. Дуйсен Г. Моделирование и прогнозирование индустрии туризма на этапе ее становления в Республике Казахстан. // Экономика и статистика, 2003. – №1.
10. Ердавлетов С.Р. География туризма: история, теория, методы, практика. – Алматы, 2000.
11. «Жібек жолының тарихи орталықтарын қайта өркендету, түркі тілдес мемлекеттердің мәдени мұрасын сақтау және сабақтастыра дамыту, туризм инфрақұрылымын жасау» атты Қазақстан Республикасының Мемлекеттік бағдарламасы туралы: Қазақстан Республикасы Президентінің 27.02.98.№3859 Жарлығы // ҚР-ның Президенті мен ҚР-сы Үкіметінің актілер жинағы. – Алматы, 1998. – №6.
12. Закономерности развития непроизводственной сферы и повышение жизненного уровня / В.Е. Козак, В.Н. Новиков, Л.Т. Верховодова и др. АН УССР, Институт экономики. – Киев: Наук. думка, 1989.
13. Квартальнов В.А. и др. Экономика туризма. – М.: Финансы и статистика, 2001.
14. Костровицкий А. Системный подход к исследованию рекреации // Рациональное использование природных рекреационных ресурсов и охрана окружающей среды. – М., 1977.
15. Крылова Г.Д., Соколова М.Н. Маркетинг. Теория и 86 ситуаций: Учебное пособие для вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000.
16. Қазақстан Республикасының «Туризмді дамыту тұжырымдамасы». – Астана, 2001.

17. Қазақстан туризмі. 2012 жыл. – Статистикалық жинақ, 2012.
18. Маркетинг: Учебник /Ассоциация авторов и издателей «Тандем». – М.: ЭКМОС, 1999.
19. Маркова В.Д. Маркетинг услуг. – М.: Финансы и статистика, 1996.
20. Никитинский Е. Нехоженых троп еще немало //Казахстанская правда, 26 сентября, 2003.
21. Николаенко Д. В. Рекреационная география: Учебное пособие. – М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 2001.
22. Панов И.Н. Экологический туризм и его роль в устойчивом развитии территорий // Вестник Московского университета, серия 5. География, 1998. – №6. – С. 13-18.
23. Постановление Правительства РК от 10 ноября 2000г. № 1692 // О Концепции развития и размещения особо охраняемых природных территорий Республики Казахстан до 2030 года.
24. Сагимбаев Г.К. Непроизводственная сфера народного хозяйства Казахстана и перспективы ее развития. – Алма-Ата.: Казахстан, 1975.
25. Селезнев А.З. Нематериальное производство и экономический рост. – М.: Наука, 2001.
26. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. Т.1. – Л.: Гос. соц.-экон. издат., 1935. – С. 278-303.
27. Современный маркетинг. Учебник В.Е.Хруцкого, И.Б.Корнеева и др. – М.: Финансы и статистика, 1991.
28. Тарасов А.И. Рекреационное природопользование. – М., 1980.
29. Туристік қызмет туралы ҚР-ның Заңы: Заң актілерінің жинағы. – Алматы: ЮРИСТ, 2002.
30. Туризм жөніндегі үйлестіру кеңесін құру туралы: ҚР-сы Үкіметінің 30.10.00 ж. №1631 қаулысы // Қазақстан Респ. През. мен ҚР-сы Үкімет актілерінің жинағы. – 2000, №44-45. – С. 209-212.
31. Д.Турлыханов. Туризм в Казахстане. // Казахстанская правда. 21 декабря. – №277-278, 2002.
32. Челенков А.П. Маркетинг услуг: макросреда индустрии сервиса. // Маркетинг, 2002.
33. Шеденов У.К., Базиков А.А. Эффективность и качество услуг в условиях интенсификации общественного производства. – Алматы: Наука, 1987.

«Кәсіптік білім» сериясы

Жолдасбеков Әбдіманат Әбдіразақұлы

**ТУРИСТИК КЕШЕНДЕРДЕ
ҚЫЗМЕТ КӨРСЕТУ**

Оқу құралы

*Редакторы Назерке Рамазанова
Техникалық редакторы Эльмира Заманбек
Көркемдеуші редактор Жеңіс Қазанқапов
Корректоры Назгүл Бимағанбетова
Компьютерде беттеген Эльмира Заманбек*

Басуға 13.05.13 қол қойылды.
Пішімі 70x100 $\frac{1}{16}$. Қағазы офсеттік. Офсеттік басылыс.
Шартты баспа табағы 12,35.
Тапсырыс №0094. Таралымы 1000 дана.

«Фолиант» баспасы.
010000, Астана қаласы, Ш. Айманов көшесі, 13
«Фолиант» баспасының баспаханасында басылды