

«ТҰРАН-АСТАНА» УНИВЕРСИТЕТІ

А.Е.АЯПБЕКОВА, ДЕМЕУОВ А.Б.

ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ТУРИЗМ ГЕОГРАФИЯСЫ
Оқу құралы

Нұр-Сұлтан, 2019

ӘОЖ 379.8(075.8)

КБЖ 65.43Я73

А 99

Пікір білдірушілер:

Рамазанова Н.Е. доктор PhD

Жакупов А.А. доктор PhD

Баймолдаева А.Т. г.ғ.к., доцент

Аяпбекова А.Е., Демеуов А.Б.

А 99 Халықаралық туризм географиясы: Оқу құралы/ Аяпбекова А.Е., Демеуов А.Б. –Нұр-Сұлтан: «Тұран-Астана» унив., 2019 – 159 б.

ISBN 978-601-7871-84-0

Оқу құралы жоғары оқу орындарында туризм, география мамандықтары бойынша оқытылатын «Халықаралық туризм географиясы» пәнінің теориялық-қолданбалық негіздері қарастырылып, аумақтық туризм географиясының қалыптасуы мен ерекшеліктері талданған. Оқу құралы материалдары туристермен, географтарды дайындау барысында мамандыққа қажет мөлшерде білім қалыптастыруға мүмкіндік береді. Оқу құралында туризм дамуының алғышарттары, оның халық шаруашылық салалары жүйесіндегі орны, ғылыми-техникалық революция жағдайындағы даму факторлары мен шарттары, негізгі критерийлері мен ұғымдары, аумақтық рекреациялық құндылықтарын бағалау критерийлері мен әдістері, туристік аудандастыру, туристік өнімді өндіру және сату сияқты мәселелер қарастырылған.

Туризм мамандығы бойынша оқитын ЖОО студенттері мен магистранттарына сонымен қатар, туристік-өлкетану жұмысының негіздерін оқытатын оқу орындарына арналған. Оқу құралы туристік-рекреациялық пәндерді жүргізетін оқытушыларға, туризм қызметкерлеріне және туризмге қызығушылық білдіретін оқырмандарға арналған.

ӘОЖ 379.8(075.8)

КБЖ 65.43Я73

«Тұран-Астана» университеті Ғылыми кеңесімен
баспаға ұсынылды

ISBN 978-601-7871-84-0

© Аяпбекова А.Е., Демеуов А.Б.
© «Тұран-Астана» университеті, 2019

МАЗМҰНЫ

	Кіріспе	4
1	Географиялық ғылымдар жүйесінде туризм географиясы	5
1.1	Туризм географиясын дамытудың негіздері	5
1.2	Туризм географиясында қолданылатын зерттеу әдістері	10
1.3	Туризм географиясының тарихи-географиялық зерттеулері мен ізденістері	24
1.4	Туризм географиясының жетілдіру бағыттары	34
2	Туристік ресурстар және туризм индустриясы	52
2.1	Туризм географиясының қызмет көрсету түрлерінің мүмкіндіктері	52
2.2	Туризмнің тұрақты даму мәселесін ғаламдық құбылыс ретінде зерттеудің әдістемелік негіздері	81
2.3	Халықаралық туризм географиясы дамуының әлеуметтік-экономикалық дәрежесі	105
3	Қазақстан туризмінің географиясы	113
3.1	Қазақстанның аймақтық туризмнің географиялық моделдері	113
3.2	Туристік аудандар түрлері мен құрылымы	119
3.3	Қазақстандағы туризмнің аймақтық даму проблемалары мен перспективалары	136
	Қорытынды	152
	Анықтамалар	153
	Пайдаланған әдебиеттер	155

КІРІСПЕ

Туризм тек қана өзінің сарқылмас потенциалымен әлемге танылмай, сонымен қатар мемлекеттер мен елдердің арасында өзінің нақты заңдарын анықтады, сол сияқты бүкіләлемдік туристік жүйелерді байланыстырды.

Қазақстан сирек кездесетін табиғи қорлары мен көшпелі халық мәдениетіне, халықаралық және аймақтық рыноктерде туризмнің дамуы үшін үлкен іске аспаған потенциалға ие, Осы мүмкіндіктерді тиімді пайдалану республикамызды халықаралық туризм нарығына және елімізде туризмнің жоғары деңгейіне жетуіне ықпал етеді. Туризмнің дамуы халықты жұмыспен қамтамасыз етеді және табысы көбейеді, жапсарлас туризм салаларының дамуын ынталандырады және ұлттық экономикаға инвестицияларды құю үлкейеді.

Ұсынып отырған оқу құралы «Туризм», «География» мамандықтарында білім алушы студенттер мен магистранттарға арналған. Студенттер мен магистранттар әлемдегі және Қазақстандағы туризм дамуымен танысады, сонын ішінде қызмет көрсету саласымен туризм түрлерімен, туристік формалдылықтармен.

Оқу құралы мазмұнында географиялық ғылымдар жүйесінде туризм географиясы орны мен туризм географиясында қолданылатын зерттеу әдістері; халықаралық туризм географиясының мәселелерін жүйелеу, зерттеу тәсілдерін меңгеру; халықаралық туризм географиясының мәні мен табиғаты жөніндегі ғылыми көзқарастар қарастырылады.

1. ГЕОГРАФИЯЛЫҚ ҒЫЛЫМДАР ЖҮЙЕСІНДЕ ТУРИЗМ ГЕОГРАФИЯСЫ

1.1 Туризм географиясын дамытудың негіздері

Қазіргі әлемге тән белгілердің бірі - өркениет дамуының маңызды факторлары ретінде қалыптасып келе жатқан табиғат пен қоғамның күрделі объективті заңдарына бағынатын бұқаралық сипаттағы туризмнің қарқынды дамуы болып табылады. Туризмнің мәні -бір жағынан адамдардың рухани және физикалық күш-қуатын қалпына келтіруге қажетті демалысты ұйымдастырудың әдістері мен формаларын қарастыратын болса, екінші жағынан туристер қаржысы есебінен дамитын экономиканың тиімділігі жоғары саласы болып саналуында.

Әлемдік туризмнің қарқынды дамуына байланысты Қазақстанның жекелеген өңірлеріне деген сұраныс күннен-күнге артып келеді. Еліміздің жеке өңірлері туризмнің қалыптасып тұрақты дамуына мүмкіндік беретін туристік-рекреациялық ресурстармен қамтамасыз етуші болып табылса, екінші жағынан туризм арқылы әлеуметтік экономикалық мәселелерін шешу өңірдің экономикасының өркендеуіне алғышарт жасай алатындай мүмкіндіктері бар мультипликативті нәтижеге ие болуымен ерекшеленеді. Соған қарамастан, елімізде туризмді тұрақты дамытуды қамтамасыз етуге деген көзқарас туризмді біртұтас ашық жүйе ретінде қарастырылмағандықтан, аталған саланың дамуын қамтамасыз ететін барлық түйінді мәселелер әлі де шешуін тапқан жоқ.

XX ғасырдың 60-жылдарына дейін туризмді ұйымдастырудың ғылыми тұрғыда зерттелулері КСРО кеңістігінде болмады. Туристік көпсалалы ғылыми орталық Қазақстанда да әлі күнге дейін шешуін таппай отыр. Туризм индустриясын ұйымдастыру мен басқарудың жалпы мәселелері теориялық тұрғыда А.Ю. Александрова, Ф.Котлер, М.Б.Биржаков, А.П.Дурович, Н.И.Кабушкин, В.А.Квартальнов, С.Р. Ердәулетов, К. Купер, А.Д. Чудновский, ал туризм мен қызмет көрсету салаларын болжау мен жоспарлау мәселелері Е.В. Башмачников, Ю.В. Кузнецов, В.И. Никифоров, Ю.С. Путрик, В.Б.Фраймович, өңірлік туризмді дамыту және оның өңірдің әлеуметтік-экономикалық жүйесіне тигізетін әсерін бағалау мәселелері В.В.Громов, В.Г.Гуляев, К.Каспар, В.А. Морозов, А.А.Татаринов, К.В.Хартанович еңбектерінде жан-жақты талданған. Туризмнің педагогикалық проблемаларымен А.А.Остапец-Свещников, В.Н.Вуколов, А.А.Саипов, А.Жолдасбеков, В.Фомин.т.б. еңбектерінде көрініс алады. Туристік-рекреациялық іс-әрекеттер әртүрлі бағытта 1960 -1990 жылдары қарқынды дамуда болды.

Туризм географиясын туристік қозғалыс барысында табиғи және антропогендік жағдайларға қатысты географиялық пән ретінде қарастырамыз. Поляк зерттеушісі С.Лещицкий туризм географиясына өзіндік анықтама берген (1932 ж). Оның зерттеулерінің құндылығы

ландшафтылық тұрғыда баға берумен қатар, туристік іс-әрекеттерді табиғи ландшафт жағдайында ұтымды пайдалана отырып оны экономикалық тұрғыда саралауы. Я.Варшинский, А.Яцковский, В.Храла зерттеулерінде туризм географиясын кеңістік тұрғыда қарастыра, олар сол кеңістіктегі құбылыстарды түсіндіруге тырысады. Нарық жағдайы мен тұрақты даму барысында туризм индустриясын басқарудың әдіснамалық негіздерін әр бағытта талдауды шетелдік ғалымдардың: Б.Арчер, Р.Бентли, Я.Гезгала, Я.Криппендорф, Р.Дэвидсон, Х.В.Опашовски, В.Фрейер, Д.Флетчер т.б. ғылыми басылымдар мен еңбектерінен көреміз. Ресейлік зерттеушілердің В.И.Азар, О.В.Аристова, В.А.Квартальнов М.Б. Биржаков, Г.А. Карпова, т.б. туризм мәселелеріне арналған ғылыми еңбектерін атап өткен орынды. Олардың зерттеулерінде негізінен туризм түсініктері, анықтамалары, рекреациялық туристік әрекеттер туралы жалпы теориялық және әдіснамалық қолданбалы аспектілер басым және Ресей, Кавказ, Қара теңізі аумақтарына байланысты материалдарға негізделген.

Территориялық рекреациялық кешендердің қалыптасуы мен дамуының теориялық негіздері М.А.Абрамов, В.С.Преображенский, Ю.А.Веденин, А.В.Гидбут, Е.А. Котляров, А.Г.Мезенцев еңбектерінде қарастырылады. Бірақта, бұл ғылыми жұмыстар 1970- жылдардың соңы мен 1980-жылдардың бас кезеңіне тура келеді. XX ғасырдың 60 — 90 жылдарына география ғылымында туризм дамуының әдіснамалық теориялық базасының қалыптасуының ғылыми негіздері қаланғандығын анықтадық. Сонымен қатар, туризмді тұрақты дамыту концепциясына сай қалыптастырып дамытуда географиялық негізге сүйене отырып орындалған ғылыми зерттеу жұмыстары санаулы. Ресейлік ғалым зерттеушілер В.С.Преображенский, И.Т.Твердохлебов. Н.С.Мироненко, т.б. және Қазақстандық ғалым С.Р.Ердәулетов т.б. туризм географиясы зерттеулерін экономикалық және әлеуметтік географиясы тұрғысында қарастырады. Э.Б.Алаев зерттеулерінде экономикалық география негізінде ойкуменаның рөліне басты назар аударады. «Экономикалық әлеуметтік географияны танып білуде ойкумена рөлі басым. Ол жердің географиялық қабаттарындағы адамдардың тіршілік игерген ортасы. Онда шаруашылық салаларының адамзат қоғамының тіршілік ету формасына байланысты құралған» деген тұжырымын кездестіреміз. Бұдан біз ойкуменаның тек қоғамдық ортаны қамтымайтындығын қоршаған орта мен географиялық кеңістік уақыт параметрлерін қамтитындығын байқаймыз. Туризмдегі, демалыстағы зерттеулерде физикалық географиялық, геоэкологиялық мәселелер нашар қарастырылған, кешенді зерттеулер қалыптаспаған. Сондықтанда ғылыми проблема ретінде Қазақстан Республикасындағы туристік іс-әрекеттердің аумақтық дамуының тұрақты даму жолдарын оның теориялық әдіснамалық негізін, ғылыми-физикалық географиялық тұрғыда қарастыру қажеттілігі туындайды.

Туризм түсінігіне ғылыми-теориялық, әсіресе географиялық тұрғыдан нақты анықтама беру әлі де болса толық қарастырылмаған.

Халықаралық туристік Академия берген анықтамада (Монте Карло): Туризм - көңіл көтеру, демалу немесе емделу үшін жаяу немесе қандай да бір көлік түрімен жасалатын саяхат.

Біздің ойымызша, туризм терминінің анықтамасы географиялық және экономикалық бағытта берілу керек. Солардың қатарында туризмге экономикалық тұрғыдан Г.А.Папирян: «Туризм - ол қызметтер жиынтығы, оларды тұтыну барысында ғана байқауға болады және ол өндірістік өнім сияқты жүйелі түрде ұдайы өндірілмейді» - десе, П.В.Шульгиннің ойынша, қазіргі туризм анықтамасы 2 көзқарасты көрсетеді. Оның бірі туризм индустриясы - халық шаруашылығы құрылымында ерекше саланың қалыптасуы. Ол барлық келушілерге сұраныстарын қанағаттандыру үшін маманданған бірқатар өндірістік қызметтер мен қызмет көрсету мекемелерінің жиынтығы. Екіншісі, туризмді дербес салаға бөлу. Егер туристік мекемелерге қатысты туризмнің өзіне тән еңбек ұсынысының ортасы болса, онда бұл қызмет туризмді дамыту және ұйымдастыру ерекшеліктеріне байланысты болады деген ұғымды қалыптастырады. Осы көзқарасқа байланысты «Туризм - рекреация, емдік, танып білу және әр түрлі туристік іс-әрекеттер жиынтығымен байланысты адамдардың уақытта және кеңістіктегі қозғалысы». Бұл анықтама географиялық мәнге ие. Туризмнің негізгі түсініктерін анықтай отырып оның дамуына себепші болатын және әсер ететін факторлары - экономикалық - әлеуметтік - географиялық - демографиялық - саяси-этникалық - құқықтық болып келеді. Сондықтан да біздің ойымызша қазіргі кезде туризмді - экономика - шаруашылық саласы, бизнес көзі, кәсіпкершілік әрекеті, таным нысаны, спорт және демалыс деп атау орынды.

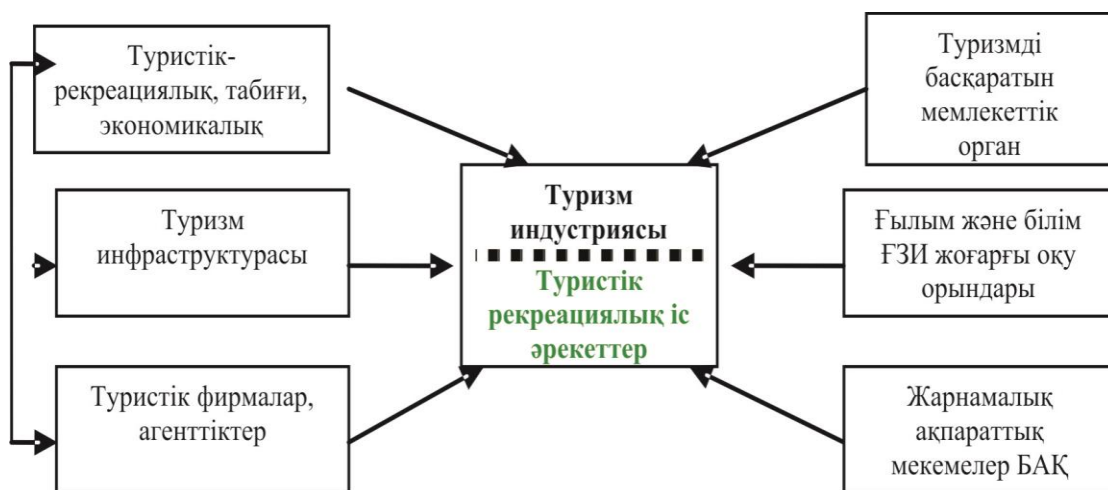
XX- ғасырдың 60-жылдарында физикалық және экономикалық география ғылымдары зерттеулері негізінде демалыс және туризм географиясы қалыптасты. Кейінірек бұл атау рекреациялық география түсінігіне ие болды. Туристерді ландшафт көріністері, табиғат құбылыстары мен заңдылықтары, табиғат ресурстарының алуан түрлілігі қызықтырады. Ал рекреациялық іс-әрекеттерді жүзеге асыруда туризмге қажетті материалдық техникалық база, тұрғын жайлар, көлік түрлері инфрақұрылымдық салалардың дамуы қажет. Бір сөзбен айтқанда, туризм инфрақұрылымы географиялық зерттеу нысандарына жатады. Онымен экономикалық және әлеуметтік география саласы айналысуға тиісті. Қазіргі Ресейлік және Қазақстандық зерттеулер туризм географиясын экономикалық география саласына жатқыза отырып, әртүрлі ғылыми тұжырымдамалар беруде.

География ғылымында жалпы жүйелеу теориясы эволюциялық жолмен жүргізілгені белгілі. Осы көзқарасқа байланысты геожүйелік парадигма физикалық географияда орын алды - В.Б. Сочава, А.Г. Исаченко, В.В. Николаев, Н.А. Гвоздецкий, Ф.И.Мильков, ал содан кейін ол экономикалық және әлеуметтік география ғылымына енді. Оның

зерттеу элементтерін аумақтық ұйымдастыруға, аудандастыруға байланысты мәселелерді Н.Н. Баранский, Э.Б. Алаев, Ю.Н. Гладкий, А.И.Чистобаев, М.Д. Шарыгин еңбектерінен байқаймыз. Рекреациялық география ғылымының негізін қалаушылар В.С. Преображенский, Ю.А. Веденин, Н.С.Мироненко, Т.Твердохлебовтардың аумақтық рекреациялық жүйе категорияларына байланысты зерттеулерінен көреміз. Туризм дамуын жүйелілік тұрғысынан зерттеу А.Ю. Александрова, С.Р. Ердаулетов, В.С. Квартальнов, В.И. Азар, И.В. Зорин, мақалалары, зерттеулері негізінде қарастырылды.

Туризм географиясындағы аумақтық, рекреациялық жүйе географиялық жүйе негізінде біржақты қарастырылуда. Туристік іс-әрекеттер жоспарланған, жан-жақты географиялық зерттеулерден өте отырып, туризмдегі басты әдіснамалық принциптерді сақтауды талап етеді. Тек сонда ғана рекреациялық туристік ресурстарды ұтымды пайдалану, орналастыру және адамдардың мұқтажына жаратудың тиімді жолдары қалыптасады. Туризм индустриясы терминінің анықтамасын алғашқы рет П.Г. Олдак берген: «Туризм индустриясы - туризм қызметін сату және құруға маманданған қызмет көрсетуші мекемелермен немесе туристердің төлеу қабілеттілік сұранысын қанағаттандыруға мамандандырылған экономиканың бөлек саласы» және И.В. Зорин, В.А. Квартальнов пікірлерінше: «Туризм индустриясы» — таза экономикалық категория ретінде санайды.

1 суретте көрсетілгендей Қазақстан туризм индустриясының құрылымы жаңа туристік саясаттың құрылуына негіз бола алады..



1 Сурет. Қазақстан туризм индустриясының құрылымы

«Туризм индустриясы — бұл табиғаттың рекреациялық байлығына сүйенетін, сервис инфрақұрылымының барлық формалары кіретін, демалу және көңіл көтеруге сұранысын қанағаттандыратын, шаруашылық, өндірістік және әлеуметтік қызметтің көпқырлы жүйесі. Туризм тек қана кешенді түрде қарастырылатын, зерттелетін күрделі мәселелерге толы.

Біздің берген нұсқамыздың негізгі айырмашылығы - табиғи рекреациялық әлеуетін анықтау. Қазақстан Республикасы үшін табиғи рекреациялық мүмкіндіктер факторы оның табиғатының, қайталанбайтын көрінісі жағынан тең келмейтін байлық және оны туристік іс-әрекеттерде қолданысқа енгізу болып табылады. Демек, туризм индустриясы қиын да тығыз күрделі экономикалық жүйе ретінде қарастырылады. Туристік рекреациялық іс-әрекеттермен қарым қатынаста.

Бұл үшін Қазақстан аумағы бойынша 700-ден астам саяхаттық маршруттар белгіленген. Рекреанттарға Қазақстанда сыйымдылығы 33 мың орынды 372 әртүрлі деңгейлі қонақ үйлер қызмет көрсетеді. 2018 жылы елімізге келушілер саны 2006 жылмен салыстырғанда 30 пайызға жуық, ал көрсетілген қызметтің жалпы көлемі 50 пайызға өскен. Алайда бұл басқалармен салыстырсақ ауыз толтырып айтатын жетістік емес. Түркияға жылына 28 миллион, ал Францияға 72 миллион турист барады екен. Олар үшін туризм тек табыс көзі ғана емес, ел-жер тарихын жеткізудің, экономиканы дамытудың басты бағыты Қазіргі кездегі туризм саласының дамуы ел экономикасына, табиғи тарихи және мәдени мұра қорына, ең бастысы мемлекеттің географиялық саяси орнымен де есептелінеді (кесте 1).

1 кесте

2018-жылы Қазақстан Республикасында туризмнің түрлері бойынша қызмет көрсетілген туристер саны

Көрсеткіштер	Қызмет көрсетілген туристер		
	адам	%	%
Барлығы	292738	Туризмнің түрлеріне	Елдерге
Сырттан келетін туристер	31367	10,7	100
ТМД	3546		11,3
басқа елдер	27821		88,7
сыртқа шығатын туризм	154885	52,9	100
ТМД	17219		11,1
басқа елдер	137666		88,9
ішкі туризм	106486	36,4	
Ескерту – кесте Қазақстан Республикасы Статистика жөніндегі агенттігінің деректеріне сәйкес құрылған (2018ж.)			

Олардың туристік рекреациялық даму орталықтары Еуропа елді мекендерінен тысқары Азия, Латын Америкасы аумақтарына таралуда. ТМД елдері ішінде Ресей мен Орталық Азия елдеріне деген қызығушылықтар артқанын көреміз Бірақта біздің елде бұқаралық сипаттағы туристік ағын енді ғана басталғандықтан БТҰ болжауы бойынша 2020 жылы дүниежүзілік туристік нарыққа ең алдымен Орта Шығыс, Оңтүстік Азия мен Тынық мұхиты жағалауы елдері өздерінің географиялық тарихи мәдени мұрасы есебінен туристерді тарта

алатындығын анықтаймыз . Қазақстанға әр жыл сайын келетін шетелдік туристер санының өсуі 2020 жылы 770 мың туристке жетіп, еліміздің дүниежүзілік туристік қозғалыс ағынындағы үлес салмағы 0,7 %-ға дейін артуы ықтимал.

1.2 Туризм географиясында қолданылатын зерттеу әдістері

Туризм саласындағы алғашқы теориялық зерттеулерді ХХ-ғасырдың жиырмамыншы жылдарында Францияда Р. Бланшер, Италияда А. Мариотт қарастырды. Олар Еуропадағы туристік қозғалыстар мен Альпі таулы аумағындағы туристік шаруашылықты дамыту мәселелерімен айналысып бірнеше құнды еңбектер жариялады. ХХ-ғасырдың отызыншы жылдарында туризм географиясының мазмұндық саласына, Германияда - Р. Глюксман, А. Борман, Х. Позер, Францияда - Д. Мидж, Швейцарияда - В. Унцикер, Жапонияда - М. Сато, К.Мисава, Й. Танаике, К. Танака, Т. Осаки сонымен қатар, АҚШ-та - Р. Браун, К.С. Мак-Мерри көптеген өзгерістер мен толықтырулар енгізді. Олардың зерттеулерінде туризмнің ауылдық елді мекендер мен жергілікті жердегі кеңістік пен туристік ресурстарға тигізетін әлеуметтік-экономикалық әсерлер туралы болды. Еуропа ғалымдарының зерттеулер нәтижесінде Берлинде жоғарғы сауда мектебінің жанында (1929 - 1934 жж.) алғаш рет туризм зерттеу институты ашылып, алғаш туризм теориясының іргетасы қаланды. Туризмді ғылыми тұрғыдан қарастырған, мамандар даярлайтын жоғары білім беретін бірінші туристік орталық болып Ягеллон университетінің жанынан 1970 жылы М. Бачваров ашқан Краков туризм студиясы. Сол жылдары поляк географы С.Лещицкийдің туристік теориялық зерттеу еңбектері жарық көрді. КСРО-да 1960-жылдардан бастап демалыс пен туризм, демалыс орындары орналасатын аудандарды жоспарлау жұмыстары қолға алынды. Табиғат кешендерін рекреациялық бағалауды Л.И.Мухина (1973 ж.), олардың рекреациялық сыйымдылығын, рекреациялық салмаққа тұрақтылығын Н.С. Казанская (1972ж.), Е.Г.Шеффер (1973ж.) анықтау мақсатында зерттеулер жүргізді. М.В.Ломоносов атындағы ММУ-тің ландшафттанушы ғалымдары Е.Д. Смирнова, В.Б.Нефедова, шипажайлы емдік сауықтыру аймақтарында географиялық зерттеу бағытында қолданбалы зерттеулер жүргізіп, рекреациялық аумақтарды анықтап пайдалану туралы ұсыныстар жасады. Осыған орай рекреациялық аудандастырудың мәні анықталып, қағидалары мен әдістері жасалынды. Экономикалық-географиялық сипаттама беру бағытын көздейтін И.В.Зорин (1969ж.), Б.Б.Родоман (1971ж.), М.Бачваров (1970ж.) зерттеулері маңыздылығы өте жоғары. Туризм экономиканың бір саласы ретінде қарастырыла отырып экономикалық тұрғыдағы зерттеулер П.Самуэльсон, К.Эрроу, В.Леонтьев концепциялары әртүрлі шаруашылықты стратегиялық жоспарлаудағы, И.А. Александрова., А.И. Анчишкин, Н.Е. Колосовский, А.Г. Аганбегян, А.М. Алексеев, т.б.,

аумақтық жүйелердің әртүрлі деңгейдегі даму теориясы мен практикасы негізделді. Ресейлік және шетел ғалымдары В.Г. Гуляев, Е.П. Голубков, Ф. Котлер, Е. Криппендорф, А.М. Лавров және т.б. аумақтық рекреациялық кешендердің даму проблемасын маркетингтік тұрғыда қарастырды. 1973 жылы алғаш рет КСРО-да профессор В.С. Преображенскийдің мектебі (КСРО Ғылым Академиясының География институты) алғаш рет рекреациялық аудандастыруды жүзеге асырып оның нәтижелері 1980 жылы нақтыланып іске аса бастады. КСРО аумағы 4 аймаққа, 20 ауданға бөлінді. Бес жыл өткен соң И.В. Зорин рекреациялық аудандастыруды нақтылай отырып, КСРО аумағын 5 аймаққа, 31 ауданға бөлді. Ал КСРО-ның ыдырауына байланысты Ресейдің халықаралық туризм академиясының ғалымдары ТМД елдерінің аумағын 4 рекреациялық аймаққа, 20 ауданға бөлген (2008 ж).

Қазақстанда табиғи шипажайлық жергілікті жерлерді анықтау бағытындағы экспедициялық зерттеулер 1930-жылдары жүргізіле бастады. Экспедицияның құрамына бальнеолог М.С. Лавров, климатолог Н.Н. Коростелев, инженер-химик Э.Э. Картерс, сонымен қатар дәрігерлер енді. Олар Қу, Аяқ Қалқан минералды су көздерін зерттеп, емдік мақсатта пайдалану мүмкіндіктерін анықтады. Ұлы Отан соғысы аяқталған соң, Қазақ КСР-ның ғылым академиясының емдік және экспериментальды хирургия институтының курортология секторының ғылыми зерттеушілері Б.А. Атшабаров, Ш. Сабденов Қапал-Арасан шипажайында науқастарды сумен емдеу әдістерін одан әрі жетілдіру жұмыстарын бастады. Географиялық зерттеулер Қазақстандық ғалымдар тарапынан 1970-2010 жж А.С. Бейсенова, А.Р. Медеу, Ж.Д. Достай, В.П. Благовещенский, И.В. Северский, Г.В. Гельдиева, Г.М. Джаналеева жүргізді. Туризмнің маңыздылығы жөніндегі теориялық-әдіснамалық анықтамаларды отандық С. Р. Ердәулетов (1993ж.), А.М. Мелдебеков (1998ж.), С. Тілеубергенов (1995ж.), К. Мусин (1997ж.), Д. Вудворд (2008ж.), Е.А. Токпанов (2008ж.) зерттеулерінен және т.б ғылыми танымдық әдебиеттерде кездестіруге болады. Қазақстанда туризм географиясының ғылыми зерттеу бастамасы 1970-жылдары Мемлекеттік жобалау институтынан (Казгипроград) басталды. Онда әртүрлі маман иелері Қазақстанның туризмінің аумақтық орналасу мәселелерімен айналысты. Алғашқы туристік зерттеулерге С.Р.Ердәулетовтің «Жамбыл облысында 1990 - 2005 жж. туризм индустриясын даму және орналасу схемасы 1993 жылы ҚР туризм индустриясының ұлттық даму бағдарламасы жасалынды. Л.К.Чиковани, М.К.Назарчук, Н.Н.Гировка, Т.Б. Байзақов, С.Н. Дудукалова. И.Л. Фишман, О.Е. Фирсова туристік карталары пайда болды. 2008 жылы Туризм және спорт министрлігі тапсырысымен Қазақстан республикасы туристік карта-схемасы құрастырылды, авторлары — Т. Бекбергенов, Б. Кожаметов, Г. Парамонов. Алматы облысының ландшафт-экологиялық 1:600000 масштабтағы картасы М.К. Назарчук басшылығымен 2007 жылы алдымен орыс тілінде, соңынан О.Б. Мазбаев авторлық аудармасымен

қазақ тілінде жарық көрді. 1990-жылдары география институты мамандары В.И. Попов (1997-1999 жж.) В.П. Благовещенский басшылығымен Солтүстік Тянь-Шань, Жетісу Алатауы рекреациялық табиғатты пайдалану мәселелерімен айналысты. Нәтижесінде рекреациялық аудандастыру принципі қаланды, картографиялық рекреациялық әдістеме негізделді. 2000-жылдардан бергі әл-Фараби атындағы ҚазҰУ-нің экономикалық географиядан қорғалаған кандидаттық диссертациялар туристік зерттеулерге өзіндік үлес қосты. С.Р. Ердәулетов Қазақстанда туризмді аумақтық ұйымдастыру мен кешенді дамытудың теориялық-әдіснамалық және тәжірибелік мәселелерін зерттеумен әл-Фараби атындағы ҚазҰУ-нде 1999 жылы құрылған туризмнің ғылыми-оқу орталығында С.Р. Ердәулетовтың басшылығымен Қазақстан Республикасының Ұлттық Ғылым Академиясының гранты бойынша 2000 жылдан бастап «Рекреациялық ресурстарды бағалау Қазақстан Республикасында туризм индустриясын тұрақты дамытудың кепілі» тақырыбында іргелі зерттеулер жүргізілуде.

Қазақстанның табиғат ресурстарын рекреациялық бағалау Т.С. Гуляева, Т.С. Русманова, В.И. Попов, Л.Ю. Абулхатаева, С.Ф. Буланин, Н.П. Гасанова, Н.В.Пиманкина И.Г. Васильева, С.А. Шабельникова еңбектерінде көрініс тапса, география институтының монографиялық басылымдарында А.Р. Медеу, Ж.Д. Достай, Г.В. Гельдыева, В.П. Благовещенский еңбектерінен географияны тұрақты дамыту мәселелері туралы деректерді көреміз. Сонымен қатар, академик Ә.С. Бейсенова «Қазақстан табиғатын зерттеулері», Г.М. Джанелеева «Теоретические и методологические вопросы географии» монографиялық еңбектерінің географиялық мазмұны туристік зерттеулерге негіз бола алады. Қазіргі кезде Қазақстанда географиялық- рекреациялық тақырыптағы зерттеулердің басталғандығын көреміз.

Рекреациялық ресурс-ТМД елдерінде ғана таралған ұғым. Туризм Хартиясы төмендегідей ұғымдарды қолданылды: «жаратымды», «көркемөнер», «табиғи», «туристік» Соңғы 10 жылдықтағы зерттелулерде қосымша бірнеше терминдер «табиғи рекреациялық ресурстар», «рекреациялық мүмкіндіктер» және т.б.қолдануда. Жоғарыдағы көзғарастар, зерттеулер негізінде Қазақстан республикасындағы туристік-рекреациялық ресурстарды төмендегідей жүйелерге біріктіруге негіз болды (кесте 2).

Ғалымдардың осы бағыттағы жұмыстарын сараптай отырып олардың ойын тұжырымдауға тура келеді яғни: Л.А.Багрова, С.Мироненконың және т.б. айтуларына рекреациялық ресурс - табиғи және табиғи-техникалық геосистеманың пішіні, рекреациялық ресурстардың құрамбөлік ретінде анықтауы және географиялық ортаның антропогендік объектілерінің істері бойынша осыларға караған құрамы; тарихи не көркемдік байлығы, эстетикалық әдемілік және емделу-сауықтыру маңыздылығы.

Туристiк рекреациялық ресурстарды жiктеу

Туристiк рекреациялық ресурстар			
Табиғи-географиялық	Тарихи-археологиялық	Әлеуметтік-мәдени	Экономикалық
Геоморфологиялық ландшафт түрлі: 1. климаттық 2. гидрологиялық 3. гляциологиялық 4. геологиялық	Көне тарих ескерткіштері: 1. мазарлар, қорымдар, балбалдар 2. тастағы жазулар 3. артефактілер	Мұражайлар 1. архитектура 2. құрылыс жәдігерлер 3. салт-дәстүр этнография т.б.	1. Зауыт, 2. фабрикалар, 3. инженерлік-техникалық құрылымдар, 4. инфрақұрылым т.б.

Зерттеушілердің ғылыми еңбектерін саралау барысында туристік рекреациялық ресурстарды – басты өлшем көрсеткіш ретінде қор көлемі (рекреациялық аймақ көлемі, экскурсиялық мүмкіндіктері, нысандардың саны), екіншіден, ресурстардың таралу аумағы (жағажай көлемі, орман, тау беткейлері т.б.), үшіншіден, туристік ресурстардың пайдалану мүмкіндіктері негізінен климаттық, метео-гидрологиялық т.б. көрсеткіштері ретінде қарастырдық.. Табиғат ресурстарын экономикалық бағалауды айқындаудың негізі туристік кадастр болуы тиіс. Кадастрды құрудың отандық және шет елдік тәжірибелеріне жасалған талдаулар бағалаудың кадастрлық жүйеге жер, су, орман, минералдық ресурстарды есептеу жатады. Кадастр бұл — туристік нысандар мен құбылыстардың сандық және сапалық көрсеткіштерін қамтитын мекемелер беретін экономикалық тұрғыдан алғанда туристік нысандарды, картографиялық және статистикалық материалдарды, нысандар мен құбылыстарды пайдалану, оларды қорғау мен одан ары зерттеулер жүргізу жөнінде нұсқаулар мен ұсыныстар беретін деректер мен құжаттардың жиынтығы.

Кадастр ресурстардың жағдайы туралы алынған бағалауды қорытындылайтын географиялық-тарихи, мәдени, геологиялық, және техникалық-экономикалық ақпараттарды, жүйелеп жинақтау нәтижесінде ретінде қарастырылады. Қазіргі кезде *туристік кадастрге* төмендегі түсініктер мен анықтамалар беріледі:

1. Рекреациялық мақсатқа пайдаланатын құбылыстармен табиғат нысандарының сандық көрсеткіштерінің жүйелі жиынтығы.

2. Ол географиялық, тарихи, мәдени, ұлттық т.б. сипаттағы нысандардың зерттелу дәрежесіне, динамикасына пайдалану жолдары және табиғатты қорғау туралы мәліметтер. Туризм мен демалысқа арналған аумақтар туралы мәліметтер жиынтығы.

Туристік рекреациялық іс-әрекеттерді дамыту кадастр негізінде іске асырылуы керек. Аймақтың туристік рекреациялық кадастры және блоктар бойынша ландшафт құрамбөліктерінің маңызды мәліметтерін сипаттау мақсатында жасалынады. Сондықтан да кадастрлық бағалау әкімшілік

аумақтың бірлік негізінде орындалғаны орынды. Аумақтың ресурстық потенциалын анықтап бағалауда төмендегідей 2 бағытқа назар аударамыз:

1. Ресурстық мүмкіншілікті бағалауда индикатор жүйесінің құрылымы

ондағы тұрақты дамудың (экономикалық, экологиялық, әлеуметтік т.б.) жеке аспектілері .

2. Интегралды бағыт индикатор жүйесінің жинақы құрылымнан тұрады. Белгілі бір нысанның табиғи әлеуметтік, экономикалық даму тұрақтылығының дәрежесі.

Туристік ресурстарды бағалау барысында интегралды бағыт әкімшілік аумақтық тұрғыда рекреациялық кадастр нәтижесін тиімді пайдалануға мүмкіндік туғызады. 2 бағыттың интегралды бағалау жүйесі өзіндік ерекшеліктерге ие. Нәтижесінде аймақ ресурстарын сандық, сапалық пайдалануға жарамдылығын анықтау мүмкіндіктеріне ие боламыз. Бағалау параметрі бойынша ландшафт белгілі балға ие. Аймақтың қалған бағалау көрсеткіштері жеке-жеке блоктарға бөлінеді. Мысалы, гидрографиялық тор, биологиялық ресурстар, туристік нысандар, т.б. Әр көрсеткіш параметр бойынша бағаланып отырған блок материалдары негізінде әр ландшафт өзіне тиесілі балға ие болады. Туристік рекреациялық іс-әрекетті дамытуда ландшафтқа берілген сипаттама неғұрлым жоғары болса, оның балдық көрсеткіші де жоғары болып, ландшафтының деңгей дәрежесі жоғары болмақ. Әр ландшафтының интегралды дәрежесін анықтау үшін ландшафтың рекреациялық құндылығын көрсететін интегралды көрсеткіштер кестесін пайдаланамыз.

Интегралды индикаторлар барлық ландшафтарға біркелкі болуы шарт. Бірақ та кейбір критерилері туристік- рекреациялық игеру барысында сәйкес келмеуі мүмкін.

Географиялық зерттеулердегі материалдар негізінде рекреациялық құндылығы жоғары ландшафтарды көре аламыз. Аймақты туристік рекреациялық мақсатта пайдалануда ландшафтылық бағалау туризм сферасының құрылымдық қалыптасып дамуына тікелей ықпалын тигізеді.

Туристік рекреациялық ресурстарды бағалау аумақтар бойынша қарастырыла бастады. Географтардың зерттеулерінде негізгі әдіснамалық қағида физикалық (аймақтық) географиялық кешендер аймақтардың әртүрлілігі және олардың қалыптасуы, даму үрдістерінің туристік рекреациялық аудандастыруға қажеттілігінен туындайды. Туристік рекреациялық аудандастыруды ресурстық потенциалды зерттеп географиялық жүйедегі кешендер құрамбөліктерінің, оның элементтерінің динамикалық, статистикалық тәуелділігі қарастырылады. Туристік рекреациялық аудандастыру мәселелерін түсіну үшін физикалық - географиялық аудандастырудың анықтамаларына тоқталған орынды. Физикалық-географиялық аудандастыру табиғаттағы аймақтық физикалық-географиялық бірліктердің тіршілік ету көрінісі, олар ландшафтық құрылымы мен генезисі тұрғысынан бір-бірінен айырма

жасайды Н.А. Гвоздецкий 1963 - 64 жж, Колесник, В.Б. Сочавалар пайымдауынша географиялық бірліктердің топтасуы және жер бедерінің мақсат-міндеттеріне объективті жағдайларына қарай іріктелуін қарастырады. Туристік географиялық аудандастыру аумақтық зерттеулер әдісі ретінде тарихи объективті қалыптасқан. Табиғи аумақтық кешендерді анықтап, бөле отырып, оларға сандық және сапалық сипаттама беру деп санаймыз. Осы түсініктеме А.Г. Исаченко, В.Н. Мильков физикалық-географиялық аудандастыру анықтамасына жақындау. А.Г. Исаченко айтуынша, физикалық-географиялық аудандастыру жер бетін зоналылық, азоналдылық факторлардың жіктеулерінің тарихи қалыптасқан өзіндік ерекшеліктері бар физикалық-географиялық әртүрліліктері, физикалық-географиялық аудандар табиғаттағы әртүрлі таксономиялық дәрежедегі ландшафт кешендерінің картографиялық көрінісі мен сипаттамасы.

Физикалық-географиялық аудандастыру проблемаларымен айналысқан

географ ғалымдарының фундаментальді, қолданбалы зерттеулері барысында туристік рекреациялық аудандастырудың теориялық әдіснамалық деңгей көтеру қажеттілігі туындайды. Н.Н. Михайлов, В.С. Преображенский зерттеулерінің барысында аудандастырудағы 4 топтық мақсатты: теориялық, методикалық, қолданбалы және аумақтық анықтап зерттеу қажеттілігі анықталып отыр. Туристік рекреациялық аудандастыру барысында табиғаттың дамуы жер бетіндегі туристік рекреациялық ресурстарды жіктеп, оларды топтастырып бағалайды. Нәтижесінде туристік рекреациялық аудандастыруға жататындар іріктелді:

- қоршаған орта табиғатындағы физикалық-географиялық кешендерді ландшафтылық тұрғыда топтастыру;

- туристік рекреациялық аудандастыру карталарын құру;

- туристік ресурстардың өзара байланыстылығын анықтап пайдалану дәрежесіне қарай жіктеп классификациялау;

- аумақтардың немесе аймақ бірліктерінің туристік әлеуетін анықтау;

- туристік іс-әрекеттер нәтижесінде қоршаған ортаға тигізетін әсерін ресурстық мүмкіншіліктерін бақылау.

Аудандастыру физикалық-географияның кешенді проблемалар және жеке табиғат құрамбөліктері - жер бедері, климат, су, топырақ, өсімдіктер, жануарлар дүниесін зерттеп туристік рекреациялық аудандастыруда географиялық аудандастырулардың әдіс-тәсілдері пайдаланады. Туристік рекреациялық аудандастыру барысында оның география ғылымының көптеген салаларымен тығыз қарым-қатынаста болуын В.С. Преображенский, В.Н. Мильков, А.Г. Исаченко, Н.А. Гвоздецкий зерттеулерінде физикалық-географиялық аудандастырудың теориясы мен методикасынан көрініс алады. Сондықтан да, туристік рекреациялық аудандастыруды физикалық-географиялық тұрғыда ғылыми проблема деп есептеуге болады. *Туристік рекреациялық аудандастыру дегеніміз - физикалық-географиялық кешендер негізінде ресурстарға әлеуметтік-*

экономикалық тұрғыда нысандар мен туристік кәсіпорындарға құрылымдық сипаттама беріп, оларға бағалау әдісін қолдану. Табиғатты ғылыми тұрғыда терең түсіну білу, табиғат ресурстарын туристік рекреациялық мақсатта дұрыс пайдаланбау. Туристік рекреациялық жүйелерді дұрыс түсіне білмеу жалпы туризм дамуына кері ықпалын тигізеді. Туристік рекреациялық аудандастыруда қоршаған табиғи орта мен физикалық-географиялық кешендердің туризмді дамытудағы табиғи алғышарттардың барлығын ескере отырып туристік аудандастыру аумақтық-өндірістік, аймақтық-өндірістік аудандарымен байланыстылығын анықтадық. Қандай да аудандастыру болмасын, біріншіден аймақтарды ғылыми тұрғыда тану, ол мақсаты әртүрлі болып, соның бірі туристік рекреациялық болып саналады. Бұл қағида ұлан-байтақ жері бар жер бедерінің алуан түрлілігімен климаттық жағдайларының өзіндік ерекшелігі бар Қазақстан үшін маңызды.

Зерттеу барысында типологиялық т.б.әдіс-тәсілдер пайдаланылды. Типология - бұл күрделі құбылыстарды үйлесімділігі мен қасиетінің белгілеріне қарай топтастыратын ғылыми танымның әдісі. Бірінші тұрғы бойынша нысандар мен құбылыстарды қасиеттеріне, ажырататын белгілеріне қарай жинақтайды. Екінші тұрғы бір немесе бірнеше нысандар мен құбылыстарды жан-жақты терең оқып-үйренуді ұсынады. Ал басқа нысандар мен құбылыстарды алынған негізгі үлгімен салыстыра отырып зерттеледі.

Картографиялық зерттеу тәсілдері. Туризмді картографиялық қамтамасыз етудің екі негізгі бағытын атап көрсетуге болады. Олардың біріншісі туристер мен саяхатшыларға арналған карталар. Екіншісі туризм индустриясы мен туристік-рекреациялық іс-әрекеттерді мемлекеттік реттеуді қамтамасыз ететін карталар.

Экспедициялық зерттеулер Бетпақдала, Сарыарқа, Маңғыстау түбегі мен Балқаш-Алакөл ойысындағы 1989 жылғы КСРО чемпионатында 5000 шақырымдық авто-мото спорттық маршрутты бойынша «Алматы-Қарқара- Ыстықкөл -Орталық Тянь-Шань –Талас- Ұланбел - Бетпақдала - Қаражал - Балқаш – Талдықорған - Алматы» маршруттармен жүру барысында сараланды. Нәтижесінде аймақтардың табиғатына рекреациялық ресурстық және экологиялық жағдайларына талдау беріліп аумақтың табиғат жағдайларының қолайлы және қолайсыз кезеңдері анықталды.

Зерттеу барысында «Алматы облысының ландшафтылық экологиялық картасы» , экспедициялық және жинақталған деректерге жасалған талдаулар нәтижелеріне сүйеніп CorelDRAW компьютерлік бағдарламасымен 1:5000000 масштабты Қазақстан Республикасының туристік-рекреациялық әлеуетін бағалау карталары құрылды.

Аумақтың туризм мен демалысты дамытуға жарамдылығын бағалауға бір-бірімен өзара байланысқан сапалық және балдық бағалау формалары алынады. Сапалық бағалаудың күшті жақтары табиғи аумақтардың гензисі

мен морфологиясына жасалған талдау негізінде бағалау белгілерінің логикалық тұрғыдан негізделді. Сонымен қатар оған факторлардың «салмағын» анықтау үшін қолданылатын математикалық әдіс қосылды. Балдық бағалау әдісінің өзіне тән белгілеріне қысқалығы, айқындығы және салыстыру мүмкіндігінің болуы жатады. Бағалауды балдарының жиынтығы арқылы жүргізетін *аумақты туристік бонитировкалау әдісі* рекреациялық география мен туризм географиясында кеңінен қолданылуға тиісті. Ол құндылықтар әр түрлі жекелеген аумақтық бірліктің таңдалған шкаласы санына сәйкес қосындар алынады. Осыған орай, әр түрлі «сапа» жалпы алымына жазылып, қосындардың жиынтығы белгілі бір кеңістіктік бірліктің туристік тартымдылығы тұрғысынан бағалайды.

Сандық бағалау әдісі. Табиғи рекреациялық ресурсты бағалау қағидалары жасалып іс жүзінде сынақтан өткен әдестердің қатарына әр түрлі табиғи нысандардың саяхатшыларға көрсетуге сыйымдылығы мен рекреациялық ресурстарды сандық бағалау әдістерін жатқызуға болады. Мысал ретінде көл жағалауының біршама маңызды жағажайлық-шомылу ресурстарын сандық бағалау әдістерін алуға болады. Ол төмендегі формуламен есептеледі:

$$R = S \times N \times T$$

Мұндағы: R — адам күн есебімен алынған жағажайлық-шомылу ресурстары;

S — гектар есебімен алынған жағажайдың ауданы;

N — жағажайға түсірілетін экологиялы және психофизиологиялық салмақ.

T — күн саны

Ресурстың өлшемін (R) білген соң жағажайға бір рет келіп кетудің Қ күн есебімен алынған құны мен теңге есебімен алынған экономикалық тиімділігін (\mathcal{E}_T) есептеп шығару қажет

$$\mathcal{E}_T = R \times Q$$

Экономикалық тиімділікті есептеу негізінде рекреациялық жағажайлық - демалыс аймақтарына түсірілетін рекреациялық салмақты есептеп шығаруға мүмкіндік тудырады. Туризмдегі ландшафт тобын құрайтын туристік ресурстар туризмнің танымдық, экологиялық аңшылық, балық аулау, емдік, шытырман оқиғалы, спорттық туризмді дамытудың алғышартын жасайды. Өсімдіктер мен жануарлар дүниесі. Экологиялық және танымдық туризмдегі негізгі көрсеткіш. Климаттық жағдайы. Климаттық жағдайдың туризмнің маусымдық дамуындағы алатын орны ерекше. Климаттық ресурстар: су, теңіз суы, минералды емдік бұлақ суы, таулы, жазық жер ауасы. Осы ресурстарды аурудың алдын алу, емдік мақсатта, демалысқа, сауықтыру мақсатында игеру, экскурсиялық мақсатқа пайдалану оның туристік мәнін көрсетеді.

Туризмдегі тарихи-мәдени ресурстар тобы танымдық мақсатта еліміздің көне, жаңа тарихымен таныстыру, ұлттық патриотизмді дамыту, халықтың дамуын, өзіндік ерекшелігін көрсетуде тарихи мәдени мұра, ескерткіштер, нысандар ерекше орында. Әлемдік кеңістікте Қазақстан туралы дұрыс пікір қалыптастыратын да осылар. Ұлы Жібек жолының Қазақстандық бөлігінің халықаралық аренадағы орны, қазақ елінің, қазіргі мәдениеті мен оның егемендік жылдарындағы қол жеткен табыстарын дәріптеу мен жариялауда өзіндік орыны бар ресурс көздері болып саналады. Ұлттық этнография, қолөнер туындылары Қазақстандықтардың өмір салты туралы мәліметтерге толы. Соңғы жылдары халықаралық туристік сұраныс қазақтардың салт-дәстүр, өнер туындыларына назар тігуде. Сондықтанда тарихи мәдени ресурстар тобы туризмді алға жылжытушы күш деп санаймыз. Табиғи рекреациялық әлеуетіне жасалған талдаулардың нәтижесінде 1:5 000 000 масштабты «Қазақстанның табиғи рекреациялық ресурстарының картасы» құрылды. Картаға қажетті ақпарат ретінде Л.К. Веселова, Г.В. Гельдыева және В.М. Чупахин 1:2 500 000 Қазақстанның ландшафттық картасының Т.С. Гуляева, И.В. Северский, В.П. Благовещенский, И.В. Попов, Л.К. Диденко-Кислицина, А.А. Пузырева, А.В. Чигаркин еңбектері, 2002 - 2007 жылдар аралығында ұйымдастырылған экспедициялық жорықтардың деректері басшылыққа алынды, 1:5 000 000 масштабта құрылған картада табиғи-рекреациялық ресурстар атқаратын қызметіне қарай топқа бөлінген. Табиғат ескерткіштер шоғырланған аумақтардың шекарасы арнайы пунктирмен белгіленген. Картада рекреациялық маңызды геоморфологиялық-геологиялық және су нысандары, палеонтологиялық сонымен қатар, аридті денудация нәтижесінде түзілген табиғат ескерткіштері, сирек кездесетін өсімдіктер мен жануарлар кескінделген. Қазақстанда туризмді дамытудың әлеуметтік-экономикалық алғышарттарындағы тарихи мәдени туристік кешендердің маңызы қарастырылды. Тарихи-мәдени объектілер мен кешендер алғашында туристік қызметті ұйымдастыруға қажетті жағдайларының бірі болып есептелінеді. Туристік рекреациялық ресурстар тарихи категория болып саналады, оның дамуы туристік қызметке жаңа тарихи мәдени сипаттағы объектілерді тарту қажеттілігінен туындайтын рекреациялық тұтыну мен рекреациялық сұранымның көлемі мен құрылымының өзгеруіне байланысты болады.

«Көшпенді» - діни-этнографиялық мәдениет ескерткіштеріне көшпенділік өркениетінің этно-мәдени ортасындағы тарихи ландшафтар: көшу қону жолдары мен бағыттары, ежелден қалыптасқан көшу маусымындағы керуен жолдардағы этно-мәдени орталықтар (аймақтар), көшпелі және жартылай көшпелі және олардың материалдық және рухани мәдениетінің іздері сақталған қоныстар. Олардың ішіндегі ең танымалдары: Аңырақай шатқалындағы қола дәуірінің мұрасы Таңбалытас мен оның петроглифтерін, Көксу өзенінің бойындағы Ешкіөлместегі (б.д.д.

3 мың жылдық пен 8 ғасыр аралығында),. Ұлытау, Маңғыстау, Жетісу өңірлерінің тарихи-археологиялық ескерткіштері өз алдында бір төбе. Этнография ескерткіштері көшпенділік пен жартылай көшпенділік өркениеттің, этно-мәдени процестердің идеялық мәндік негізін көрсетеді.

Еліміздің аумағында бүгіндері мекендейтін түркі тілдес халықтардың тарихи шоғырлану жүйесінің археологиялық және архитектуралық ескерткіштері, халықаралық және ұлттық маңызға ие қайталанбас кешеннің мемлекеттік бағдарламасының көлемінде, сол мұралардың кейбір бөліктерін туристік рекреациялық ресурс ретінде пайдалану, біздің елімізде әлемде теңдесі жоқ туризм жүйесін құруға мүмкіндік берер еді.

Физикалық географиялық аудандастыру табиғаттағы аймақтық таксономиялық бірліктердің тіршілік ету генезисі тұрғысынан бір-бірінен айтарлықтай айырмашылығы бар аумақтар Н.А. Гвоздецкий 1963 - 1964 ж, С.В. Калесник пен В.Б. Сочеваның пайымдауынша географиялық бірлестіктер мен жер бедерінің қызметін қарай объективті жіктеу мәселелерін қарастырады. Туристік географиялық аудандастыру аумақтық зерттеулер әдісі ретінде тарихи объективті қалыптасқан. Табиғи аумақтық кешендерді анықтап бөле отырып, оларға сандық және сапалық сипаттама беру деп санаймыз. Осы түсініктеме А.Г. Исаченко, В.Н. Мильков В.Б. Сочава физикалық-географиялық аудандастыру анықтамасына жақындау. А.Г. Исаченко айтуынша физикалық-географиялық аудандастыру жер бетінің зоналық, азоналылық фактілерінің географиялық жіктелулерінің тарихи қалыптасқан өзіндік ерекшеліктері бар физикалық географиялық әртүрліліктер, әртүрлі таксономиялық дәрежедегі ландшафт кешендерінің картографиялық көрінісі мен сипаттамасы (кесте 3).

Кесте 3

Туристік рекреациялық ландшафтылық аудандастырудың таксономиялық бірліктері

А.А.Григорьев 1957	В.Б.Сочава 1956	В.Н.Мильков 1959	Туристік аудандастыру	Нысандар, мысал ретінде
Белдеу	Белдеу	Белдеу	Өлке	Орталық Азия
Сектор	Облыс	Өлке	Өңір	Жетісу, Балқаш,Алтай, Алакөл
Зона	Зона	Зона	Зона	Таулы және жазық аумақ
Облыс	провинция	провинция	Аудан	Жетісу Алатау
Округ	Округ		Табиғи рекреациялық кешен	Солтүстік Жетісу, Алатауы, Оңтүстік Жетісу Алатауы
Аудан	Аудан	Аудан	Жергілікті жер	Қоңыроба, Көкжота
Ландшафт	Қонвс	Ландшаыт	Округ	Қора шатқалы

Физикалық география аудандастыру проблемасымен айналысқан географ ғалымдар іргелі, қолданбалы зерттеулері барысында туристік - рекреациялық аудандастырудың теориялық әдіснамалық деңгейін көтеру керек. Н.Н. Михайлов, В.С. Преображенский зерттеулері нәтижесінде аудандастырудағы 4 топтық мақсатты: теориялық методологиялық қолданбалы және аумақтық зерттеу қажеттілігін пайдаландық.

Туристік рекреациялық аудандастыру табиғаттың дамуы мен жер бетіндегі туристік рекреациялық ресурстарды жіктеп, топтастырып бағалаудан басталады. Қазақстанның таулы аумағының табиғатын рекреациялық мақсатта пайдалану мен ландшафттық рекреациялық тұрғыда аудандастыру мәселелерін шешуде Қазақстан Республикасының Білім және Ғылым министрлігінің география институты таулы аудандардың геоэкологиялық мәселелері зертханасының Солтүстік Тянь-Шань мен Жетісу Алатауында жүргізілген кешенді зерттеулерінің маңызы орасан зор. Рекреациялық аудандастыру қазіргі кезде тек таулы аймақтарды қамтиды. Бағалау әдістері толықтай жетілмеген

Ресей ғалымдарының 1970-жылдардағы теориялық әдіснамалық зерттеулері рекреациялық география негізінде аумақтық кеңістіктер бойынша жеке аймақтардың рекреациялық мүмкіндіктері көптеген ғылыми жұмыстарда қарастырылады. Соңғы зерттеулердегі А.Ю. Александрова (2008ж.), Л.Ю. Мажар (2009ж) еңбектерінде туристік рекреациялық жүйе, геожүйе, туризм географиясы тұрғысынан сипатталады. Географиялық зерттеулерде туристік-рекреациялық бағалау негізінен табиғат ресурстарын анықтап бағалаумен шектелген. Кешенді түрде бағалау әдістемесі әлі де болса жеткіліксіз. Қазақстан аумақтарын туристік-рекреациялық аудандастыру барысында ландшафттық зерттеулер негізінде физикалық кешендермен байланыстылығы айқындалады. Туристік мамандануды жолға қою үшін аумақтық тұрғыда еліміздегі барлық ресурстық қорларды есепке алып, тізілімдеу қажет. Осы аудандастыру негізінде әр облыс көлемінде қабылданып жатқан туристік кластер мен бағдарламаларға түзету енгізуге болады. Туристік рекреациялық аудандастыру барысында табиғат кешендері аймағында заттық, құрамбөлікті табиғат заңдылықтары мен олардағы үрдістерді және факторлар мен байланыстылығын зерттеп қана қоймай пайдалану мүмкіншіліктерін де шешуге болады. Рекреациялық тұрғыдан бағалаудың қағидаларын жасаудың күрделілігі төмендегі әдістемелік ерекшеліктерге байланысты екендігі анықталды: әрбір таулы аумақтың рекреациялық ресурстарының алуан түрлілігіне сай жүргізілетін туристік рекреациялық іс-әрекеттердің мазмұндық құрамы тар жүйелі түрде болмауы; әрбір рекреациялық іс-әрекет пен демалушылардың табиғат кешенінің сапасы мен инфрақұрылымының нашарлығы; рекреациялық іс-әрекеттің жеке түрлерін дамыту үшін бағаланатын белгілі бір ресурстың қасиеттері әртүрлі болуына байланысты бір-біріне мүлдем сәйкес келмеуі т.б. . Бұл

ерекшеліктер аумақтың рекреациялық ресурстар жиынтығын кешенді бағалаудың қағидаларына қосымша талаптар енгізулі қажет етеді:

1. Таулы өлкенің жазық өзен аңғарларының рекреациялық бағалау қағидаларын жасау барысында, аймақтағы рекреацияның даму жағдайы ескерілетіндіктен шын мәнінде «аймақтық» болып табылуын ескеру.

2. Таулы аймақтың рекреациялық бағалауға жарамдылығы тұтас емес белгілі бір табиғат кешеніне сәйкес келетін жер бедері, климат, өсімдіктер жамылғысы, су ресурстары жеке-жеке бағалануға тиісті. Бағалау барысында табиғи факторлармен қатар аумақтың жарамдылығын айқындайтын әлеуметтік-экономикалық факторлар т.б. факторлар жиынтығы да ескерілуі қажет деп санаймыз.

3. Бағалау қағидаларын жасаудың ауқымы аумақты зерттеу мақсатына сай таңдап алып, рекреациялық аудандастырудың рангасының деңгейіне тәуелді болуын ескеру. Бағалау әдістерін құрудың бұл сатысында рекреациялық жергілікті жердің сәйкес келуі В.П. Благовещенский, Т.С. Гуляева, Е.А.Токпанов зерттеулерінде қарастырылғандай, Жетісу Алатауының рекреациялық ресурстарын бағалаудың негізі алынды. Әрбір рекреациялық аумақтағы рекреациялық іс-әрекеттің алуан түрлілігінің коэффициенті төмендегі формуламен есептеледі:

$$K_{pa} = C_{ak} / C_{pk}$$

мұндағы: K_{pa} — рекреациялық алуан түрліліктің коэффициенті;

C_{ak} — аумақтың рекреациялық іс-әрекетінің саны;

C_{pk} — ауданның рекреациялық іс-әрекетінің саны.

Рекреациялық жергілікті жердің ресурстар жиынтығын талдау аласа таулы, орташа және биік таулы белдеулердің ресурстарын бағалау арқылы жүргізіледі. Туристік рекреациялық ресурстарды аудандастыруда рекреациялық аумақтардың басым бөлігі табиғи ландшафтың алуан түрлігіне, климаттық жағдайларға байланыстылығы айқындалды. Зерттелетін аумақты рекреациялық мақсатқа пайдалану деңгейіне қарай төмендегі үш топқа бөлдік: қол жеткізу мүмкіндігі жоғары және рекреациялық туристік қуаты мол кеңінен қолданыстағы аумақтар; рекреацияның жеке түрлері дамытуға болатын орташа деңгейдегі пайдаланылатын аумақтар; туристік рекреациялық мүмкіндігі шектеулі нашар пайдаланылатын аумақтар; игерілу деңгейі мен қол жеткізу мүмкіндігі жоғары кеңінен қолданылатын аумақтар.

Қазақстан Республикасындағы туристік кластер және туризм индустриясы 2004 жылдың қараша айында Қазақстан Үкіметі Американдық «J.E. Austin Associates ink.» компаниясымен бірлесіп, туристік кластер құруға шешім қабылдады. Проект жетекшісі Гарвард университетінің профессоры, ғалым-экономист Майкл Портер: «Мемлекеттің дұрыс көзқарасы туристік кластердің дамуына жақсы әсер етеді»- деген пікір айтты. Кластерлік теорияның негізін қалаған М. Портер

кластерге: «географиялық принцип тұрғысының топтарындағы компаниялардың тығыз қарым-қатынасы, мамандарды жеткізуші, қызмет көрсетуші» - деген анықтама берді. Басқаша айтқанда кластер — өндіріс ұйымының бір-біріне жақын орналасқан топтарының тығыз қарым-қатынасы, бір-бірімен байланысы және бірін-бірі толықтырушы. Кластер белгілі — бір ауданды, облысты немесе тіпті бір қаланы қамтуы мүмкін. Кластердің құрылымына компаниялардың тығыз қарым-қатынасы, зерттеу институты, жұмысшы маман кадрларды даярлау орталығының болуы т.б. кіреді. Өкінішке орай Қазақстан мұндай деңгейге әлі жете қойған жоқ. Қазақстанда жеке серіктестіктің пайда болғанына аз уақыт өтті, сонымен қатар іскерлік және инвестициялық климат та мұндайға жауап бере алмайды: биліктің бизнеске араласуы, нақты бәсекелестік жағдайдың жоқтығы, бизнестің жабықтылығы, заңның әлсіз қолданылысы, коррупцияның өсуі елдің кластерлік жағдаймен дамуына кері әсерін тигізуде. Осыған орай туризмді тұрақты дамытудың байланыстарын көрсететін тетіктер беріледі.

Туризмді дамыту- ұлттық экономиканың бір саласы ретінде мемлекетке біршама пайда келтіреді. Бұл саланы дамыту инвестиция тартып, қосымша жұмыс орнын ашумен қатар экономиканың басқа да түріне әсер етпей қоймайды. Туристік кластердің қарқынды дамуы, шетелдік валютаны елге әкелудің бір түрі. Ал, мұндай жағдайда мейрамханалар мен қонақүй шаруашылығы жақсы дамиды.

Дүние жүзіндегі туризм индустриясын саралай келе Қазақстанда туристік кластердің мына бағытын дамытқанымыз жөн: экотуризм, конгресс туризм және т.б. Қазіргі кезде Алматы қаласы және Алматы облысында туристік кластерді дамытудың жоспары жасалынды. Осыған ұқсас Қазақстанның басқа да облыстарында туристік кластерді дамытудың жобасы дайындалды. Қазақстанның қазіргі кездегі туризмін зерттеу жан-жақты кешенді талдауды қажет етеді. Географиялық негізін қалай отырып кешенді зерттеулер барысында туристік іс әрекеттерді ұйымдастырудың инновациялық жолдарын пайдалану керек. Туризм — бұл мемлекет аумағындағы рекреациялық жағдайды тиімді пайдалану. Бірнеше мемлекеттердің туризм саласына талдау жасау нәтижесінде, біз ішкі және сыртқы туризді дамытудың қысқа мерзімді арнайы бағдарламасын құру қажеттілігіне көз жеткіздік.

Қазақстан Республикасындағы туристік мамандарды даярлаудың географиялық тәжірибелік бағыттары нақты мәселе болып табылады. Осы тарауда 1993 жылдан бергі республикадағы туристік мамандардың дайындық жолдары қарастырылған. Қазіргі мемлекеттік стандарттардағы кемшіліктер сараланып, автор туризм мамандықтарын даярлаудағы географиялық бағытты дамыту жолдарын қарастырған.

Географиялық тұрғыдан алғанда, зерттелу аумағы Қазақстанның туристік – рекреациялық әлеуетінің таралуы, рекреациялық ресурстар мен тарихи - мәдени мұралары. Туризмді дамытуда ерекше орын табиғи

ресурстардың болуы. Табиғи ресурстар, аумақты рекреациялық пайдалану шешуші рөл атқарады демалыс салаларында таңдау және (1) саяхат. Бұл флора мен фаунаның ландшафт және климат, гидрография, байлығы мен ерекшеліктерін есепке, рекреациялық қызмет әр түрлі дамыту үшін табиғи мүмкіндіктер бар акваторияның қатысуымен ескереді. табиғи ресурстар және тарихи-мәдени құндылықтарды болуына туризм мен демалысты дамыту үшін аумақты рекреациялық пайдалануға байланысты болмақ. Республикасында туризмді дамытудың негізгі мақсаты экономика мен қоғамның тұрақты дамуының тиімді секторына, оны қосу үшін болып табылады. Осы міндетті іске асыру үшін демалыс және туризм дамыту үшін, Қазақстан өңірлерінде туристік және рекреациялық әлеуетін пайдалану мүмкін. Туризмді дамытудағы ерекше орын табиғи ресурстардың болуы. Табиғи ресурстар демалыс саяхат бағыттарын таңдау, аумақты рекреациялық пайдалану шешуші рөл атқарады [4].

Рекреациялық туристік іс әрекеттер түрлерін дамыту үшін табиғи мүмкіндіктер бар флора мен фаунаның ландшафт және климат, гидрография, байлығы мен ерекшеліктерін есепке, акваториялар қатысуымен, ескереді. табиғи ресурстар және тарихи-мәдени құндылықтарды болуына туризм мен демалысты дамыту үшін аумақты рекреациялық пайдалануға байланысты болмақ. Геотуризм негізінде рекреациялық табиғат пайдалану Қазақстандағы бай және әртүрлі табиғи ресурстарды пайдаланудың қажетті бағыттарының бірі болып табылады. «Тұрақты туризм» - туризм индустриясының құрамына кіретін тұжырымдама. Тұрақты туризмді ынталандыру, әдетте, туристік бағыттарға жеткізушілерге бағытталған. Содан кейін экотуризм тұжырымдамасын кеңінен есте сақтаған тұтынушыларға нақты туристік өнімдер түрінде (эко-турлар) ұсынылды. Geotourism тұжырымдамасы өткен тұрақтылық күш негізделген, бірақ, сыртқы жағынан туризм өнім мен тағайындалған басқару дамуына тұтыну бағытталған тәсілді туризм индустриясын ұсынады. ғана емес, қоршаған ортаны - Geotourism, Джонатан Tourtellot, National Geographic Traveler бас редакторы және National Geographic Traveler Туризм институтының басшысы, термин ойлап, саяхат барлық аспектілерін қамтиды. қолдайды немесе арттырады орны географиялық сипаты, оның қоршаған орта, мәдениет, эстетика, мұра және оның тұрғындарының әл-ауқатын, соның ішінде, саяхат тұрақтылық барлық аспектілерін толық сипаттамасы барып жатқан және шынайы қамтамасыз етумен байланысты барлық анықталған сенсорлық нүктесін әсер туризм Оның анықтамасы саяхатшылардың бүгінгі сұранысқа ие болу тәжірибесі. геотуризм - бұл жалғасатын жаңа үрдіс [5].

Туризмді дамыту жағдайына жасалған талдау аумақтар экономикасы үшін үлкен әлеуетті бірегей мүмкіндіктермен сипатталады. Фонды зерттеу туристік және рекреациялық ресурстарды, туристік әлеуетін белгілі бір жиынтығын және демалыс және туризмді дамыту бойынша әдістемелік нұсқаулар әзірлеу бағалау болып табылады. Демалыс және туризм

ұйымдастыру ғылыми-негізделген тәсіл аймақтағы әлеуметтік кешенін, оның экономикалық өсу, табиғи ландшафтарды жан-жақты зерттеу, тарих және мәдениет объектілерін, тарихи-мәдени мұра объектілерін сақтау ықпал ететін болады. елімізде туризм индустриясын дамыту үшін болашағы, табиғи, мәдени және тарихи ресурстарды бағалауды туризм мен демалыс үшін мүмкіндіктер мен жағдайлар терең және жан-жақты талдау қажет анықтау үшін, басымдық қалыптастыру және дамыту туризм және демалыс орталықтары ұлттық және халықаралық туризм қарым-қатынасы, олардың экономика-калық және әлеуметтік аспектілері құжаттар туризм (Манила, 1980) Барлық бейбіт конференцияда расталды, туризм (ұлттық экономика мен халықаралық сауда өзінің үлесі) оқушысы айналды деп мәлімдесе, онда әлемдік дамудың маңызды көрсеткіші. Ұлттық экономикалық қызметтегі туризмнің орны үнемі артып келеді.

1.3 Туризм географиясының тарихи-географиялық зерттеулері мен ізденістері

«География» деген сөзді тұңғыш қолданған гректің атақты ғалымы Эратосфен кезінен қазіргі жаңа мыңжылдықта география ғылымының өзекті мәселелері және тарихи-географиялық саяхат зерттеулері мен ізденістері қарастырылады.

Ежелгі замандардан бастап Қазақстан және басты географиялық ұғымдар сараланып нақтылана басталды [1]. Осы аталған бағыттағы деректер Геродоттың (б.з.д.IV ғ.), Страбонның, Плинийдің, Пифагордың, К.Птолемейдің, Меланның еңбектерінде, ежелгі саяхатшы, жиһанкездер мен елшілердің – М.Поло, Земарх жазбаларында кездеседі, себебі Қазақстан:

Еуропа мен Азия секілді екі ірі құрлықтың қиылысар жерінде орналасқан:

көне заманнан Ұлы Жібек жолының негізгі бөлігі болып саналған, аумағында бұрын соңды көптеген мемлекеттер пайда болып, геосаяси тұрғыда маңызды роль атқарған;

аса ірі су айдыны Каспий теңізі маңында орналасқан;

географиялық ортасы тарихи кезеңдерде күшті өзгерістерге түскен, сан ғасырлар бойы сақ, скиф, массагет, ғұн, оғыз, сармат, агриппей, қыпшақ тайпалары мекендеген;

аумақ арқылы Қытай мен Монғолиядан шығып, Жоңғар қақпасы, Жетісу жерімен Тәңір тауының солтүстік бөліктерін жағалай отырып, Бұхар асқан, сол сияқты Орта Азиядан Хиуа арқылы немесе Сырдарияны бойлай Каспий ойпаты арқылы Еуропаға бағытталған және Орта Азиядан орыс қалаларына қатынайтын керуен жолдары өтетін болған;

VIII-X ғасырларда славяндардың Қара теңіз арқылы Византиямен сауда қатынасын жасайтын үлкен теңіз жолының бір тармағы Каспий теңізі арқылы Еділді бойлай жүретін «Араб теңізі» жолы өтті.

Республиканың батысы мен оңтүстігі бөліктерінің табиғат жағдайлары туралы алғашқы мағлұматтар, көне деректерде – парсы жазбаларында, грек және рим ғалымдары мен жазушыларының, қытай және араб саяхатшыларының шығармаларында ұшырасады [2]. Мәселен, антикалық дәуірде Батыс Қазақстан аймағының ірі табиғи нысандары туралы «Тарих атасы» деп аталған саяхатшы ғалым Геродоттың жазған тоғыз кітаптан тұратын «Тарих» атты еңбегі ежелгі қолжазбалар ішіндегі аса құндыларының бірі болып саналады. Мұнда Геродот Дарийдің скифтерге қарсы жорығын баяндаумен қоса, Ойкуменді мекендеген тайпалар және олар жайлаған аймақтар туралы мағлұматтар береді. Ол бірінші болып Каспий теңізінің басқа сулармен жалғаспайтын тұйық су алабы екенін, оның солтүстіктен оңтүстікке қарай созыла біткен жалпы пішінін дұрыс тұжырымдайды. Сонымен қатар, төмендегідей деректер келтірген: «Каспий басқа теңіздерге ұқсамайды, себебі теңіздің басқа теңіздермен байланысы жоқ, оның ұзындығы ескекті кемемен 15 күндік жол, ал енінің ең жалпақ жеріне небәрі 8 күнде жетуге болады. Каспий теңізінің батыс жағы таумен қоршалған, шығыс жағы – қараса көз жетпейтін үлкен-байтақ жазық дала, ал Орал өзенінен әрі қарай «ойлы-қырлы тастақты жерлер», одан өтсең адам өтпес «заңғар тау бар». Саяхатшы аймақтың ірі табиғи географиялық нысандарына дұрыс түсінік береді. «Ойлы-қырлы тастақты жерлер» - Жалпы Сырт, ал «заңғар таулар» Орал тауы болса керек [3].

Геродот «заңғар» таулардың бөктерлерінде (Орал тауларының оңтүстік-шығыс беткейі) агриппей тайпалары мекендейтінін, онда әрі «алуан түрлі ну ормандар өскен» жерлерде (Қазақстанның солтүстік-батысы) будин тайпалары тұратынын атап көрсетеді. Будиндердің оңтүстігінде жеті күн жолдық шөл дала жатыр, ал бұл шөл даланың шығысында фиссагеттер орналасқанын баяндайды. Сөйтіп, ежелгі көшпенділер дәуірінде Батыс Қазақстан жерін мекендеген тайпалардың тұрағын сипаттай отырып, саяхатшы Каспий теңізі мен оның төңірегіндегі аймақтар туралы тұңғыш географиялық деректер қалдырған. Осы деректердің бәрі «Геродот салған жер пішіні» атты картада көрсетілген.

Қазақстан туралы географиялық деректерді сан ғасыр бұрын бір арнаға түсіріп, айқындап берген Клавдий Птолемей өз еңбектерінде ежелгі дүниені танып-білуді дамытып қана қоймай, еуропалықтардың қазақ жері туралы географиялық ұғымының деңгейін көтереді. Бұл тұрғыда оның бесінші кітабының 8-ші тарауы К.Птолемей салған Азияның екінші картасына өте көңіл аударарлық. Мұнда «Скиф де Имаус» аумағы бейнеленген. Карта градустарға бөлініп, тік конус түрінде жасалған. Онда Қазақстан шамамен солтүстік ендіктің 49° - 60° аралығында орналасқан. Мұның өзі солтүстік ендіктің 41° мен $55^{\circ}30'$ көрсететін осы заманғы картаға деңгейлес келеді. Ендік бойынша Қазақстан аумағы $3^{\circ}30'$ сыйғызылып, К.Птолемей картасында 11° -қа теңеледі (осы замандағы) картада $14^{\circ}30'$. Скифияның оңтүстік шекарасын К.Птолемей Яксарт

(Сырдария) өзені бойымен жүргізді, ал оңтүстік-батыстағы Оксит тауларының (Үстірт) етегі мен Окс (Амудария) өзенінің жоғарғы сағасы солтүстік ендіктің 43^0 тұспа-тұс келеді, ал осы күнгі Амударияның жоғарғы саласына сәйкес келеді. К.Птолемейдің картасында бойлық бойынша көп алшақтық бар; бұл картада Скифия аумағы шығыс бойлықтың 88^0 мен 140^0 аралығын алып жатыр, ал осы күнгі картада (Қазақстанның физикалық картасы. Масштабы 1:1500000) Қазақстан шығыс бойлықтың 49^0 - 87^0 аралығында орналасқан. Шығысқа қарай мұндай алшақтық тіпті молая түседі: Ра (Еділ) өзенінің жоғарғы саласы шығысқа қарай ығысып кеткен. К.Птолемейдің картасы бойынша Гиркан (Каспий) теңізі шығыстан батысқа қарай созылып жатыр [3].

VI ғасырда Орталық Азия мен Қазақстанда көшпенді басқыншылардың жаңа империясы – Алтай түріктерінің қағанаты шаңырақ көтерді. Бұл империя аз уақыт ішінде Тынық мұхиттан бастап, Қара теңізге дейін мекендеген барлық халықтарды өзіне бағындырып алды. Түріктер Жоңғарияны қақ жарып өтіп, Жоңғар қақпасы арқылы Жетісуға баса көктеп кірді. Қаратал, Іле, Шу өзендерінен өткен Истемир қаған басқарған түркілер Мойынқұмды оңтүстігінен орағытып, мидай дала арқылы Қаратау жотасына бағыт алды. Сырдария өзені арқылы Арал (Батыс) теңізіне жеткен түркілер одан әрі Мұғалжар тауы арқылы Еділ (Волга) өзеніне асты.

VII ғасырдан бастап Қазақстан аумағын зерттеуде арабтар көрнекі рөл атқара бастады. Бұл тұрғыдан араб географтары Ибн Хордадбех, Макдисидің, Ибн Хаукальдің, Ибн Рустенің, Әл-Истахридін, Әл-Масудидің, Әл-Идрисидің, Ибн Фадланның және басқа ғалымдардың еңбектерінің маңызы айырықша зор.

Ибн Хордадбех қазақтың географиялық атауларынан Фараб (Отырар), Талас өзені, Күрдер (Арал), Испиджаб (Сайрам), Тараз қалалары көшіп-қонуға қолайлы жылы аймақ ретінде атап өтеді. Максиди Сырдария өзені мен Сабран (Сауран) және Шагльджан (Иқан) шаһарларын әңгімелейді.

Ибн Фадлан Бағдадтан 921 жылы 21 маусымда аттанып, Хамадан, Рей, Нишапур, Мерв, Бұхар маршрутымен жүрген. Амудария өзені мен Арал теңізінің жиегіндегі Хорезмге дейін, Үстірт пен Жайық арқылы Поволжьеге өткен. Саяхатшы жүріп өткен аймақтардың жер бедері, климаты, өзендері мен көлдері, топырағы туралы мағлұматтар келтірген. Ибн Фадлан басып өткен Батыс Қазақстан аймағының жер бедерін сөз ете келіп, жолының дені шөлейт құм арқылы өткенін және ішінара «тастақты жерлердің» де кездесетінін айтады. Тастақтар Үстірттің сол жақ беткейінен асқан тұста ұшырасқан. «Он бес күн жол жүргеннен кейін біз қаптаған тастар бар үлкен тауға келдік», - деп жазды ол. Сірә, саяхатшының бұл айтып отырғаны Солтүстік Шың (Чинк) сияқты. Осы тастақ жерлерге дейін жол Үстірт арқылы өткен, ал жотаның үсті шөлейт жазық, «бір де бір тауы жоқ жазық дала» екені баяндалған [4].

Ибн Фадлан өзі өткен өзендердің аттарын атайды: Яганды (Шаған), Жем (Ембі), Жяхыш (Сағыз), Өзіл (Ойыл), Ердем (Қалдығайты), Барыш (Бұлдырты), Анхаты Атил (Итиль/Еділ/Волга), Ирхиз (Ырғыз) және Жайқ (Жайық). Саяхатшы өз жол жазбаларында әлгі атаулардың оңтүстік-шығыстан бастап солтүстік-батысқа қарай белгілі бір жүйемен келтіреді, соған қарап оның жолсапарының бағдарын анықтау қиын емес. Сонымен бірге, саяхатшы Оғыз мемлекетінің астанасы – Янгикент қаласында болған. Ал ол мемлекет Орта Азияның егіншілікпен айналысатын ірі алқаптарының Хорезммен және Мауеренархрмен шектескен тұсында орналасқан. Саяхатшы Үстірт арқылы ылдиға түсіп, Шың (Чинк) төңірегінде құздарға келгенін, одан соң өзеннен өтіп, ұзақ жол жүріп, башқұрттарға кезіккенін және Жем өзені және бірнеше өзеннен өткесін ғана теңіз секілді үлкен тұйық судың жиегін мекендеген печенегтерге жолыққанын мәлімдейді. В.Бартольдтің жорамалы бойынша, бұл арада әңгіме Батыс Қазақстан облысындағы Жамансор көлі туралы болып отыр.

Ибн-Батутта Еділ атырауы мен Каспий маңы ойпатын, Үстіртті зерттеп, бүкіл араб әлеміне Каспий аймағының шығыс шеті екенін және нысанның жер бедері биік жалпақ екенін зерттейді, осы өңір туралы танымал болған еңбек қалдырды. Ал, Әл-Бирунидің географиялық көзқарастары келтірілген «Таксим ал-акалим» (Климаттардың бөлінуі), «Ал-Асар ал-бакийа ал-Курун ал Халиийа» (Бұрынғы ұрпақтардан қалған іздер: қысқаша «хронология»), еңбектерінде Каспий және Арал теңіздері мен олардың төңірегіндегі аудандардың неғұрлым толық әрі дұрыс сипаттамасы белгілі болды [5].

XI ғасырда өмір сүрген ғұлама ғалымдардың бірі Махмут Қашғари география ғылымын дамытуға зор үлесін қосты. 15 жыл ізденіп 1078 жылы аяқтаған еңбегінде ономастика, оның ішінде топонимика мәселелері мол орын алған. М.Қашғари еңбектеріндегі ономастика мәселелерін зерттеген авторлардың бірі профессор Х.Хасанов «Түбірі бір түрік тілі» атты еңбекте түрік халықтарының мекен-жайлары мен тау-теңіздерінің 365 ономастикалық атауы бар: оның ішінде кісі аттары – 96; халық, тайпа және ру аттары – 78: қала, қыстақ аттары – 82: аңғар, шатқал, жайлау, жыра, шоқы, асу, қолат аттары – 68: теңіз, көл, өзен, сай аттары – 25: планета, жұлдыз, жыл аттары – 7. Кітаптағы картаны жасағанда шығыстан батысқа қарай түрік тайпаларының қоныстану ретіне қарай көрсетілгені айтылған. Бұл заңдылық география ғылымында осы уақытқа дейін сақталған. Қашғари картасын Еуразияның қазіргі картасымен салыстырғанда байқағанымыз: көптеген нысандар осы уақытқа дейін сақталған және географиялық орын дұрыс көрсетілген. Мысалы, Еділ өзені Қыпшақ еліндегі Бұлғар (Каспий теңізі) теңізіне құяды, оның бір тармағы орыс жерінен бастау алады деп жазады. Картадағы Каспий теңізінің шығыс жағалауына (қазіргі Маңғыстау түбегі орналасқан жер) «Манқышлақ», Ертіс өзені – «Эртіш» деп жазылған және т.б.

Ежелгі дәуірден XVI ғасырға дейінгі тарихи-географиялық саяхат зерттеу мен ізденістер деректеріндегі жинақтау жолында антикалық авторлар жазбаларында Қазақстанның ірі географиялық нысандары мен өзен-көлдері және теңіздері жөнінде дұрыс мағлұматтар берген.

Ұзақ даму тарихи бола тұрып, туризм әлі күнге дейін толық, бір мәнді анықтама алған жоқ және оны тек жеке мамандар ғана емес, туристік ұйымдар да әр түрлі анықтап жүр. Күрделі әлеуметтік-экономикалық құбылыс ретінде ол жеткілікті зерттелмеген және оған сандық баға беру қиын.

Туризмнің іс жүзінде бар анықтамаларын екі топқа біріктіруге болады. Оның бірі жұмысшылық деп аталады және оның мінездемесі тар арналы, оған туризмнің жеке экономикалық, әлеуметтік, құқықтық және тағы басқа аспектілерін немесе туризмнің ерекшеліктерін қамтиды да, нақты мәселелерді (мысалы, статистикалық мақсаттағы туризм анықтамасы) шешу құралы ретінде қолданылады. Екінші топ, мәндік анықтамалар пәнді түгелдей қамтиды, туризмнің қасиеттері мен қатынастарының көптүрлігін бір бірлікте көрсететін ішкі мазмұнын ашады, және оны ұқсас, көбінесе өзара байланысты, бірақ басқаша табиғаттағы құбылыстардан ажыратуға мүмкіндік береді.

Туризмнің статистикалық анықтамасы. Статистикада туризмді тұрғындардың мекен-жайын немесе жұмыс орның орнын ауыстыруына байланысты емес көшіп-қону формасының бірі деп түсіндіріледі. Оған анықтама берілудің қажеттілігі XX ғ. I жартысында туындады және ол туристік ағындардың барлық жерде өсуімен, туризмнің экономикалық маңызының артуымен және саяхаттаушы тұлғалардың статистикалық есебін алуға тырысушылықпен түсіндіріледі.

Турист терминіне алғашқы анықтамалардың бірін Ұлттар Лигасының статистика мәселелері жөніндегі комитет сарапшылары берген (1937ж). Ол халықаралық қолдануға ие болды және қазіргі күнге кейбір түзетулері болмаса негізінен сол күйінде жетті. Соңғы жылдары туризмге анықтама беру мәселелері Ресми туристік ұйымдардың халықаралық одағының бас қосуларында (Дублин, 1950 жылы, Лондон, 1957 жылы), Біріккен Ұлттар Ұйымының халықаралық туризм және саяхат туралы конференциясында (Рим, 1967 жылы), Бүкіләлемдік Туристік Ұйым конгресінде (Манила, 1986 жылы), туризм жөніндегі парламентарлық конференцияда (Гаага, 1989 жылы), және тағы басқа жиындарда талқыланған.

Қазіргі уақытта халықаралық тәжірибеде саяхат пен туризм статистикасы жөнінде халықаралық конференцияда қабылданған (Оттава, 1991 жылы) және Бүкіләлемдік Туристік Ұйымымен және Біріккен Ұлттар Ұйымының Статистикалық комиссиясымен бекітілген анықтама кең қолданыста. Ол бойынша:

- турист – бұл 24 сағаттан 1 жылға дейінгі мерзім кезеңінде уақытша болатын елді (жерді) аралап көретін және өзге де мақсаттарда кенінде бір рет түнеп шығатын жеке тұлға.

Ұсынылған анықтама саяхаттаушы тұлғалардың туризмдегі статистикалық зерттеудің объектісі болып табылатын бөлігін анық көрсетуге мүмкіндік береді. Оттава конференциясының қорытынды құжаттарында және Бүкіләлемдік Туристік Ұйым техникалық құралдарына турист келіп-кетуші ретінде анықталады және бұл ұғымды туризм статистикасында түйінді ұғым ретінде қолдану ұсынылады. Ол туристермен қатар жалпылама ортақ белгілері бар экскурсанттарға тиісті. Олардың арасындағы айырмашылықтар құбылыстың мәніне қатысты емес, сондықтан экскурсиялық сапарлар көбінесе туризмнің жеке оқиғасы ретінде қарастырылады және туристік статистикалық анықтамаларда көрсетіледі.

Туристер мен экскурсанттарды келіп-кетушілер категориясына біріктіруге және сол уақытта басқа саяхаттаушы тұлғалардан ажырату мүмкіндік беретін үш басты белгіні бөліп көрсетуге болады: күнделікті орта шегінен асып басқа жерге ауысу, келген жерінде болу ұзақтығы және сапар мақсаты.

Күнделікті орта шегінен асып сапарлау бұл саяхаттаушыларды жіктеудің бірінші белгісі.

Күнделікті орта термині айналымға Оттава конференциясында келіп-кетушілер қатарынан күнделікті үйден жұмысқа (оқуға) барып, қайта келетін адамдарды бөліп қарау үшін енгізілген. Олар күнделікті ортадан аспайды және турист болып саналмайды.

Бүкіләлемдік Туристік Ұйымның туризм статистикасы жөніндегі ұсынымдамаларында күнделікті орта параметрлері екі көрсеткішпен сипатталады. Ол нысанға келіп-кету жиілігі және оның қашықтығы. Тұлға тұрақты баратын жерлер оның тұрғылықты жерінен әжептәуір қашықтықта болса да, оның күнделікті ортасының элементтері болып табылады. Осыны негізге ала отырып айтатын болсақ, мысалы, шекаралық аудандардың тұрғындары шекаралас мемлекеттердің территориясында қызмет істеп және ол елдерге үнемі барып тұратындықтарына қарамастан халықаралық туристер санына жатқызылмайды.

Сонымен қатар, күнделікті ортаға адамдардың бұл нысандарды психологиялық түрде күнделікті ортаэлементі ретінде қабылдауынан шығады. Мысалы, көрші орналасқан театрға баруды ешкім де туристік шара деп санамайды және ол туризм статистикасында да көрініс таба алмайды.

Келген жерде болу ұзақтығы – бұл келіп-кетушілердің статистикалық жиынтығын бөліп көрсетудің екінші белгісі. Ол күнделікті орта тұжырымдамасының дамуына енгізіледі және туристер мен экскурсанттарды резиденттерден ажырата білуге мүмкіндік береді. Болу ұзақтығы 12 аймен шектеледі, одан кейін келіп-кетуші тұрақты тұрғын

санатына ауысады да, туризм статистикасында есепке алынбайды. Бұрынғы тұрғылықты орнына қысқа келу (мысалы, туыстарына қонаққа келу) жағдайында бұл тұлға сол территорияның келіп – кетушісі ретінде тіркеледі. Атап айтсақ, Оңтүстік Еуропаның басты қабылдаушы туристік елдері – Италия мен Испанияда келу туристік ағымының үлкен бөлігін отанына келуші эмигранттар құрайды.

Сапар мақсаты (себебі) – келіп-кетушілердің үшінші белгісі. Басқа саяхатшылардан айырмашылығы олардың саяхаттауының себептері ресми құжаттар мен ғылыми әдебиеттерде кең түрде көрсетілген туристік себептер болып табылады. Келіп – кетушілерді статистикалық есепке алудың ыңғайлығы үшін Бүкіләлемдік Туристік Ұйымның ұсынуымен (1-сурет) туристік мақсаттар бірнеше топтарға біріктірілген: бос уақыт, рекреация, демалыс; туыстар мен таныстарға қонаққа барып қайту; іскерлік және кәсіби мақсаттар (іскерлік кездесулерге, конференцияларға, конгрестерге қатысу тағы басқа); ем қабылдау, діни қасиетті жерлерге зиярат ету (қажылық); басқа да туристік мақсаттар.

Жай көзбен қарағанда келіп – кетушілердің статистикалық жиынтығы өте ала – құла және әртүрлі болып көрінеді. Саяхат мерзімінің әртүрлі ұзақтығы сапарлар географиясына, қозғалу әдістеріне қарамастан, барлық бұл тұлғалар бір санатқа біріктірілген және барлық жұмыс іздеу және ақы төленетін қызметті жүзеге асыру үшін жолға шығатын тұлғаларға қойылған.

Жоспарлы мақсаттар (себептер) бойынша жіктеу мигранттардың екі санатының әртүрлі экономикалық табиғатын көрсетеді. Олардың әрбірінің ерекшеліктері шекарадан тыс шыққан жағдайда өте айқын білінеді, дегенмен жіктеу ішкі саяхатшылармен бірдей халықаралық саяхатшыларға да қатысты.

Ежелгі Қазақстан тарихындағы ұйымдастырылған алғашқы саяхаттар – аса ауқымды туристік нысан болып табылатын Ұлы Жібек жолымен байланысты. Оның бастапқы қалыптасу кезеңі б.з.б. III мың жылдыққа ұласады. Ортағасырлық Қазақстанда да ұйымдастырылған саяхаттар, мақсатты түрде жасалған туристік нысандардың болғаны туралы деректер тіркелген.

Аталған кезеңде Ұлы Жібек жолының солтүстік түркі тармағы бойынша VI – XIV ғасырлардағы саяхаттар тек қана сауда үшін ғана емес, сонымен қатар қажылық, емдік және білім алу мақсаттарымен де болғаны туралы жеткілікті негіздемелер бар. Қазақ жерлері арқылы да жүріп өткен атқты саяхатшы Марко Поло: “Ұлы ханның жаушысы Канбаладан қандай жолмен шықса да, 25 шақырымнан кейін станса, оларша янб, ал бізше атты поштаға жетеді, әр стансада жаушылар тоқтайтын үлкен, әсем үй бар. Бұл керуен сарайларға сәнді жібек көпелерімен көз тартатын кең төсектер қойылған, жаушыға керектің бәрі бар, тіпті патшаның өзі де осында тоқтай алады”, - деп жазған.

Қазақстан аумағындағы ең бірінші туристік нысандар түркі тайпаларын жаулап алумен және олардың атамекенінен ауа көшуімен байланысты. Қазақстанда қажылық туризмін ең бірінші ұйымдастырған Әмір Темір болды және оның есімімен байланысты орында әр жылдары әр тірлі әлеуметтік туризм түрлері жүзеге асырылды. Осындай ескерткіштердің негізі 1399 ж. Әмір Темірдің бұйрығы бойынша Ахмет Иасауи қабірінің үстіне салынған кесене болды

Біздің заманға дейінгі төртінші мың жылдыққа Египетке аттанып жүрген, осындай алғашқы көшіп қонушылыққа жататыны діни негізіндегі саяхаттар. Біздің заманға дейінгі VI ғасырда Египет фараоны Нехао Африка төңірегінде саяхат құрылған.

Ертеректе туристік саяхаттар қалаларды көріп, жасанды көлдер, шипалы бұлақтарға барумен байланысты болды. Кейініректе жиелеп салына бастаған пирамидалар саяхаттаушылардың назарын аудара бастады. Алайда жақсы дамыған жол тараптары мен сапалы түнеу үйлері және арзан асханалардың тек қана ежелгі Греция мен Римде пайда болуы бұл саяхаттарды белгілі мөлшерде тежеді. Туризм ол кездері ешқандай табыс көзін әкелмеді. Жол талаптарының маңызын тек қана парсылар айтарлықтар ұғынып, өз мемлекеттерінің территориясында қатынасу жолдарының жүйесін құрды. Әр бір отыз мильден кейін парсы жолдары бойында саяхатшыларға демалыс жағдайларын қамтамасыз ететін тұрақтар керуен сарайлар ұйымдастарды. Алғашқы туристік саяхаттар сауда – саттық мақсатында жасалынды.

Біздің заманға дейінгі VIII ғасырда ертедегі гректер саяхаттар жасады. Олар көне олимпиядаларға көрушілер немесе қатынасушылар ретінде қатынасты. Мысалы, ертедегі Грецияда Олимпиялық ойындарға өнер сүйгіштер мен спорт адамдары көптеп келушілер болды. Спорттық туризмнің де отаны ежелгі Греция болуы табылады. Ол елде Олимпиялық ойындар төрт жылда бір болатын. Олимпиядалық ойындарды көрушілерге тиімді болып келді. Олимпияда стадиондарға 40 мыңға дейін адам сыйатын. Және гректер Олимпиадаға қарсы үлкен жәрмеңке ұйымдастырып, арнайы сауда жасайтын орындар орнатылынады (сурет 2).

Ежелгі Грецияда курортология мен емдік туризм пайда болды және минералды бұлақтармен және храмдардың қасына санаториядық объектілер сала бастады.

Ежелгі заманда туристік саяхаттар қаланы көріп, жасанды көлдер, шипалы бұлақтарға барумен байланысты болатын. Кейініректе салына бастаған пирамидалар саяхаттаушылардың назарын аудара бастады. Сол кездері дамыған жол мен сапалы түнеу үйлері және арзан асханалар тек қана Грециямен және Римде пайда болды. Орта ғасырларда адамдар көп саяхаттай бастады, сөйтіп, саяхаттаушыларға арналған керуен сарайлардың жасалынды. XIV ғасырдың өзінде-ақ сол заман үшін өте жайлы түнеу орындарына пайда бола бастады.



Сурет 2. Теңіз саяхаты, 1895 жыл

Туристтік саяхаттардың ерекше формасы емдік жерлерге сапар шегу болды. Емдік жерлерге саяхатпен қоса, римдік таулы, теңіз жағалауындағы жерлерге де сапар шегуді де ұнатты. Бұл тұрғыда ең қолайлы орын Неополитандық бұғаздың үстінде орналасқан жерлер болды (сурет 3)



Сурет 3. Қажылар, Рим 1300 жыл

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

XIX ғасырдың ортасына дейін еуропалық туризм тек тандаулы, дәрменді тұлғалардың туризмі болған., осыған орай кейбір авторлар осы кезеңдегі туризмді «Ақсүйектер туризмі» деп атайды. Тек XIX ғ екінші жартысынан, әсіресе XX ғ жиырмамыншы жылдарынан бастап, туризмнің демократиялануына жеткізген өзгерістер орын алды.

Англиядан Францияға жасалған ұйымдастырылған турлар 1815 жылдың өзінде орын алғаны баршаға мәлім. Жазушы және саяхатшы Джордж Галиньяни осындай Лондоннан Парижге бағытталған кең бұқаралық жұртқа арналған турлардың ынталандырушысы мен ұйымдастырушысы атанған. 1829 жылы саяхатшыларға арналған, неміс

Карл Бедекер әзірлеп баспадан шығарған әлемдегі бірінші жолнама жарық көрді.

Карл Бедекер баспа фирмасын құрып, ағылшын үлгісімен жылнамаларды шығара бастады. Ал 1846 жылы оның жолнамалары негізгі еуропа тілдерінде шығара бастады. Жолнамаларды үздік мамандар: тарихшылар, өнер танушылар, географтар мен әдебиет танушылар бірігіп әзірлегендігіне орай олардың сапасы жоғары келген. Бұл жолнама қазір де шығарылуда және еуропада дербес саяхат жасап жүрген туристердің сұранысына ие.

XIX және XX ғ дың бірінші жартысындағы туризм дамуы көптеген факторларға байланысты, олардың ішіндегі ең маңыздылары:

Көлік құралдарының дамуы;

Өнеркәсіптің дамуы және осыған байланысты халықтың өмір деңгейінің көтерілуі;

Туристік бюролардың пайда болуы;

Урбанизациялау үрдісі;

Бос уақыт мөлшерінің көбеюі;

Қоғамның мәдени деңгейінің жоғарылауы;

Мемлекеттің туризм жөніндегі саналы саясаты.

Көлік құралдарының дамуы туристік қозғалыстың қарқындылығы мен кеңістіктегі өзгерістерінің ең маңызды факторларының екені даусыз. К. Либере айтуынша « салт аттың, одан кейін дилижанс пен желкен кемелерінің орнына темір жол мен бумен жүретін кемелердің пайда болуына» байланысты туризм дамуында мүлдем басқа кезең басталды, көліктің жаңа түрлері жолды қысқартты, арзандатты және жайлы қылды. Дамудың келесі кезеңі автоморбиль және ұшақтың пайда болуына байланысты.

Алғашқы Манчестер – Ливерпуль темір жол желісі Англияда 1825 жылы ашылсада, туристік аумақтарға апаратын темір жол торы XIX ғдың екінші жартысымен XXғ дың басында іске қосылды.

XXғ басы бұқаралық туризмнің қалыптасу кезеңі деп айтуға болады. Бұл үрдіс әсіресе, Бірінші соғыстан кейін ынталандырылды. Туризм тарихшылары бұл кезеңді бұқаралық жіне әлеуметтік туризмнің пайда болуымен үйлестіреді. Халықтың үлкен жігі туризммен айналысатын, болмаса туризммен айналысуға мүмкіндігі бар елдердегі туризмді бұқаралық туризм деп атай аламыз. Бұл жағдайда өздерінің қаражаттарына орай туризмнің ең арзан түрлерін таңдайтын байлығы орташа халық топтары туризм құбылысына қатысады. Әлеуметтік туризм дегеніміз қаражаты шектелген адамдар үшін мемлекеттік не басқа бюджет көздері қаржыландыратын саяхаттар.

Туризм түрлерімен формаларының саны да көбейе берді. Демалыс пен ойые сауыққа емделуге, танымдық мақсатында, көрмелер мен жәрмеңкелерге қатысу тұрғысында сапар шегу кең тараған құбылысқа айналды. Көліктің жаңа түрі автомобильдің пайда болуына байланысты,

1920жылдардан бастап, алдымен АҚШта, кейірек еуропада дербес саяхаттардың қызықты түрі «хич хайтинг»(автостоп) пайда бодды.

1.4 Туризм географиясының жетілдіру бағыттары

Қоршаған орта туралы жан-жақты мағлұмат алуға, әсем де шипалы жерлерді игеруде, тарихи мағлұматтардың мәнін түсінуде, мектептегі оқу-тәрбие жұмысын ұйымдастырып, нығайтуда туризмнің рөлі зор.

Ендеше адам өмірі мен экономиканың маңызды бөлігі – туризмді дамыту бүгінгі күннің өзекті мәселесі: туристік қызметке жәрдемдесу және оны дамуы үшін қолайлы жағдай жасау; Қазақстан Республикасы туралы туризм үшін қолайлы ел ретінде түсінік қалыптастыру.

Туризм қоғамда белгілі бір орын алатын құбылыс ретінде және термин немесе түсінік ретінде тек ХІХ ғасырда ғана қалыптаса бастады. Одан кейінгі оның даму тарихы (ХХ ғасыр) өзіндік толығымен, жетіле, күрделене түсуімен сипатталады. Алайда туризм термин ретінде, қоғамдық құбылыс ретінде бірден қалыптасқан жоқ. Оның қалыптасуына тікелей болмаса да, жанама түрде әсер еткен тарихи алғы шарттар немесе факторлар болады.

Туризм түрлеріне саяхаттарды топтастыруда белгі есебінде мотивациялық себептерді алуға болады. Мұндай топтастыруда адамның сапарға шығу себепін анықтау қажет. Себептердің барлығы да бірдей анықтала бермегенімен, туризмнің оны меңгеру жүйесінде 6 түрін белгілеуге болады.

1. Демалу мақсатындағы туризм

Туризмнің бұл түрі қысқа мерзімді немесе ұзақ уақыт ағзаның психологиялық немесе физикалық қалыптасуы мақсатында жасалатын демалыстан тұрады, және де бұл топқа емделу және күшті қалпына келтіру үшін топырақтың табиғи қасиеттерін, теңіз суын қолданатын курорттық демалыс жатады

2. Мәдениетті зерттеу мақсатындағы туризм

Бөтен мәдениетті тануға бағытталған туризм танымдылық және қажылық болып екіге бөлінеді: танымдылық туризм тарихи, мәдени немесе географиялық назар аударарлық жерлерге баруды қамтиды танымдылық мақсатпен саяхаттап жүрген туристер көбінесе сол елдің әлеуметтік, экономикалық қатынастарымен қызығады. Қажылық туризм ерекше діни маңызы бар жерлерге бару болып табылады.

3. Қоғамдық туризм

Қоғамдық туризм – ол туыстарына, достарына, таныстарына бару мақсатындағы саяхаттар (халықаралық терминологияда *visiting friends and relatives –VFR*), және де клубтық туризм. Клубтық туризм топтарға сапалы түрде бөлінуімен ерекшеленеді. Топтарға бөліну ойын-сауық немесе спорттық бағдарламаларға қызығатын адамдардың санына қарай жасалады. Табиғатқа жасалып жатқан адам қолынан келтірілетін зиянның

көп бөлігі экономикалық есептен туындайтыны анық. Каспий теңізі төңірегіндегі елдердің тіршілік түрлерін есепке алмау және экологиялық қызмет түрін анықтамау экономикалық бағалау әдісінің жоқтығын көрсетеді. Өндіруші салаларға және «аграрлық индустрияға» өте көңіл бөліп, биоресурстармен туризм әрқашанда ескерілмейді [1].

4. Спорттық туризм.

Спорттық туризмге спорттық іс-шараларда белсенді қатысу мақсатындағы және де спорттық іс-шараларда пассивтік қатысу саяхаттары жатады. Спортта белсенді қатысудың мысалы: футбол жанкүйері өзінің футбол клубының бүкіл ірі жарыстарына жүреді.

5. Экономикалық туризм – коммерциялық және профессионалдық қызығушылықтан туған – биржа, көрме, жәрмеңке және т.б. жерлерге бару.

6. Конгрестік (саяси) туризм – Конгресстік (саяси) туризм. Бұл туризм түрі дипломатиялық және саяси іс-шаралармен байланысты туризм болып 2 бөлінеді. Дипломатиялық туризм белгілі бір елдегі экономикалық, әлеуметтік жағдайларға талдау жасау, баға беру немесе өз пікірін білдіру мақсатында жүзеге асырылуы мүмкін. Мысалы, Қазақстан Республикасы Парламенті Мәжілісінің депутаттары Москваға Халықаралық Парламент отырысына қатысуы үшін баруы мүмкін. Саяси туризм белгілі бір елдегі, аймақтағы мемлекеттік маңызы бар саяси-қоғамдық шараларды ұйымдастыру, талдау жасау, саяси баға беру мақсатында жүзеге асырылады. Мысалы, Белгілі бір мемлекет азаматы нақты бір саяси партияның жарғылық мақсаттарына қызығушылық танытып, сол партияның съезіне қатысу үшін жол сапар кешуі мүмкін [2].

Туризмді сыртқы критерилері бойынша айқындайтын көптеген мүмкіншіліктер бар; туристердің шығу тегіне, ұйымдастыру формасына, саяхатта болу мерзіміне, жасына, көлігіне, жыл мезгіліне немесе маусымға байланысты.

Бір қарағанда туризмнің түрі мен формасы арасында пәлендей айырмашылық жоқ сияқты. Екі жағдайда саяхаттар белгілі бір көзқарас бойынша топталады. Айырмашылығы туризм түрлері ішкі факторлар бойынша, ал туризм формалары менеджмент үшін өте маңызды сыртқы себептермен әсерлермен ажыратылады.

Туристердің шығу тегіне байланысты туризм формалары. Туристердің шығуына байланысты туризм ішкі және халықаралық болып бөлінеді. Аталған жағдайда «шығу тегі» деген сөз адамның ұлтына немесе туған жеріне емес, оның тұратын және жұмыс істейтін орнына қатысты [3].

Туризмнің ұйымдастыруына қатысты формалары. Ұйымдастыру формасына қарай паумалды (бір бағаға жасалатын қызметтер жиынтығы) және дербес (жеке) туризм. Паумальдық тур стандартталған, алдын-ала ұйымдастырылған туристік қызметтер жиынтығы. Дербес турды ерекшеліктері- турист оларды өз бетінше ұйымдастырады және іске асырады. Осындай турлар кейде жалғыз депте айтылады, бірақ бұл дұрыс

емес, өйткені саяхатқа бүкіл отбасымен шығуға да болады, ол жағдайда тур жалғыз деп атала береді [4].

«Дербес туризм» деген ұғым көбінесе көпшілік туризм деген ұғымға қарама-қарсы қойылады. Көпшілік туризм алғашқыда көп адамның қатысуымен ерекшеленген еді, уақыт өте келе бұл ұғым теріс маңызға ие болды. Қазіргі уақытта көпшілік туризммен паумалдық туризмнің теріс әсері байланысып, дербес туризм мен көпшілік туризм қатысушылар санына қарай туризмнің формаларын айқындауға жарамай қалды.

Болу мерзіміне байланысты туризм формалары.

Болу мерзімінің ұзақтығына қарай топтастыру туризм формаларын топтастыруының негізгісі болып табылады. Саяхаттың мерзімінің ұзақтығы туристің саяхат жасап жүрген жерінде немесе елінде өткізілген уақытқа қатысты. Бір күндік саяхаттар былай топталады; үш сағаттан кем, үш-бес сағат, алты-сегіз сағат, тоғыз-он, бір сағат, он екі және одан да көп сағат. Түнде қонатын саяхаттарды былай топтастыруға болады: 1-3 түн, 4-7 түн, 8-28 түн, 29-91 түн, 92-365 түн.

Ұзақ саяхаттар, әдетте, қысқа сапарлармен толықтырылады. Қысқа сапарларға транзиттік сапарлар, бір күндік сапарлар және қысқа мерзімді туризм жатады. Транзиттік туризм – бұл туристтердің барар жерінің жолында аялдама жасау (тоқтау). Бір күндік туризм – түнде қонбайтын, күндізгі уақыт аралығындағы турлар. Ұзақ емес туризмнің маңызды формасы – қысқа мерзімді туризм. Қысқа мерзімді туризм іскерлік туризм мен демалыс күндерінде сапараға шығудан тұрады. Іскерлік немесе жеке мақсатта жасалғанына қарамастан орташа ұзақтығы 2-4 күнді құрайды, кемінде бір, ары кеткенде үш түнеу [5].

Саяхатшылардың жасына байланысты туризм формалары.

Туризм формаларын топтастыруда саяхаттаушылардың жастары да ескеріледі. Жастық шкала бойынша туристердің мынадай топтары анықталды: ата-аналармен саяхатқа шыққан балалар, жастар (15-24 жас аралығындағы туристер), 25-44 жас аралығындағы белсенді адамдар, 45-64 жас аралығындағы белсенді адамдар (әдетте, бұл кісілер балаларсыз жүреді), зейнеткерлер (65 жастан жоғарылар).

Көлікке байланысты туризм формалары. Саяхат барысында бұл бір жерден келесі жерге бару мақсатында қолданылатын көлікке байланысты мынадай формалары бар; авиатуризм, автобусты, теміржолды, автокөліктік және теңіз туризмі.

Жыл мезгіліне байланысты қысқы және жазғы туризм болып ажыратылады. Туризмнің маусымдық топтастыру формалары жыл бойындағы туристік қызметке сұраныс толқуын көрсетеді. Сапарға шығушылар саны ең көп болған уақыт туристік маусым деп, ал саяхаттардың азаю мерзімі-маусымаралық деп аталады.

Туристік маусымдар әр аймақтарда сәйкес келмеуі мүмкін. Ұсынылған алты критерийден басқа саяхаттарды топтастыруға негіз болатын басқа да көзқарастар бар. Туризмнің топтастырылуы толық болуы

үшін, Дүниежүзілік туристік ұйым туризмді мынадай типтермен топтастыруды ұсынып отыр: ішкі туризм – бір аймақтың тұрғындарының осы аймақ ішінде саяхаттауы, кіру туризмі – ол елдің тұрғыны емес адамдардың сол ел ішіндегі саяхаты, шығу туризмі – бір елдің тұрғындарының екінші елге саяхатқа шығуы. Туризмнің осы негізгі типтері туризмнің категорияларын жасай отырып әртүрлі үйлесім табуы мүмкін. Туризмнің бұл категориялары бір елге ғана емес, аймаққа да қатысты, «аймақ» термині – бір елдің ішіндегі ауданға немесе елдер тобына қатысты. «Бір ел ішіндегі туризм» анықтамасы ішкі және кіру туризмі: «ұлттық туризм» – ішкі және шығу туризмі: «Халықаралық туризм»- кіру және шығу туризмін қамтиды [6].

Қорыта айтқанда, жоғарыда айтылған мәселелерден көрініп отырғандай туризмнің кез келген қоғамдық өмірде алатын орны жоғары. Туризмді жан-жақты қарауға болады. Туризм – шаруашылықтың бір саласы. Туризм – спорт ретінде де көрінеді. Туризм – жергілікті халықты жұмыс орнымен, кәсіппен қамтамасыз ету құралы. Туризм – халықтар, мемлекеттер арасындағы мәдени т.б. қатынастар құралы.

Заманауи туристік әдебиеттерде «**Этникалық туризм**» терминінің көптеп қолданылуына қарамастан біркелкі және толықтай түсінік немесе анықтама берілмеген. Қазіргі уақытта жалпы туризмнің қабылданған нақты бірыңғай жіктелімі жоқ. Алайда олардың ең көп таралған түрі - туризмнің мақсатына, туристердің жас санатына, сапарлардың ұзақтығына және сапарлардың ұйымдастырылуына байланысты жіктеледі. Зерттеу және оқу әдебиеттерінде «этникалық туризм» тұжырымдамасы анықтамаларының бір біріне сәйкес келмеуіне байланысты, туризмнің қазіргі классификациясында этникалық туризм әлі де болса белгілі орынға ие болмағандығын атап өткен жөн.

Ғалымдардың бір тобы этникалық туризмге «этнографиялық», «ностальгиялық», «антропологиялық» немесе «аборигендік» деген сияқты түрлі терминдерді пайдаланады; ғалымдардың екінші тобы туризмнің этнографиялық және этникалық түрлерін тәуелсіз туризм түрі ретінде көрсете отырып, туризмнің жаңа түрі пайда болды деп санайды; ал тағы бір тобы этникалық туризмді мәдени және экологиялық туризмнің ерекше бағыты ретінде қарастырады. Этникалық туризмді зерттеу барысында авторлар пікірінің бір біріне сәйкес келмеуі және оның туризмнің кең таралған жіктелімінде болмауы, этникалық туризмнің қандай түрге жататындығы туралы сұрақ туындайды. Этникалық туризм өз алдына тәуелсіз туризмнің түріне жатады ма, немесе туризмнің басқа түрінің бір бөлігіне жатады ма? Бұл сұраққа жауап алу үшін шет елдік ғалымдардың пікіріне көз жүгіртіп көрейік.

«Этникалық туризм» терминіне шет елдік ғалымдардың пікірі де әртүрлі. Этникалық және этнографиялық туризмнің қатынасы бойынша әр түрлі көзқарастар бар. Мәселен Ресей ғалымы А.И. Шукін өзінің диссертациялық жұмысында этнографиялық турлардың негізгі

қатысушылары - этнографиямен кәсіби айналысатын адамдар, ал этникалық туризмге қатысушылар туристердің кең аудиториясы болып табылады, олардың басты мақсаты - рухани қажеттіліктерді қанағаттандыру десе [1], В.Н. Пресняков пен М.А. Жулинаның еңбектерінде этникалық туризм мен этнографиялық туризмді синоним сөздер ретінде қарастырады [2]. АҚШ ғалымы В. Смит этникалық туризмді мәдени туризм мен тарихи туризмнен бөлек туризм түрі деп көрсеткен [3]. Сонымен қатар соңғы уақытта этномәдени, джайлоо, антропогендік және аборогендік туризм түрлері мен этникалық туризмнің байланысын көрудеміз.

Отандық және шетелдік ғылыми әдебиеттерде этникалық туризмге жақын тұжырымдама ретінде «мәдени туризмді» қарастырады. («cultural heritage tourism», «heritage 566 tourism» және «diaspora tourism»). Америка Құрама Штаттарындағы Тарихи ескерткіштеді қорғау ұлттық қоры мәдени туризмнің анықтамасын «тарихи орындарға бару, сондай-ақ адамзат тарихын бейнелейтін жерлерді зерттеу» деп берсе [4], Ескерткіштер мен көрікті жерлерді сақтау жөніндегі халықаралық кеңес (ICOMOS) мәдени туризм анықтамасын «Бұл туризмнің ерекше түрі, оның мақсаты (көптеген басқа мақсаттармен қоса) ескерткіштерді қорғаумен қатар көрікті жерлерді ашу» деп берген [5]. Ресей ғалымы А.Г. Бутузовтың пікірінше этникалық туризм түсінігіне ең жақын этникалық мәдени туризм (ethnocultural tourism) түсінігі жатады [6]. Этномәдени туризм термині ғылыми әдебиеттерде көп кездеспейді. Алайда этникалық туризмнің жіктелуінде үлес алады (кесте 4).

Кесте 4

Этникалық туризмнің жіктелуі

Этникалық туризм	Антропологиялық туризм
	Аборогендік туризм
	Ностальгиялық туризм
	Этнографиялық туризм
	Этномәдени туризм
	Джайлоо туризмі

Этникалық туризм түрлері бағыттарын төмендегідей жіктеуге болады:

Ностальгиялық туризм (nostalgic tourism) Туризмнің бұл түрі туристтің ертеректе туып өскен жерлеріне немесе ата-бабаларың тұрған жерлеріне баруды білдіреді. Туризмнің бұл бағыты 1999 жылы Британдық туризм басқармасы (БТА) иммигранттарға Отанына оралып өзінің шыққан тегін зерттеуге шақырған кезден бастап қарқынды дами бастады [7].

Қазіргі уақытта туризмнің бұл түрі әсіресе Орталық Еуропа елдерінде танымал. Екінші дүниежүзілік соғысы осы елдерде халықтың көші-қонына әкелді. Сонымен қатар Финдердің Карелияға, немістердің

Калининград облысына, жапондардың Сахалинге барулары осы туризм түрінің дамуына өз әсерін тигізуде.

Этнографиялық туризм (ethnographic tourism) этнотуризм деп аталады және этникалық туризм түсінігіне ең жақын туризм түрі. Бұл туризм түрі танымдық және ойын-сауық мақсатымен жүзеге асырылады. Этнографиялық туризм – белгілі бір ұлттың, ұлыстың немесе тұрғылықты жердегі қауымның мәдениетімен, өмірімен, костюмдерімен, тілімен, фольклорымен, дәстүрлерімен, әдет-ғұрыптарымен, этникалық шығармашылығымен туристердің танысуын айтамыз. Туризмнің бұл түрі өзіндік келбетін, архетиктурасын, дәстүрлі жер пайдалануын, жергілікті халықтың өзіне ғана тән мәдени элементтерін күнделікті өмірлерінде сақтап қалған тарихи ауылдық елді мекендерге баруды қамтиды. Кейбір елді мекендерде халық тұрғылықты тұрмауы да мүмкін, тек туристтерге көрсету үшін ғана жасалған көрнекі қоныс ретінде құрылуы мүмкін. Яғни жергілікті халық бұл елді мекендерге тек жұмыс орны ретінде келеді. Көрнекі қоныс аударудың үлгісі ретінде Таиландтағы ұзын мойынды әйелдер мекендеген Карен тайпасын атап өтуге болады. Мұндай туристік бағыттағы маршруттар көптеген елдерде бар. Этнографиялық туризм дүние жүзіндегі қарқынды даму үстіндегі туризм түрі, туристер жергілікті тұрғындардың үйлеріне барып аралауға, жергілікті тұрғындармен ұлттық тағамдарынан дәм татуға шақырылады. Мысал ретінде Мысырдағы бедуиндердің қоныстарына квадроциклдармен экскурсия жасауды айтуға болады. Бұл жерде туристтерге жергілікті халықтың отқа піскен ұлттық тамағамдарынан дәм татуына, түйелерге мініп серуендеуіне, ұлттық әндер айтуына, би билеуге және ұлттық салт-жораларға қатысуына болады.

Антропологиялық туризм Ностальгиялық туризм Этномаде ни туризм Джайлоо туризмі Этнографи ялық туризм Аборигендік туризм Антропологиялық туризм (anthropological tourism) этнографиялық туризмнің бір тармағы. Бұл туризм түрі жойылу қаупі бар немесе жойылып кеткен этностардың мәдениетін зерттеу, көру мақсатында мекендейтін қоныстарына немесе бұрын мекендеген қоныстарына бару [6]. Мысал ретінде қазіргі Перудағы орта ғасырлардағы Инк мәдениетімен танысу турларын, Қырымдағы скиф мәдениетімен танысу турларын т.б. айтуға болды. Сондай ақ Панамада мекендейтін үндістердің Эмбра тайпаларына турлар ұйымдастырылуда. Аборигендік туризм (aboriginal tourism, indigenous tourism) – Бұл туризм түрінің ерекшелігі өркениетті, дамыған әлемнен тыс қалған тайпалардың тұрмыс тіршілігімен танысу болып табылады. Аборигендік туризм түрінде көп жағдайда жергілікті халық туристік маршрутты ұйымдастыруда тікелей ат салысады. Абориген тайпаларына этномәдени турлар Австралияның оңтүстік бөлігінде кеңінен танымал. Экскурсиялық бағдарламаны Австралияның байырғы, жергілікті тұрғындары жүргізеді. 1-5 күндік турлардың барысында туристтер табиғат сұлулықтарына тәнті болып сонымен қатар, аборигендердің ауылдарына барып олардың тарихымен, мәдениетімен танысады. Жайлау туризмі

(Джайлоо-туризм) бұл этникалық туризм түрінің жаңа бір түрі. Этникалық туризмнің бір бөлігіне жатқызуға болады. «Джайлоо» қырғыз сөзі жайлау деген мағынаны береді. Бұл туризм түрі қаланың күйбең тіршілігінен жалыққан туристтерге арналған. Жайлау туризмі 1990 жылдардың соңына қарай Қырғызстанда жергілікті туроператор біраз уақыт туристтерге киіз үйлерде тұрып, малшылардың өмірімен танысуды ұсынғаннан бастап пайда болды. Бұнда туристтер көшпенділер мәдениетімен, ұлттық ойындарымен танысып, атқа мініп, киіз басуды үйренеді. Этникалық туризм түрі, ауыл туризмі, экологиялық туризм, спорттық туризм т.б. туризм түрлерімен салыстырғанда жеке туризм түрі ретінде шет елдік ғылымда болсын отандық ғылымда болсын өте аз зерттелген. Сонымен қатар этникалық туризмнің жіктелуіне және географиялық ерекшеліктеріне жеткілікті көңіл бөлінбеген. Көбіне этникалық туризм деп оның бір тармағын ғана түсінеді. Менің ойымша ностальгиялық, этнографиялық, антропологиялық, аборигендік, жайлау туризмі деп бөлгеніміз тек шартты түрде ғана, көбіне бір турдың ішіне бірнеше туризмнің түрі кіреді. Сол себептен, этникалық туризм өз алдына бір туризмнің түрі болып қалыптасуы қажет. Ал аталмыш туризм түрлері этникалық туризм түріне шоғырлануы қажет. «Этникалық туризм» тұжырымдамасын анықтап, оған жеке туризм түрі мәртебесін беру, оны тереңірек зерттеуге жағдай жасайды. Этникалық туризмді туризмнің бір түрінің тармағы ретінде қарау өткен ғасырдың еншісінде, менің ойымша қазіргі уақытта этникалық туризм тармақ ретінде қаралудан қалып жеке туризм түріне айналуы қажет. Бұған менің ойымша бірнеше себептер бар:

1. Этникалық туризм әлемнің барлық жерлерінде дерлік таралған. Қазақстан Республикасында да бұл туризм түрін дамыту перспективасы жоғары.

2. Этникалық туризм әрқашан сұранысқа ие болады. Қазіргі уақытта әлеуметтік топтардың, халықтардың, ұлттардың жаһандану үдерістерінен туындаған жеке басын жоғалтуына байланысты бұл туризм түріне қызығушылық болады.

3. Этникалық туризмге туристердің қызығушылығы жылдан жылға артуда.

Этникалық туризмнің дамуы әртүрлі ұлт өкілдеріне қатысты толеранттық қатынастарды нығайтуға ықпал етеді; мәдени, әлеуметтік және ландшафттық-экологиялық әртүрлілікті сақтауға көмектеседі; өңірдің мәдениетін одан әрі сақтауға көмектеседі; қазіргі заманғы әлемнің алуан түрлілігін және әртүрлілігін сақтайды, жергілікті ас мәзірінің жаңаруына, жергілікті шеберлердің дәстүрлі тұрмыстық заттарды және қолөнер бұйымдарын жасаудың жергілікті тәсілдерінің дамуына ықпал етеді. Бұл экономиканың нығайуына және жергілікті халықтың әлеуметтік, демографиялық жағдайының жақсаруына әкеледі.

Туризмнің дамуы арқылы жергілікті тұрғындар жұмыспен қамтамасыз етіледі және жергілікті аймақтың жалпы экономика

секторының дамуына әкеледі. Сонымен қатар этникалық туризмді дамыту арқылы халыққа өз мәдениетін танумен қатар басқа халықтардың мәдениетін де жақсы түсінуге және толеранттылық қатынастарды нығайтуға мүмкіндік береді.

Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2023 жылға дейінгі тұжырымдамасында гастрономиялық туризм жаңа, болашағы зор туризмнің негізгі түрі деп саналады. Туризмнің бұл түрін дамыту, жетілдіру және нарыққа шығару қажет. Қазақстанда гастрономиялық туризм үлкен әлеуетке ие [1]. **Гастрономиялық туризм** қазіргі заманғы әлемде кеңінен танымал болып келе жатқан саяхаттардың салыстырмалы түрде жаңа түрі болып табылады. Ғылыми әдебиеттерде гастрономиялық туризм әлі де бөлек бағытта болмағанымен, саяхаттың сұранысы елдердің гастрономиялық ерекшеліктерімен танысу элементтерімен үнемі өсіп келеді. Гастрономия кез келген адамның өмірінің және демалысының ажырамас бөлігі болып табылады. Саяхат жасаған кезде, туристер әрдайым мейрамханаларға барып, жаңа тағам түрлерін сынап көреді, сондықтан неге саяхаттың негізгі мақсаты ретінде соны алмасқа. Гастрономиялық туризм халықтың тарихи мұрасын құруға, сондай-ақ дәм сезу арқылы елдің немесе аймақтың дәстүрлерін, әдет-ғұрпын, ділін және мінез-құлқын түсінуге мүмкіндік береді. Әрбір елде гастрономиялық туризмді дамыту әлеуеті, өзінің бірегей ұлттық тағамдары, қонақжайлылық дәстүрлері бар.

Себебі мәдениетсіз, дәмді тамақсыз елдер жоқ. Гастрономиялық туризм соңғы уақытта жеке бағытта дамып келеді. Бірақ ол алғашқы саяхатшылар пайда болған кезден бері болған. Әрбір турист сапар шеккен елдің тағамдарының ерекшеліктеріне қызығушылық танытып, әрдайым жаңа және ерекше нәрселерді көруге ұмтылады. Туристер басқа халықтардың мәдениет, дәстүр, әдет-ғұрпына, ерекшеліктеріне қызығушылық білдіру себебінен туристік индустрияда гастрономиялық сияқты бағыттарға ерекшеленуге мүмкіндік берді. XX ғасырдың 90 жылдары туризмнің ғаламдық нарығы аса қаныққан кезінде жаңа қызықты бағыттар іздеу қажеттілігі пайда болды. Гастрономиялық туризм туристік фирмалардың икемді бағыттары арқасында бірегей өнім болып туындады.

Заманауи интерпретацияда гастрономиялық турлар ерекше ұлттық этникалық асханамен танысу мақсатында жайлы саяхаттарды ұсынады.

«Аспаздық туризм» термині алғаш рет 1988 жылы Америкалық Bowling Green университетінің түсініктемесіне енгізді. Алғашқы гастрономиялық турлар 90-шы жылдары Еуропада өз тарауын алды, онда турдың стандартты бағдарламасыда ұлттық тағамның мәдениетімен және дәстүрлерімен танысу (Франциядағы шарап турлары, чех және неміс сыра турлары, Октоберфест фестивалі, шотландық виски-турлар, норвегиялық балық турлары және т.б.) қамтылады. 2000 жылдары гастрономиялық туризмді дамыту Канадада, Австралияда және АҚШ-та кең таралған. 2001 жылы Халықаралық аспаздық туризм қауымдастығының президенті Эрик

Вольф туризмнің осы сегментін жеке бағытқа бөлу туралы құжатқа қол қойғанда, гастрономиялық турлар барлық жерде кеңінен тарала бастады.

Гастрономиялық туризмді жеке сегмент ретінде дамытудың басты мәселесі 2003 жылы Халықаралық гастрономиялық туризм Ассоциациясын құру болды. Оның ұраны «тамақ - ұлттың квинтэссенциясы, оның сипаты мен тарихы» деген тұжырым болды. Халықаралық гастрономиялық туризм ассоциациясы туристік компаниялар мен мейрамханалар арасындағы делдал болып табылады. Қазақстанда гастрономиялық туризм енді дамып жатыр және ол өте перспективалы болғалы тұр. Гастрономиялық турлардың жеке элементтері негізгі туристік бағдарламаларға енгізілді. Елдің кең аумағы, көптеген ұлттар, бай мәдени-тарихи мұралар, қонақжайлылық дәстүрлері мен әдет-ғұрыптары, әртүрлі және қайталанбас тағамдар гастрономиялық туризмді дамытудың керемет алғышарттары болып табылады.

Әсіресе біздің елде бұған мүмкіншілік көп.

Біздің еліміздегі гастрономиялық туризмді дамыту феномені мыналарға байланысты:

1. мейрамханаларға келушілер санының артуы. Қазіргі таңда мейрамханаға бару ерекше жағдай емес;

2. бұқаралық ақпарат құралдарында аспаздық бағыттарға ерекше назар аударулары: көптеген тағам дайындау шоулары мен бағдарламалары, танымал аспазшылардың актер ретінде танылуы және оларды танымал ету;

3. тамақтандыру индустриясының беделінің артыру, атап айтқанда мейрамхана бизнесінің;

4. мейрамхана брендтерінің пайда болуы.

Туристердің арасында шетелдік гастрономиялық турлар өте танымал. Гастрономиялық туризм соншалықты дамығандықтан, көптеген елдерде ұлттық кафелер мен мейрамханалардан басқа елдің мәдениетін бейнелейтін арнайы қонақ үйлер бар. Австрияда қонақ үйлер жүзім шаруашылығына қасында орналасқан. Онда келушілер шараптарды көріп, дәмін татып көріп қана қоймай, сонымен қатар шарап зауытының атмосферасын сезінеді. Гастрономиялық қызықты объектілерінің орналасуы туристе кей жағдайларда ыңғайлы болмайды. Британдық зерттеушілер құрастырған әлемдегі ең үздік 50 мейрамханалардың тізіміне кіретін америкалық «French Landry» Калифорнияда кішігірім провинциялық қаланың шетінде орналасқан. Ағылшындық «The Fat Duck» Лондоннан бір сағаттық жерде орналасқан. Ал испандардың «El Bulli» жету үшін кем дегенде екі сағат бойы жартасты, орам жолдан өту керек. Гастрономиялық туризм үшін ең танымал бағыттар Таиланд, Үндістан, Гавай аралдары, Калифорния және Араб елдері болып табылады (сурет 1) [2]. Аспаздық туризм Жапонияда ерекше дамыған. Тәжірибелі гидтің жетекшілігімен туристер суши тағамына қажетті теңіз өнімдерін өз бетінше сатып алады. Тамақ олардың көз алдында дайындалады. Осы елдің атақты фугу тағамын тек батыл туристер дәмін көруге ұмтылады.

Фугу балығының бауырында 30-40 адамды өлтіретін улың көлемі бар. Фугуды арнайы лицензиясы бар тәжірибелі аспазшылар дайындайды. Еуропа елдеріндегі гастротуризм ондай аса қауіпті емес. Мысалы, Италияда гурмандарға он рецепт бойынша дайындалған пастаның түрлерін ұсынады. Гастрономиялық туризмнің басты мақсаты - тағамдарды көруге ғана емес, сонымен қатар бұл тағам дайындау, тамақтану мәдениеті арқылы халықтың ұлттық рухымен, ежелгі дәстүрлерімен, тарихымен танысу құралы. Гастрономиялық туризм тек жергілікті экскурсия ғана емес, жергілікті тағамды мұқият таңдауды талап етеді. Бұл ұлттық тағамдардың ерекшеліктерімен, аспаздық дәстүрлерімен, аймақтың ерекшеліктерімен танысуға арналған сапар. Гастротурдың басты ерекшелігі - әлемдегі басқа жерлерде табылмаған тағамдардан дәм тату.

Еуропа елдеріндегі гастротуризм ондай аса қауіпті емес. Мысалы, Италияда гурмандарға он рецепт бойынша дайындалған пастаның түрлерін ұсынады. Гастрономиялық туризмнің басты мақсаты - тағамдарды көруге ғана емес, сонымен қатар бұл тағам дайындау, тамақтану мәдениеті арқылы халықтың ұлттық рухымен, ежелгі дәстүрлерімен, тарихымен танысу құралы. Гастрономиялық туризм тек жергілікті экскурсия ғана емес, жергілікті тағамды мұқият таңдауды талап етеді. Бұл ұлттық тағамдардың ерекшеліктерімен, аспаздық дәстүрлерімен, аймақтың ерекшеліктерімен танысуға арналған сапар. Гастротурдың басты ерекшелігі - әлемдегі басқа жерлерде табылмаған тағамдардан дәм тату.

Жер бетінде тіршілік қалыптасқан сәттен-ақ, адамзат өзінің даму тарихы барысында қоршаған ортаны, айналадығы табиғатты танып-білудің және игерудің бірнеше тәсілдерін меңгергені белгілі. Сондай маңызды тәсілдердің бірі - ғылым.

Ғылым - қоғамның рухани мәдениетінің құрамдас бөлігі. Адамзат дамуының белгілі бір кезеңінде ғылым дами келе, қоғамдық сананың дербес формасына айналады. Себебі, қоғамдағы сан-қилы мәселелер көп жағдайда ғылымның араласуымен шешіледі.

Адам өміріндегі ғылымның орны мен рөлін түсіну осы уақытқа дейін аяқталмаған күрделі процесс. Бұл процесс қиыншылықтар мен қайшылықтардың, күрделі сұрақтардың, көптеген жаңа мәселелердің шешілмеген түйіндердің, болашаққа бағытталған болжамдардың пайда болуымен ерекшеленеді. XX ғасырдың 20-шы жылдарында ғана ғылымның мәні мен ерекшеліктерін, оның дамуы мен бағыттары бір ғылыми жүйеге келтіру маңызды бола бастады.

Қазіргі таңда ғылым Қазақстанда ғана емес, бүкіл дамыған елдерде ерекше маңызға ие және даму үстінде. Олар: гуманитарлық, жаратылыстану, техникалық ғылым бағыттарын атауға болады. География ғылымы – жер бетіндегі табиғаты, және халықтар мен олардың шаруашылық іс-әрекетін зерттейді.

География ғылымы жаратылыстану бағыттағы ғылым болып есептелінеді. География ғылымы бірнеше ғылым салаларына бөлінеді, олар:

Жаратылыстану география ғылымы - (физикалық география, геоморфология, геоэкология, гляциология, гидрология және т.б.).

Қоғамдық география ғылымы - (әлеуметтік-экономикалық география, тарихи география, медициналық география және т.б.).

География – ежелгі ғылым болып саналады. География ғылымы антик кезеңінен бері қалыптасып келе жатыр, оны ежелгі грек ойшылдарының еңбектерінен байқауға болады. Мысалы: Эратосфеннің «Географика», Геродоттың «Тарих», Страбонның «Елтану», Гиппократтың «Медициналық анты» география ғылымының дамуына қосқан үлесі екені белгілі.

Сонымен, география ғылымында ерекше ғылым салалары орын алады. Оның ішінде, жер бетіндегі халықтардың, түрлі ұлт өкілдерінің денсаулығын қамтамасыз етуге бағытталған ғылым саласы - медициналық географияны атауға болады.

Медициналық география – географияның медицинамен байланысты бір саласы, географиялық ортаның адамның денсаулығына әсерін, жер шарында аурулардың шығуы мен таралуын, індет ошақтарын зерттейтін ғылым.

Медициналық география сонымен бірге рекреациялық іс-әрекеттегі медико-биологиялық аспектіні зерттеуде үлкен роль атқарады. Түрлі қауіп бар аурулардың географиялық таралуы:

- табиғи (климатқа, азық-түлікте кейбір химиялық элементтердің артық не жетіспеуіне т. б.)

- әлеуметтік (тұрмыстың материалдық жағдайына, халықтардың мәдени-рухани деңгейіне, дәстүрлі тамақтануына т. б.) жағдайларында адам организмінің даму барысында кейбір ауру туғызатын себептерге тығыз байланысты [1].

Әлбетте, «рекреациялық ресурстар» ұғымы тек табиғи объектілермен ғана шектелмейді. Бұл кез-келген мәселе түрін, энергетика, ақпараттық, тағайындалуы мүмкін «жүйесін тысқары жерде өндірілген және оның көзі материалдық жұмыс істеуі үшін қызмет ететін, дамыту, өмір сүруін».

рекреациялық ресурстар туралы қазіргі заманғы идеялар қалыптастыруға шешуші қадам алдымен арнайы қалыптастыру үшін ең маңызды алғышарттарының бірі ретінде, «рекреациялық ресурстардың» анықтау берілді Ол Багрова Л.А. Багров Н.В., экология және демалыс Азов-Қара теңіз Қырым проблемалары рекреациялық әлеуетін пайдаланудағы жаңа көзқарастар атты мақалада айтылады. Экономика саласының анықтауы бойынша, осы авторлардың табиғи рекреациялық ресурсты «- табиғи және табиғи-техникалық геожүйелік кеңістік, органдар мен рекреациялық қызметті жүзеге асыру үшін қолайлы қасиеттерге ие

және демалыс және сауықтыру белгілі үшін біраз уақыт пайдалануға болатын табиғи құбылыс ретінде қаарстырылады [28].

Демалыс және туризм үшін әлеуметтік-экономикалық рекреациялық ресурстар ерекше маңызды орында. Олар сондай-ақ бір жағынан материалдық және рухани болып бөлінеді, екінші жағынан қозғалмайтын және жылжымалы, жұмыста және өмірде білім қоғамның жетістіктерінің жиынтығы, ғылым, өнер, мемлекет және қоғам өмірінің ұйымдастыруда, материалдық құралдар өндірісте және қоғамның басқа да материалдық құндылықтарды өз дамуының әр тарихи кезеңде, және рухани жиынтығын қамтиды. Аумақтық тұрғыда ресурстар тарихи ескерткіштер, қала құрылысы мен монументалды өнер және сәулет ажырамас бөлігі болып табылады, сол көркем ескерткіштер, оның ішінде археология және басқа да нысандар, құрайды. жылжымалы ресурстар тобы өнер туындылары, археологиялық артефактілер, минералогиялық, ботаникалық және зоологиялық коллекциялар, деректі ескерткіштері және басқа да заттар, оңай жылжытуға болатын заттар мен құжаттар болып табылады. Олар әдетте мұражайлардың, кітапханалардың, мұрағаттары. Тарих, археология, қала құрылысы және сәулет, өнер, документальді ескерткіштер: тарихи және мәдени ескерткіштерді негізгі мүмкіндіктеріне байланысты бес негізгі түрге бөлінеді. Олар тарих ескерткіштеріне-адамдардың өмір сүру, қоғамның дамуы мен мемлекеттің ең маңызды тарихи оқиғаларға байланысты ғимараттар, мемориалдық орындарды және нысандарды, революциялық қозғалыс, ғылым мен техниканың дамуымен, халықаралық ынтымақтастық және халықтардың өмір мәдениетін және даму жолын жатқызуға болады көрнекті саяси, мемлекеттік, әскери басшылар, халық батырлары, ғалымдар, әдебиет және өнер өмірімен бірге.

Қазіргі Рухани жаңғыруда Елбасының «Болашаққа бағдар: рухани жаңғыру» мақаласы Жолдауда қозғалған бағыттарды кеңінен тарқатып, мемлекеттік идеологияны анықтайтын, көпке түсінікті, рухани жаңғыртуға бағытталған құжат деп білемін. «Туған жер» деген кезде әрбір азаматтың, әрбір адамның жүрегінде тулаған шабыт пен сезім ұялайтыны анық. Себебі адам өзінің туған жерінің төлі. Сол даланың, сол жердің, сол мекеннің меншігі. Туған жерге деген сезім мен махаббатың өлшемі шектеулі болмайды. Ол шексіз. Осы бір ерекше шексіз патриоттық сезімді әрбір азамат пен жастардың бойына етене сіңіріп, қандарына дарыту үшін, сөздің ұғымын кең мағынасында түсіну үшін, Елбасы «Болашаққа бағдар: рухани жаңғыру» мақаласында орындалу керек міндеттердің ішіне «Туған жер» бағдарламасын ұсынды [29].

Сондықтанда осы бағдарлама аясында жұмыстар жүргізген орынды. Археологиялық ескерткіштер ландшафт ретінде, қорғандар, ежелгі елді мекендердің тарихи, мәдени қабатының ежелгі қоныстар, бекіністер, салалардың, каналдарға, жолдар, ежелгі полигондарда, тас мүсіндер, жартастағы суреттер туризмде қолданыста болмақ. Туристік нысандарды жоспарлау және сәулет ескерткіштерінің ең тән: сәулеттік

ансамбльдер мен кешендер, тарихи орталықтар, блоктар, алаңдар, қалалар мен шағын елді мекендерді жоспарлау және дамыту. Азаматтық құрылыс, өндірістік, әскери және діни сәулет, халық сондай-ақ онымен байланысты жұмыстар бейнелеу, осы уақытта сәндік, ландшафт т.б жариялаумен жарнамалау жұмыстарын игеру керек және оған негіз де бар.

Аумақтық тұрғыда туристік және рекреациялық ресурстарды табиғи, тарихи, археологиялық кешендерді толықтай анықтау жұмыстары нашар жүргізілуде:

- табиғи кешендер есебінен туризмге дегшен сұраныстың болмауына орай олар, табиғи құрылым ретінде есептеледі;

- туристік сұраныстың пайда болуы табиғи кешендердің зерттелуін және бағалауды талап етеді;

- мемлекеттік инвестициялық қажеттіліктері мен еңбек және ресурстарға ең құнды табиғи және басқа да өз кезегінде құралдарының арқасында жүргізуді талап етеді.

Туристік және рекреациялық ресурстар - тұжырымдамасы, ғасырлар бойы ретінде табиғи және әлеуметтік-де, ресурстар мен олардың құрылымы әр түрлі түрлері, бастаған және көбірек жаңа элементтерін айналымына қосу әкеледі туристік көлемінің рөлін өзгертеді және экономикалық сипаттағы түсініктерді қалыптастырады.

Туризм ресурстардың әрбір түрінің дәрежесі нақты болып табылады, курорттық минералды сулары мен балшықтың түрлері қолданылады, ауа-райының және климаттың емдік әсері бар, үңгірлер мен тұзды шахталар ерекше микроклиматпен (спелеотерапия). қалғандары қолайлы негізінде әзірлейді және оң әсерін жасау, климаттық кезеңдер, су, өсімдік, және басқа да элементтер мен ландшафт ерекшеліктерін, спорттық туризм үшін және қоныстанған және шалғай аудандарда туризмді дамытуда саяхат. экскурсия туризм тарихи мәдени және табиғи көрікті, бірегей тұрмыстық нысандар, фольклорлық мерекелер және танымал мәдениет элементтері -ұлттық ойын, өнер және қолөнерпайдаланылады.

Туристік және рекреациялық ресурстардың біз үшін ең маңызды сипаттамалары мыналар:

- ТРЖ әлуетті әлеуетін, даму деңгейін, жүктемені оңтайландыруды анықтау үшін қажетті минералды сулардың көлемі, құнды рекреациялық аймақтардың алаңы, туристік орталықтардың экскурсиялық әлеуеті ;

- санитарлық қорғау зоналарын орнату әлеуетті рекреациялық жер, мүмкіндік беретін ресурс ауданын анықтау (сулы, мөлшері, жағажайлар, орман, су кесілген аумағы, тұрақты қар жамылғысы-жабын шектеседі);

- ықтимал эксплуатация кезені (қолайлы климаттық кезеңнің ұзақтығы, жүзу маусымы, тұрақты қар жамылғысының пайда болуы), туризмнің маусымдарын, туристік ағындардың ырғағын анықтау;

- рекреациялық инфрақұрылымның таралуын және олардың шоғырлану орындарына ағынын анықтайтын ресурстардың көптеген түрлерінің аумақтық тұрақсыздығы;

- инфрақұрылымды тез құруға және әлеуметтік және экономикалық әсер алуға, сондай-ақ белгілі бір ресурстар түрлерін өз бетінше пайдалануға мүмкіндік беретін күрделі капиталдың қарқындылығы және операциялық шығындардың төмен құны;

- ұтымды табиғат пайдаланудың нормаларын сақтау және рекультивациялау және әл-ауқат үшін қажетті шараларды орындау кезінде қайталап пайдалану мүмкіндігі[30].

Туристік және рекреациялық ресурстар туризмді аумақтық ұйымдастыруына, туристік округтер мен орталықтарды қалыптастыруға, олардың мамандануы мен экономикалық тиімділігіне әсер етеді. Бірақ бұл әсер тікелей емес. Бұл көптеген әлеуметтік-экономикалық факторлармен, ең алдымен, туристік мақсаттардың көлемі мен құрылымымен байланысты.

Туризм және демалыс ғылым негізіндегі ұзақ мерзімді болжау мерзімді аумақтық ұйымдастыру халықтың іс әрекеттеріне, қажеттіліктері мен талаптарына сай еліміздің барлық өңірі рекреациялық ресурстарды санаққа алу, түгендеу және бағалау қажет. Олардың нысандары мен оның сапасына жеке салаларға байланысты ұлттық экономиканың қажеттіліктеріне табиғи жағдайы және ресурстарды бағалау болып табылады. Қандай да туристік бір мәселенің проблемасы жалпы география саласындағы сұрақ болып табылады. Сондай-ақ - демалыс және туризм мақсаттары үшін экологиялық ресурстарды жарамдылығы және бағалау анықтау - туризм географиясы негізгі проблемалардың бірі қоғамдық қызметтің жекелеген бағыттары. Бірақ туристік және рекреациялық ресурстар тұжырымдамасында, белгілі болғандай, антропогендік тәртіптің объектілері мен құбылыстары бар.

Алайда, туристік және рекреациялық ресурстарға тарихи-мәдени нысандардың маңыздылығына қарамастан, табиғи жағдайлар демалыс және туризмді дамыту үшін негізгі material–ноу алғышарты бола отырып, басым орын алады. Ол ешқандай сәйкестік бағалау туристік және рекреациялық ресурстардың табиғи бөлігі отандық және шетелдік зерттеушілердің еңбектерінде, географиялық әдебиеттерде жан жақты қарастырылуда.

Табиғи алғышарттар демалысқа бағытталған сияқты экзотикалық тартымдылығы, ландшафт көрінісі екені анық. Олардың географиялық ерекшелігін, сондай-ақ, оның ішінде, олардың компоненттерін және жеке жағдайда ең алдымен аумақтық-табиғи және су кешенді, бірегейлігі немесе, керісінше, табиғи объектілердің типі, өлшемдері мен нысандары және олардың көрнекі және географиялық жағдайына байланысты болып келеді.

Бастапқы кезде табиғатты санаторлық-курорттық жағынан пайдалану үшін табиғи ресурстар мен аумақтарды бағалау болды. Ол медициналық тұрғыда терапевтік мақсаттарға сай орындалды. Содан кейінгі кезеңдерде табиғи кешендерді рекреациялық бағалаудың принциптері, әдістері мен критерийлері қызығушылық артып келеді.

Қолда бар жұмыстармен танысу қазіргі уақытта аумақты бағалаудың бірнеше әдістемесі әзірленді. Демалыс және туризм үшін табиғи жағдайларды бағалау өте қиын. Емдік сауықтыру ресурстарды бағалаудан айырмашылығы мұнда ландшафтардың тартымдылығы, олардың күтпегендігі, экзотикасы, өзіндік ерекшелігі пайда болады.

Бағалау объект пен субъект арасындағы қарым-қатынасты көрсетеді, бағалау процедурасы келесі міндетті кезеңдерден тұрады:

- бағалау объектісін таңдау - табиғи кешендер, олардың компоненттері және қасиеттері;

- өз тарапынан бағалау жүргізілетін субъектіні таңдау. рекреациялық ресурстарды бағалау тақырыбы жиі қолданыста;

- зерттеудің ауқымы мен мақсаты мен субъектінің қасиеттері бойынша анықталған бағалау критерийлерін қалыптастыру;

- бағалаудың өлшемдерін әзірлеу. Ол синтетикалық сипатқа ие, өйткені мұндай ауқымда бағалау жүргізіледі. Таразы субъект пен объект арасындағы бағаланған қарым-қатынасты көрсетеді. Мәселен әрқашан масштабтың қадамдары туралы сұрақ бар. 3-4 немесе 5-6 қадамдар жиі қолданылады. Әрбір қадам осы объектінің мүлкін өзара әрекеттесу қарқынын индикаторы болып табылады. Ынтымақтастық қарқындылығы шамалыдан күштіне қарай өзгеруі мүмкін. Сауықтырудың алғышарттарын бағалаудың бес сатылы шкаласы келесідей сыныптардан тұрады: ең қолайлы; қолайлы; қалыпты жақсы жүретін болып болінеді.

Туристік және рекреациялық ресурстарды бағалау көрсеткіштерінің жиынтығын және анық бағалау нысан (ресурс түріне, және орын) және оның пәні туризм түрі, рекреациялық сыныптары, категорияларына демалушыларға байланысты. Туризм ресурстарын бағалаудың үш негізгі түрі болады:

- медициналық және биологиялық (физиологиялық) - рекреацияны ұйымдастыру үшін табиғи және ландшафттық ортадағы жайлылық дәрежесін анықтау;

- психоэстетикалық - табиғи ортаны демалушыларға эмоционалдық әсер ету сипатын талдау, табиғи және мәдени-тарихи объектілердің тартымдылығы;

- технологиялық - туризмнің әртүрлі түрлерін ұйымдастыру үшін ресурстардың жарамдылығын анықтау, мамандандырылған және интеграцияланған территориялық және рекреациялық жүйелерді құру мүмкіндігі.

Климат биомедициналық бағалауда жетекші рөл атқарады. Климатологтар мен курорттық мекемелердің мамандары рекреациялық

және туризм үшін климаттық ресурстарды бағалау әдістерін ұсынады (Чубуков, 1975). Туристік және рекреациялық ресурстарда демалыс және туризмді дамытудың негізгі материалдық алғышарты бола отырып, табиғи жағдайлар басым болады. Ол ешқандай сәйкестік бағалау туристік және рекреациялық ресурстардың табиғи бөлігі отандық және шетелдік зерттеушілердің ретінде географиялық әдебиетте өзінің бұрын және одан кең дамуын алды болып табылады[31].

Табиғи алғышарттарының ішінде демалысқа экзотикалық тартымдылығы жоғары ландшафт қажет. Географиялық ерекшелігіне орай, сондай-ақ, оның ішінде, олардың компоненттерін және жеке сипаты ең алдымен аумақтық-табиғи және су түрлері ретінде, бірегейлігі немесе, керісінше, табиғи объектілердің типі, өлшемдері мен нысандары және олардың көрнекі және географиялық жағдайы ықпал етеді.

Медициналық география ғылымының мақсаты:

Жер бетіндегі тұрғын халықтың денсаулық жағдайына қоршаған орта әсерлерін зерттеу, түрлі қатерлі де, жұқпалы ауруларды алдын алу, және жер бетінде індет ошақтарының таралған аумақтарын эвакуациялау, оның картасын құру, медициналық мекемелерді көбейту арқылы адамзатты түрлі ауру-сырқаттан қорғау, медициналық жедел көмек көрсету.

Қоршаған ортамызда таралған әр түрлі аурулар мен індеттердің пайда болуы мен таралуын, сол мәселелерді шешу және алдын алу мақсатында медициналық географияның бөлімдерінің маңызы зор.

Медициналық географияның негізгі бөлімдеріне: нозогеография, медициналық ландшафттану, медициналық елтану.

Нозогеография – ауру географиясы, ауру түрлерінің географиялық таралуын зерттейді.

Медициналық ландшафттану – ландшафттардың адам денсаулығына әсерін, және табиғат кешендеріне антропогендік факторлардың кері әсерін зерттейді.

Медициналық елтану – әр елдің аудандары мен елді-мекендерінің медико-географиялық ерекшеліктерін зерттейді.

Медициналық географиясы зерттеулерінде эпидемиология, микробиология, гигиена, патология ғылымдары, физикалық және экономикалық география, әсіресе ландшафттану салалары үлкен роль атқарады. Адамдардың көптеген аурулары жер шарының тек белгілі бөліктерінде ғана таралатындығы ертеден белгілі болған. Мысалы: қызба ауруы - Оңтүстік Америка мен Африка елдерінде, лейшманиоз - Кавказ атырабы сияқты ыстық өңірлерде, тырысқақ - Үндістанда және оған көршілес Азия елдерінде кездескен. Медициналық географиясы саласында ғылыми-зерттеу жұмыстары 18 ғасырда басталды. Денсаулық географиясының дамуына ағылшын ғалымдары С.Хеннен, Х.Маршалл, Франц Ш. Буден т. б. көп еңбек сіңірді. 1915 ж. орыс эпидемиологы Н.А.

Гайский тұңғыш рет чума ауруының таралу ошақтарын жердің ландшафтылық бөлінуімен байланыстыра зерттеді [2].

Кеңес дәуірінде денсаулық географиясының жеке ғылым ретінде негізін қалаушылар Д.К. Заболотный және Е.Н. Павловский. 50-60 жылдары А. А. Шошин, Е. И. Игнатъев, А. Г. Воронов т. б. елеулі үлес қосты. 20 ғ. ортасында совет ғалымдары (А.П. Авцын, Г.М. Данишевский, А.В. Чаклин т. б.) ісік (негізінен рак) және жүрек-қантамыр аурулары таралуының климаттық-географиялық жағдайларға байланыстылығын зерттеді. Денсаулық географиясында эпидемиологиялық география немесе жұқпалы аурулар географиясы көрнекті орын алады. Жұқпалы аурулардың белгілі аудандарда таралу заңдылықтарын анықтауда алдын-ала жабалған медицина-географиялық карта зор роль атқарады. Белгілі бір аймаққа ғана тән жұқпалы ауруларды жан-жақты зерттеумен өлкелік эпидемиология айналысады [3].

Қазақстан денсаулық географиясы бойынша жүйелі ғылыми-зерттеу жұмыстарының бастамасы ХХІ ғасырдың 50 жылдарында қолға алынды. Алғашқы медициналық-географиялық зерттеулер 1953-1956 ж. аралығында, республиканың оңтүстік-шығыс бөлігінде жүргізілді. Қазақстан денсаулық географиясы салаларының жұмыстарына, Қазақ ССР ҒА жанындағы Қазақстан география қоғамының денсаулық география комиссиясы (төрағасы проф. Н. И. Кереев) басшылық етті. Бұл комиссияның ұйымдастыруымен және тікелей қатысуымен Қазақстанның, жеке облыстардың, ірі өнеркәсіп комплекстерінің, әкімшілік және экономикалық аудандардың медицина-географиялық сипаттамалары құрастырылуда, республикалық курорттық қорларды тиімді пайдалану жолдары, адам патологиясына микроэлементтердің тигізетін әсері т. б. анықталуда, жұқпалы және жұқпалы емес аурулардың географиялық таралуы, ұзақ өмір сүру жағдайы зерттелуде, медицина- географиялық картографиялау жолдары белгіленуде [4].

Қорытындылай келе, денсаулық географиясы - табиғи ортаның және аймақтық өмір жағдайының, еңбек пен демалыстың халықтың денсаулығына әсерін зерттейді және сонымен қатар жеке аурулардың географиялық әр жерлерде, елді мекендерде таралуын қарастырады.

Қоршаған орта тазалығы біздің денсаулығымыздың сау болуының шартын тигізеді, сондықтан да қоршаған орта тазалығы тән саулығы. Қоршаған орта тазалығын сақтап, қорғап жүру үшін алдымен,

Қазақстанның ірі өнеркәсіптерінде соңғы үлгідегі тиімді, озық технологияларды пайдалану керек;

өндіріс қалдықтарының түзілуіне жол бермей, керісінше оларды қайта өңдеуден өткізіп, пайдаға жарату қажет;

саябақтар мен демалыс орындарын көгалдандыру жұмыстарын жүргізу, сондай-ақ ірі медициналық орталықтар санын көбейту, ондағы соңғы үлгідегі технологияларды озық пайдалану халық үшін тиімді;

жер бетінде елдер, аймақтар, елді-мекендерді аудандастыра отырып саралау, зерттеу әдістерін пайдалану;

орналасуына қарай ауру ошақтарын анықтап, мәліметтер негізінде мониторинг жасау соған сәйкес медициналық-географиялық карталар құрастыру қажет.

Медициналық-географиялық карталарды пайдалана отырып, ірі медициналық мекемелер, санитарлық-гигиеналық орталықтарды және демалыс орындарын көбейту артық етпейді.

Бақылау сұрақтары:

1. Рекреациялық география мен туризм географиясының бір-бірінен айырған кеңес және шетелдік ғалымдар.

2. Рекреациялық, география мен туризм географиясының бұрынғы КСРО-дағы дамуы.

3. Рекреациялық, география мен туризм географиясы қандай ғылымдарға жатады? Неге?

4. Туризм географиясының ғылымдар жүйесіндегі орны қандай

5. Рекреациялық, географияның нысаны мен зерттеу пәні.

6. XVII-XVIII ғасырлардағы туризм ерекшеліктері қандай болған?

7. «Туризм географиясы» терминінің авторы кім?

8. Соғыстан кейін туризм географиясымен бірге әдебиетте қандай жаңа ұғымдар пайда бола бастаған?

9. Туризм географиясының әдістемелік ерекшелігі қандай?

10. Туризм географиясының зерттеу пәнінің статикалық және динамикалық элементтері қандай? Туристік-географиялық зерттеулердегі статистиканың маңызы қандай?

11. Туризм географиясының географиялық емес ғылымдармен байланыстары

12. Туристік-географиялық зерттеулердегі корреляциялық талдаудың рөлі қандай?

13. Туризм географиясындағы болжамдар жөнінде айтып беріңіз.

14. Туризм географиясының басқа ғылымдар арасындағы орны мен осы мәселені қарастыру тарихы жөнінде айтып беріңіз.

15. Туризм географиясының басқа географиялық ғылымдармен байланыстары қандай

2. ТУРИСТІК РЕСУРСТАР ЖӘНЕ ТУРИЗМ ИНДУСТРИЯСЫ

2.1 Туризм географиясының қызмет көрсету түрлерінің мүмкіндіктері

Халықаралық туризм географиясы - бұл мемлекеттің дамуында үлкен роль атқаратын, қиын да бірегей құбылыс. Халықаралық туризмнің әлемдік сауданың және ұлттық экономиканың дамуына әсері жоғары дәрежелі мәнге ие.

Әрбір мемлекеттің сыртқы экономикалық айырбасы, валюта негізінде көрінетін сыртқы саудасы экономикалық қызметтің негізгі сферасы болып табылады. Халықаралық айырбас теориясы жеке мемлекеттердің сыртқы сауда процессіндегі нәтижелеріне байланысты шарттар мен факторларын қарастырады. Сыртқы сауда қызметтеріне қатысты бұл теорияның жалпы қағидалары туристермен айырбас жасау ерекше нысанына әбден келеді. Экономистер ішкі туризмге қарағанда халықаралық туризмге көңіл бөлген. Олар мынадай шешімге келген, яғни, төлем балансына тауарлардың айырбасы қалай әсер етсе, туристік қозғалыс та сондай-ақ әсер етеді. Сондықтан да халықаралық туризмді сыртқы экономикалық қатынастардың бір түрі ретінде және сыртқы сауданың ерекше нысаны ретінде түсіндіруге болады.

Халықаралық туризм халықаралық экономикалық қатынастардың бір нысаны ретінде шетелдік туристердің кең көлемдегі рухани және мәдени қажеттіліктерін қанағаттандыру мақсатындағы туристік қызметтің түрлерін ұсынуға бағытталған қызмет болып табылады.

Халықаралық туризм сыртқы экономикалық қатынастардың нысаны ретінде өзгеше белгімен ерекшеленеді. Олардың негізгілері, әлемдік нарықта сату-сатып алу құралдары ретінде тікелей сыртқы сауды айырбасына қабілеттілігі жоқ тауарлар мен қызметтер болып табылады.

Саяхатшыны орналастырумен байланысты көрсетілетін қызметтерге (мейманхана, тамақтану, экскурсия, төсек-орнын жуу, тазалау т.б) тауарлық сипат тән. Бұл жерде тауарлар мен қызметтер ғана сатылып және сатылып алынбайды, сонымен қатар табиғи және әлеуметтік-экономикалық туристік –рекреациондық ресурстар да сатылады және сатылып алынады. Бірақ бұл сауда-саттық та олар дәстүрлі экспорт кезіндегідей территориядан алшақ кетпейді. Шетелдік туризмнен түскен валюталық түсімдер, ішкі туризмнен түскен табыстар сияқты табиғаттың емдік және ерекше қасиеттері үшін, жергілікті жердің тарихи ескерткіштері үшін өзіндік рекреациондық рента болып табылады.

Туризмнің тағы бір ерекшелігі сол, қызмет пен тауар өндірісіне жұмсалған еңбек оның жасалған жерінде затқа айналады. Бұл кезде тауар тұтынушыға қарай жылжымайды, керісінше, сатып алушы тауардың немесе қызметтің өндірілген жеріне өзі келеді, ал бұл капиталдың айналу уақытын қысқартады. Халықаралық туризмнің бұл негізгі сипаттамасы,

оның басқа экспорттық баптардан ерекшелендіретін бірқатар жағдайларды тудырады.

Біріншіден, сатып алушы саяхатшы тасымалдау шығындарын өзі төлейді. Екіншіден, шетел саяхатшыларының сапар кезіндегі тауарлар мен сувенирлерді сатып алуын сыртқы сауданың тиімді формасы ретінде қарастыруға болады. Әр елдерде бірқатар салалар топтары осы «ішкі экспортқа» қызмет етеді. Мысалы, Жапонияда шетел саяхатшылары елде өндірілетін радио тауарлары мен видео аппаратураларының, фотоаппараттардың айтарлықтай бөлігін сатып алды; Швейцарияда – сағаттар, шоколад, сыр, Францияда – иіс сулар мен сән салондарының өнімдерін, Италияда – аяқ киім мен былғары галантереясының өнімдерін, Ұлыбританияда – виски және басқаларын сатып алады [18,102 б].

Халықаралық туризмге ішкі саудада қалыптасатын операциялар түрлері тән, атап айтқанда: экспорт, импорт және реэкспорт, бұл операциялардың халықаралық туризмде өз ерекшеліктері бар. Халықаралық экономикалық қатынастар формасы ретінде халықаралық туризмнің басты ерекше белгісі сол, қызметті сатып алу, кез келген сыртқы сауда мәмлесі сияқты, шетелдік контрагенттер (туристік фирма, шетелдік турист) арқылы жүзеге асады. Осыған байланысты халықаралық туризмдегі экспорт дегеніміз – шетел қонақтарын қабылдау, ал импорт - осы елдің саяхатшыларының шетелдерге сапар шегуі. Халықаралық туризмдегі реэкспорт түсінігінің мазмұны күрделірек. Таза теориялық көзқарастан алып қарағанда, бұл категорияға осы елдің туристік фирмаларынан үшінші елге сапар шегу үшін жолдама сатып алған барлық шетел саяхатшылары жатады. Алайда, қалыптасқан есеп жүйесінің жетілмегендігіне байланысты, саяхатшылардың бұл категориясын есепке алу қиынға соғады. Сондықтан халықаралық туризмдегі реэкспорттық операциялар барған сайын ұлғайып бара жатса да, олардың көрсеткіштері экспорттық операциялар ішінде жоғалып кетеді [19,398 б].

Туризм арқылы жүзеге асатын экспорттың бірқатар ерекшеліктері бар. Олардың бірі - басқа жағдайларда қарапайым каналдар арқылы экспортталатын тауарлар үшін экспорт нарығының кеңеюі. Сонымен қатар мұндай экспорт шет ел валютасына көптеген тауарлар мен қызметтер жиынтығын сату мүмкіндігін береді. Оған қоса шетелдік саяхатшылар сатып алған тауарлары үшін шет ел валютасында салық төлейді.

Шаруашылық жүйесіндегі туризм - еңбек бөлінісінің бір көрінісі, бұл жерде экономикасының даму дәрежесі жоғары елдер басты роль атқарады. Мұндай жағдай халықаралық туристік айырбаста да қалыптасқан. әлемдік туристік сапарларың негізгі бөлігі өнеркәсіптік дамыған елдер арасында жүзеге асырылады, бұл елдерден (АҚШ, Франция, Ұлыбритания т.б) шетелдерге адамдардың саяхат құру проценті жоғары. Сондай –ақ дамыған елдер мен экономикалық дамудың орташа деңгейінде тұрған елдер (Греция, Португалия, Турция т.б) және дамушы елдер (Тунис, Тайланд және т.б) арасындағы саяхатшылар ағымы да айтарлықтай. Осыған сай,

бұл елдерге Бүкіләлемдік туристік Ұйым аталған елдерге келесідей анықтама берген: «саяхатшыларды негізгі қоюшы елдер», және «саяхатшыларды негізгі қабылдаушы елдер».

Туризм теоретиктері шетел туристерін қабылдаудың және оларға қызмет көрсетудің ерекше экономикалық тиімділігін атап көрсетеді, және туризмді дамытуға бейімделген экономиканың табысқа кенелтетіндігін бола айтады. Мысалы, Багам аралдарындағы экономиканың негізін шетелдік туризм қалайды. Мұндағы қызмет көрсету сферасының (туризмді қоса есептегенде) жиынтық ішкі өнімі мемлекеттік табыстың 60% -ін береді, ал өнеркәсіптің мемлекеттік табыстағы үлесі тек 10%-ке тең. Барбодостағы шетелдік туризмнен түсетін түсім осы елдің негізгі өңдеуші саласы- қант өндірісінен түсетін табыстан да жоғары. Алайда, саяхатшыларды шығаратын елдер үшін, туризм, валюталық құралдардың шетке ағыюу көзі болып табылса да, экономикалық тиімсіздік белгісі емес. өйткені, адамдардың шет елге шығу мүмкіндігінің болуы елдегі өмір сүру деңгейінің жоғары екендігін көрсетеді. Мемлекетер арасында саяхат байланыстарының дамуы екі жақты сипатқа ие. Кез келген елге келген шетелдік саяхатшылар санының өсуі елдің валюталық резервін толтыруға үлес қосады. Сонымен қатар, қабылдаушы елде жұмсалған валюталық құралдар, саяхатшыны шығарған елге, импорттың артылуы арқылы қайтып келеді. Мысалы Бундесбанк (ФРГ) басшылығы әкімшілік органдарын туристік операциялар бойынша қалыптасқан тапшылықты жою шараларын қабылдамауға шақырады. Олардың пікірінше, ФПГ азаматтарының шетелдік саяхат кезінде жұмсаған шығындары ел үшін валюталық құралдардың шетке ағылуын білдірмейді. Бұл валютаның айтарлықтай бөлігі ФРГ-ға қайтып келеді, өйткені оларға ФРГ-да жасалған тауарлар сатып алынады. Басқаша айтқанда, Батыс Германиялық саяхатшылар, өздері барған елдерге, ФРГ-мен сауданы дамыту үшін қажетті «несие» береді. Ал халықаралық туристік айырбасты шектеу сыртқы сауданың тепе-теңдігінің бұзылуына әкеліп соғуы мүмкін.

Экономикалық көзқарас тұрғысынан белсенді туризмді (саяхатшыларды қабылдау) туристік игіліктердің экспорт ретінде, ал пассивті туризмді (азаматтардың шетелге шығуы) – олардың импорты ретінде анықтауға болады. Туристік экспорт арқылы тауарлар мен қызметтердің айырбасталуы ішкі сауданың кеңеюіне әкеледі, дәстүрлі экспорттың жаңа мүмкіндіктерін ашады және дәстүрлі тауар экспортының орнын туристік тауар экспортының басуына әкелуі мүмкін.

Белсенді және пассивті туризм тиімділігін есептеу қиын емес. Нақты ақпаратты жинау қиынға соғады, өйткені шетелдік туристердің жергілікті өндіріс өнімдеріне деген сұранысы және көлімі туралы деректер жоқтың-қасы. Мұндай сұранысты тіркеу мүмкін емес, оны тек болжауға болады. Шекарадан өту және ақша айырбасы мен байланысты талаптардың либерализациялануы көптеген ақпарат көздерін жабады. Елге келген саяхатшылардың тек ғана нақты санымен олардың елдегі болу уақытын

ғана анықтауға болады. Туристтік тұтынуды статистикалық есепке алудың қиыдығы сонда, тұтыну саяхатшыны қабылдаушы елде жүзеге асады, ал сатып алынған тауарлар саяхатшының тұрақты өмір сүретін еліне шығарылады. бұл тауарлар, әдетте, шекараны өту кезінде тіркелмейді. Осы тұрғыдан алып қарағанда белсенді туризмді - «көзге көрінбейтін экспорт», ал пассивті туризмді - «көзге көрінбейтін импорт» деп анықтауға болады [13,315б].

Сауданың кеңеюіне ықпал ететін шешімдердің бірі - азық-түліктің туристік экспорты, ол туристер келетін елдерге дәстүрлі экспортты жүзеге асыруға мүмкіндік береді. Мысалы, Болгария және Испания тұтыну тауарларының дәстүрлі экспортын туристік экспорт пен алмастырады. Дамушы елдер өз экспортын туристік импорт арқылы қолдау мүмкіндігін аша бастады. Оның экономикалық тиімділігі мынада: пассивтік туризм қабылдаушы елге валюта түсіреді, бұл, өз кезегінде, ұлттық табысқа жағымды ықпал етеді. Нәтижесінде, саяхатшыларды қабылдаушы елдер, саяхатшыларды қоюшы елдерден тауарлар импортын ынталандыру үшін туристік баланстың оң сальдосын қолдануға бейім келеді. Кез келген мемлекет үшін, оң туристік сальдо туристік экспортсыз мүмкін болатын мөлшерге қарағанда көп тауар көлемін импорттауға мүмкіндік береді. Тіпті өнеркәсібі дамыған елдер үшін де мұндай айырбас түрі - өнеркәсіптік және ауыл шаруашылық экспортын қолдау және дамыту жолы. Туризм экспорты шектеулі елдердің экономикалық дамуы үшін маңызды фактор бола алады. Шетелдік туризмді экономикалық дамуды жеделдететін, төлем балансын белсенділететін және елдің валюталық резервін арттыратын маңызды тұтқалардың бірі ретінде қарастыруға болады.

Халықаралық айырбастың, белгілі бір өнімдер мен қызметтер экспортының немесе импортының тиімділігін есептеу өндірістік шығындарды дәстүрлі экспорт нәтижесінде түскен валютада және туристік экспорттан түскен валютада салыстыру негізінде жүргізіледі. Мұндай есептеу туристік экспорттың тиімді екеніне көз жеткізеді, өйткені бұл жағдайда тауарлар мен қызметтер бөлшек бағамен сатылады, ал дәстүрлік экспортта - көтерме сауда бағасы қолданылады, ол көбінесе әлемдік бағалардан жоғары болады.

Экономикалық категория ретінде халықаралық туристік нарық тауар-ақша қатынастарының сферасы болып табылады, оның ерекшеліктерін келесі қағидалардан көруге болады:

-нарық кешенді сипатта, яғни онда тауарлар мен қызметтердің сұранысы мен ұсынысы бірдей әрекет етеді;

-тауарлар мен қызметтерді тұтыну өндіруші- елдерде жүзеге асады. Сауда ішкі нарықтың бөлшек сауда бағасымен жүргізілетін болғандықтан, туристік сауда-саттықты сыртқы сауда операциясының тиімді формасы ретінде қарастыруға болады. Бөлшек сауда бағасының құрамына ішкі салықтар да кіреді, ал дәстүрлі тауар экспортында мұндай салықтар алынбайды;

-сұраныс субъективті сипатқа ие. Тұтыну формасы ретінде ол тұтынушылардың жеке табыстарының мөлшерімен тікелей пропорционалдық байланыста болады. Халықтың әл-ауқаты көтерілген сайын сәйкесінше, тұрақты өмір сүру жеріндегі және демалыс орнындағы шығындар арасындағы арақатынас өзгереді. Шығындардың орын алмастыруы олардың өзгерісіне әкеледі, бұл өзгерістің экономикалық маңызы зор. Демалыс орнындағы туристік шығындардың артуы, әрине, тұрақты өмір сүретін жердегі шығындардың мүлдем қысқаруына әкелмейді. Туристің демалыс кезеңіндегі шығындары, осы кезеңдегі оның тұрғылықты жерінде жұмсайтын шығындарына қарағанда жоғары болады. Қоғамның өмір сүру деңгейі жоғары болған жағдайда ғана туризм шығындары айтарлықтай болады. Туристік қажеттілік өндіргіш күштерінің белгілі бір даму деңгейінде, сәйкес қоғамдық-экономикалық шарттардың қалыптасу жағдайында пайда болады және қалыптасады. Бүкіл қоғам көлемінде, туризм шығындары, дамудың белгілі бір деңгейіне жеткен кезде ғана айтарлықтай мөлшерге жетеді. Бұл процесс әсіресе экономикалық дамыған елдерде айтқын көрінеді;

-туризмдегі ұсыныс өте икемсіз. Оның себебі - бұл жерде өндірістік мүмкіндікте дәл анықталған, және олар тез өзгерістерге ұшырамайды. Бұл сұраныстың көп бөлігін туристік қызметтер құрайтындықтан, ұсынысты дамыту айтарлықтай күрделі қаржыны қажет етеді;

-туристік кәсіпорын қызметінің ерекшелігі сол, онда стратегиялық қор құру мүмкін емес. Осындай қордың болмауы кәсіпорындардың «пайда келтірмейтін мезгіліндегі» айталықтай жүктемесінің орнын «үдеме мезгіліндегі» ұсыныстың кеңеюі есебінен толтыруға мүмкіндік бермейді. Мейманханадағы, самолеттегі бос орындар бүкіл «пайда келтірмейтін мезгіл» бойы кәсіпорын үшін табыс әкелмейді.

Сондықтан туристік потенциалды, туристік қызметтің сұранысы мен ұсынысы тек кешенді бағалау ғана туристік шаруашылықтың ағымдық тиімділігін анықтауға және оның ұзақ мерзімді даму болашағын болжауға мүмкіндік береді. Жоғарыда айтылғандарды қорыта отырып, айтуға болатыны, халықаралық туризмнің қоғам өмірінің әртүрлі жақтарына тигізетін әсері жан-жақты және әрқилы. Шетелдік туризмді дамыту, туристік қызметті кеңейту және тереңдету мемлекеттің төлем балансын тұрақтандыруға жағдай жасайды, ұлттық табыстың өсуіне әкеледі және саяси жағдайдың тұрақталуына ықпал етеді. Сыртқы сауда айырбасын белсенділетуге түрткі бола отырып, туризм, халықаралық қызметтерді дамыту сферасында елеулі рөл атқарады.

Екінші жағынан, сыртқы экономикалық қызметтің маңызды жақтарының бірі бола тұра, халықаралық туристік ағымдардың өсуі мемлекеттер арасындағы сыртқы экономикалық байланыстардың кеңеюіне ықпал етеді, басқа елдердің материалдық игіліктері мен мәдени құндылықтарды жасау тәжірибесін қолдану мүмкіндігін береді. Соның

нәтижесінде, сыртқы экономикалық байланыстардың бір түрі ретіндегі халықаралық туризмнің маңызы үздіксіз арта бермек [20,3196].

Қызмет көрсету аумағы ретінде туризмнің тарихы тереңде жатыр. Алғашқы саяхаттар танымдық сипатта болса, кейінірек ымырашылықжәне дипломатиялық сапарлар ұйымдастырыла бастады.

Географиялық ашылулар, теңізде жүзушілердің саяхаты, Америка, Африка, Австралия құрлықтарын иеру туризмнің дамуына әсерін тигізді. Бірінші саяхатты XVII ғасырда мектеп оқушылары оқу материалдарын бекіту мақсатында жүргізді. Ежелгі ұлы философ Платон өзінің әйгілі «Академиясында» білім берудің нормасы жолда әңгімелесу, серуендеу кезінде оқыту деп санады.

Томас Куктің 1843 жылғы бірінші жаппай туристік саяхаты теміржол құрамында 600 адамды серуендету мақсатында тасымалдауды жүзеге асырған әлемдік туризмнің дамуының және туристік бизнестің қалыптасуының негізін қалаушы болды. Ол арнайы туристік өнім болып табылатын тур құрып, туристерге қызмет көрсетуде теміржол және пароход компанияларымен, қонақ үй және мейрамханалармен келісімшартқа отырды. Ол туристік маркетингтің негіз сала отырып, бірінші болып турқызметке деген сұранысты жүйелі зерттей бастады.

Туризм жылдан-жылға әлемдік экономикаға әсер етіп, сонымен қатар жеке елдерде әлеуметтік-экономикасының дамуына әсерін тигізіп жатыр. Осы арқылы туристік сапарға қатысушы адамдар саны әрдайым өсіп отырады.

Ең басты халықаралық туризмнің әлемдік экономикаға зерттеу ықпал бағыты – туристік нарық анықтамасы. Болжаулық туристік нарық турситік қызмет түрін ұсынушы мен келісімге келе алатын потенциалдық мүмкіншілігі бар барлық сатып алушыларды өзімен ұсынады. Бірақ шын мәнінде туристік сұраныс болжауы және нақты нәтиже сай келмейді.

Германия, Швейцария, Франция, Италия, Чехиядағы халықаралық демалыс орындарының дамуына байланысты бұл елдер Англиямен қатар Еуропадағы халықаралық туризм орталығына айналуға.

Жалпы әлемдік туризмнің дамуына негізгі төрт кезеңге бөліп қарастыруға болады (кесте 4).

Нарықтың экономикалы елдерде туризм туристік қызметтерді экспорттауғы бығытталғындаму индустриясы болып табылады. Туристік қызметтің масштабы географиялық жоспар, турқызметіалмастыру бойынша жоспарлар негізінде кеңейді. Сонымен қатар осы елдерде ірі рекреациялық әлеуетпен, демалуға, саяхаттың жаңа түрлеріне өз табыстарын жұмсауға мүмкіншілігі бар халықтың білім деңгейінің жоғарылығымен байланысты туризм бойынша көрсеткіштердің қарқынды өсуі байқалады.

Кесте 4

Әлемдік туризмнің даму кезеңдері

	Даму фазалары	Жылдар	Даму ерекшеліктері	Туризм мақсаты
1 Кезең	Ерте тарихи	1820 жылға дейін	Саяхаттың қиындығы және ұзақтығы	Емдеу, білім алу, сауда
2 Кезең	Қазіргі туризм дамуының бастапқы фазасы	1850-1900жж.	Транспорты және ақпараттық инфрақұрылымды дамыту, алғашқы саяхат бюросының және қонақ үйдің пайда болуы, өз бетінше ұйымдастырылған туризмге ауысу	Демалушылық, танымдық емдеу, білім және коммерциялық қызмет
3 Кезең	Жаппай туризмнің пайда болу фазасы	1900-1946 жж.	Жаппай саяхаттың дамуы	Іскерлік, этникалық, спорттық, демалу, танымдық, емдік, білі алу және коммерциялық қызмет
4 Кезең	Туризмнің жаппай даму фазасы	1947 жылдан бастап осы уақытқа дейін	Масштабтылық, туристік ұсыныстарды диверсификациялау, туризмге маусымдалақ тұрғыдан қарау	Сапарлар ауқымының кеңеюі және туризмнің жаңа түрлерінің көбеюі

Әлемдік туристік ұйымның мәліметері бойынша АҚШ, Италия, Франция 1998 жылы туризмнен жоғары кіріс түсірген алдыңғы қатарлы елдер болды (кесте 5).

Кесте 5

Туризмнен жоғары кіріс алған елдер (2010-2018 жж.)

Елдер	Кірістер	
	млрд долл.	қорытындысы пайызбен
АҚШ	74,2	30,4
Италия	30,4	12,4
Франция	29,7	12,2
Испания	29,6	12,1
Ұлыбритания	21,3	8,7
Германия	16,8	6,9
Қытай	12,5	5,1
Австралия	12,2	5,0
Канада	9,1	3,7
Австрия	8,6	3,5
Барлығы	244,4	100
Е с к е р т у: Әдебиет [10]		

Кестеден көріп отырғанымыздай, кірістің жоғары үлесі экономикалық дамыған елдерге, яғни АҚШ (30,4%), Италия (12,4%), Франция және Испанияға (12%) тиесілі.

Халықаралық туризмнің қарқынды және тұрақты өсуі туризмнің қалың бұқара топқа да қолжетімді екенін көрсетіп отыр. Сонымен қатар халықаралық нарық сыйымдылығының шектеулілігі демографиялық өзгерістер, әлемнің көптеген елдерінде туу деңгейінің төмендеуі, тұрғындардың төлем қабілеттілігінің жоғарылауы, сонымен қатар лаңкестік әрекеттер мен басқа да форс-мажор жағдайлардың салдарынан халықаралық туристік ағым көрсеткіштерінің өсу қарқынының төмендегені байқалады.

Халықаралық туризмнің қазіргі кезеңдегі дамуын талдау келесі үрдістерді анықтауға мүмкіндік берді:

- жеке туристік аймақтардағы қатаң бәсеке, мысалы америка, европа, азияда;

- туризмнің дамуына экономикалық әлеуметтік-мәдени факторлардың және қораған орта факторларының әсері;

- саяхаттың ұзақтығын азайту және саяхатқа бару жиілігін жоғарылату;

- жол жүру ұзақтығын қысқарту мақсатында жоғары жылдамдықты транспортты қолдану;

- жеке тапсырыс (бронирование) беруді жоғарылату мен тапсырыс уақытын қысқарту мақсатында ақпараттық технологияларды дамыту;

- егде жастағы туристер үлесін жоғарылату;

- туризмнің белсенді түріне сұраныстың жоғарылауы, мысалы таңдаудағы өзгерістер (таушаңғысы, дайвинг, велотуризм, сафари);

- нарықты қайта бөлуден, жаңа туристік орындардың пайда болуы және кейбір елдерге виза алудың қиындығынан туристік қызметке еуропалық нарықта сұраныстың төмендеуі;

- тұтынушылардың ұсынылатын туристік өнімдерге талабының жоғарылауы, көбінесе демалыста жағдай жасаудың жоғары деңгейі, кейде күнделікті үйенген жағдайға үйлесімді жағдай жасау.

Еуропадан Азияға, Америкаға, Австралияға барып демалатын туристердің үлес салмағының жоғарылауы, олардың еуропалық аймаққа толық қанығуына байланысты.

Әрбір ел және аймақ халықаралық туризмді дамытудың жеке тұжырымдамаларын қалыптастырады, яғни олар рекреациялық ресурстар сипаты, тұрақты тұрғындардың өмір сүру деңгейі, нақты уақытта шешіліп жатқан экономикалық есептердің сипаты жағынан бір-біріне түбегейлі ерекшеленеді. Мұнда үлкен рөлді туризмді дамытудың экономикалық мақсатқа лайықтығы атқарады.

Өткен ғасырдың соңында әлемдік туристік нарықта отандық туризмді дамытудың жаңа тұжырымдамасын жасауды талап еткен қарама-қайшылықтар жүйесі қалыптасты:

- жалпы туристік қызмет көрсетудің жалпы сипаты мен туристік қажеттілік және уәждемелердің жеке сипаты арасында. Туристік

ұйымдардың жалпы қызмет көрсетуге бағытталуы олардың бағдарламалық және тақырыптық мамандануына әсерін тигізді;

- бос уақыт құрылымдарымен туристік ұсыныстар арасында. Сонымен туристік ұсыныс негізінен туристерге қызмет көрсетуге бағытталған, олар бос уақыт бюджетінде 8%-ды алады. Рекриацияның уик-эндтік түрінің дамымауы нәтижесінде демалыс туризмі реабилитациялық қызметті атқарады, ал адамның физикалық және рухани күшін дамыту халықаралық туризм «тыс қала берді»;

- оның экстенсивті даму жолын қамтамасыз ете алтын халықаралық туризмді жоспарлау мен қызмет көрсету сапасын арттыруды қамтамасыз етудің алдыңғы қатарлы технологиялары мен әдістерін енгізу есебінен туристік-экскурсиялық қызметті интенсификациялау талабы арасында [19,3986].

2005 жылы халықаралық туристік нарыққа бәсекеге қабілетті туристік өнімді жасауда капиталды шоғырландыру үрдісі байқалды, осының есебінен нарықта туристік өнімді кәсіпорындардың төрт тобы пайда болды:

- сатылас қосылу арқылы пайда болған ірі туристік кәсіпорындар, яғни туыстық немесе туристік өнімді өндіру үдерісінің нарықтық-байланыс фазасын игеру;

- деңгейлес қосылу арқылы пайда болған ірі туристік кәсіпорындар мен концерндер;

- туристік өнімдерді диверсификациялау барысында пайда болған концерндер;

- шоғырландыру үдерісі араласпаған кішігірім мамандырылған кіші және орта кәсіпорындар.

Еркін туристік нарықты олигополиялық нарықтық құрылымға айналдыру үрдісінде бұл салаға ірі банктердің, сақтандыру концерндерінің, транспорттық кәсіпорындар мен қаржылық топтардың кіруі байқалған.

Нарықтың олигополиялық туристік өнімді шығару арқылы бөлу мен сатудан қаржыландыруға дейінгі түрі туристік сектордың барлық бөлімдерінде пайда болды.

Туристік бизнесті бірнеше шоғырландыру қаржы ресурстары бар жаңа әріптестерді іздеуге, бұрынғы әріптестерін алмастыру немесе олармен жұмыс жасаудан бас тартуға әкелді.

Халықаралық туризмді дамытуға еуропалық қорлардан жәрдем қаржылар (дотация) және Еуропалық инвестициялық банктен алынған қарыздар септігін тигізді. Қаржылай көмек көрсетудің негізгі мақсаты – аймақтың туристік ерекшелігін көтеру, туризм саласындағы жұмысбасты кадрлардың кәсіптілігін көтеру, саяхаттандыру ынталандыру есебінен дамыту стратегиясын әзірлеу және енгізу, көрмелерді ұйымдастыру, судың сапасын арттыруға, қалдықтарды азайтуға, орман массивтері мен жағалауларды қорғауға арналған жобаларды қаржыландыру.

Туристердің қажеттілігін қанағаттандыру туристік аймақтағы тұрғындардың әлеуметтік және экономикалық жағдайына, қоршаған орта және табиғи ресурстардың ерекшелігіне зиян келтірмеуі керек. Туристік ресурстар барлық адамдардың жетістігі болып саналады, сондықтан мемлекет және халықаралық ұйымдар оларды қорғау жөніндегі жалпылама қажетті іс-шараларды қолдануы тиіс. Туризм саласындағы халықаралық ынтымақтастық халықтың өзіндік ерекшелігі мен мемлекеттің негізі мүддесін құрметтей отырып өзара әрекет етеді. Мұндай жағдайда екіжақты және көпжақты туристік және қаржылық ынтымақтастықтаркөмек актісі ретінде қарастырылуы тиіс, себебі ол қолда бар барлық ресурстарлы, қаржыны елдің мүддесі үшін пайдалануға бағытталған.

Ерекше назарды халықаралық туризмді дамытуға арналған жоспарлар мен болжамдарға аудару қажет. Лиссабондағы Әлемдік туристік ұйымдар конференциясының «Tourism: 2020 Vision» зерттеу нәтижесінде бес болашақ туристік бағыт анықталды:

- қызықты оқиғалы туризм (экзотикалық елдер, антарктида, суасты кемелерінде саяхат жасау, алып тауларды бағындыру);

- круиздар;

- ұлттық қорықтарды аралау, қоршаған ортаны сақтауға және қорғауға бағытталған экотуризм;

- мәдени-танымдық туризм;

- нақты жағдайға немесе объектіге, мысалы театикалық парктерге жоғары қызығушылық тудыратын тақырыптық туризм.

Жеке аймақтарды ала отырып туризм бойынша көрсеткіштердің өсу қарқынын талдап, оның болашақтағы дамуына болжам жасаймыз (кесте 6).

Көрсетілген мәліметтер негізінде 1995-2015 жылдары туристік белсенділік Оңтүстік-Шығыс Азияда және Қиыр Шығыста байқалады. Болашақтағы туристердің халықаралық сапарлары Еуропада 4,3 %-ды құрайды, ол 1995-2000 жылдардың көрсеткіштеріне қарағанда төмен. Берілген болжамды мәліметтер бойынша, 2015 жылы халықаралық сапарлардың жоғары өсу қарқыны Қиыр Шығын және Ақш-та байқалады. Халықаралық сапарлардың өсу қарқыны Қиыр Шығыста 2015 жылы 8,2%-ды құрады. Оңтүстік –Шығыс Азиядағы саяси тұрақсыздыққа байланысты оның кейбір елдерінде туризмнің келу және шығу түрлері төмендеп отыр, соған қарамастан келу туризмі бойынша бұл аймақтың көрсеткіштері келешегі бар деп бағаланып отыр. Африканың туризмді дамыту бойынша көрсеткіштері орташа, оның өсуінің болжамы осы елде 6,2 %-ды құрайды. Шығыс Азияның және Тынық мұхитыбассейні аймақ ретінде келу және шығу туризмі бойынша орташадан жоғары көрсеткішке ие болды.

1995-2018 жылдар аралығында халықаралық туризм сапарлардың өсу қарқыны

Аймақтар	Халықаралық сапарлардың өсу қарқыны, %			
	Нақты		Болжам	
	1995-2000 жж.	2000-2005 жж.	2005-2010 жж.	2010-2018 жж.
Еуропа, Жерорта теңізін қосқанда	5,3	1,7	3,5	4,3
Солтүстік Америка	3,6	6,7	5,1	5,0
Орталық және оңтүстік Америка	5,1	6,5	7,1	6,3
Оңтүстік-Шығыс Азия	10,1	7,9	5,8	4,8
Қиыр Шығыс	13,9	8,6	6,9	8,2
Австралия/Оңтүстік африка	5,6	5,6	6,0	6,2
Туристерді жеткізуші негізгі елдер	5,5	3,4	4,4	4,4
Қалған елдер	7,0	3,5	4,3	3,7
Әлемдегі барлығы	5,7	3,4	4,4	4,3
Е с к е р т у: Әдебиет [10]				

2020 жылға арналған беделді туристік бағыттардың болжамдары 7-кестеде көрсетілген.

Кесте 7

2020 жылға танымал туристік бағыттарды болжау

Елдер	Туристік сапарлар саны, млн адам	Әлемдік туристік нарықтағы үлесі, %	Өсу динамикасы, 2010-2020 жж., %
Қытай	137,1	8,6	8,0
АҚШ	102,4	6,4	3,5
Франция	93,3	5,8	1,8
Испания	71,0	4,4	2,4
Гонконг	59,3	3,7	7,3
Италия	52,9	3,3	2,2
Ұлыбритания	52,8	3,3	3,0
Мексика	48,9	3,1	3,6
Ресей	47,1	2,9	6,7
Чехия	44,0	2,7	4,0
Барлығы	708,8	44,2	-
Е с к е р т у: Дүниежүзілік туристік ұйым			

Бүкіл әлемдік туризм ұйымдардың болжамы бойынша қытай 2020 жылы әлемдегі беделді туристік бағыт болып табылады және алғашқы бестік- Франция, АҚШ, Испания, Италия, Ұлыбританияны басып озады. Екінші беделді туристік бағыт АҚШ (102,4 млн құрады) және Гонконг (93,3 млн келуші), испания (71 млн келуші) және Гонконг (59,3 млн келуші), Ұлыбритания жетінші орында. 2020 жылы халықаралық

келушілердің саны 1,6 млрд жетіп, 1995 жылдың көрсеткіштерінен 3 есеге жоғары болады.

Ірі нарықтағы сапарлық туризмнің құрылымында өзгерістер күтіледі. Үлкен қашықтықтағы аймақаралық сапарлардың үдесі 1995 жылы 15%-ға, 2010 жылы 25%-ға дейін өседі.

Өсімнің мұндай үрдісінің өсуінің байқалуы тұтынушылардың дәстүрлі туризм бағыттарын жасамайтынымен түсіндіріледі, олар жаңа туристік мүмкіндіктерді іздей бастайды. Сонымен қатар болашақта алыс жерлерге жасалатын сапарлардың құны төмендеуі ықтимал, ол жоғары жылдамдықты транспорттардың пайда болумен байланыста. Осылайша халықаралық туризмнің өсу қарқыны баяулағанымен, нарықтың құрылымында өзгерістер болуы мүмкін [35].

Тауар нарығы – экономикалық дербес сатушы мен сатып алушының арасындағы сауда-саттық қатынастар жүйесі. Туристік нарықтың негізгі ерекшеліктері туристік қызмет көрсететін қоғамның кәсібилігі, оның тұтынушысы – туристер және сатып алынған қызметті орындаушылар. Туристерге кешенді туристік қызметтер немесе қызметтер пакеті ұсынылады. Сондықтан туристік қызмет нарығында жарнамалық, ақпараттық және оның қызмет атқаруындағы құқықтық аспектілерге, сол төленген қызметтер немесе қызметер пакетіне берілетін кепілдемелерге ерекше көңіл аударылады.

Егер негізгі үш жағдайды ұстанса нарық тиімді қызмет атқара алады: өндірушілердің еркін бәсекелестігі, көрсетілген қызметке және шығарылған тауарға сапа саласында бірыңғай талаптардың бар болуы, тұтынушылардың еркін таңдау мүмкіндігі.

Турларды ұйымдастырушылар және сатушылар (туроператорлар және турагенттен), олардың контрагенттері – қызметті орындаушылар (қонақүй, мерамхана, жеткізіп салушы компаниялар, экскурсиялық бюролар) туристік нарықтың субъектілері болып табылады.

Туристік қызметті сатушылар (турөнім) дегеніміз заңды және жеке тұлғалар, нарық үдерісіне қатысушылар, қызметті іске асыруға немесе қызметер пакетіне сатып алушыға ақшаға айырбастауға мүмкіндігі бар тұлға.

Сатып алушылар бұл – заңды және жеке тұлғалар, нарық үдерісіне қатысушылар, қызметтерді немесе қызметтер пакетін сатушылардан ақшаға айырбастап иеленуге құқығы бар тұлғалар [13,315б].

Сонымен қатар көтерме нарықтағы операциялар деп заңды тұлға болып қатыса алатын сату-сатып алу, қайта сату, тур өнімдерінің ірі топтамасы тұтынушылар нарығында бөлшек саудада тұтынушылардың жеке қажеттілігін қанағаттандыруға бағытталады.

Нарықтағы негізгі ерекше санат болып сұраныс пен ұсыныс табылады. Сатып алушылық туристік сұраныс деп қажеттілігі және қалауы ақшамен қамтамасыз етілген және нарыққа ұсынылған саяхатқа қажеттілік.

Сұраныстың келесі түрлері бар: әлеуетті, қалыптасушы, қалыптасқан және мезгілдік. Тұтынушылық сұраныс көптеген факторларға тәуелді. Оларға:

- демографиялық факторлар – халық саны және жас құрылымы, жанұя құрамы және көлемі, урбанизация, сатып алушының мәдени деңгейі;

- әлеуметтік-экономикалық факторлар – жұмысбастылық, еңбекті төлеу деңгейі, зейнетақымен қамтамасыз ету, халықты кіріс деңгейі бойынша бөлу;

- елдің географиялық және климаттық ерекшелігі;

- сатып алушылардың ұлттық құрамы;

- мемлекеттің саяси және экономикалық тұрақтылығы;

- келу уақытындағы кәсіпсіздігі;

- басқадай кездейсоқ әсерлер (ауа райы, келіспеушілік).

Туристік нарықтағы ұсынысқа саяхатқа бағытталған немесе сатуға арналған және сатып алушыларға белгілі мерзім уақытында белгіленген бағамен ұсынылатын келу аймағы және тур көлемі (қызмет) жатады.

Сұраныс пен ұсыныс арасында нақты байланыс байқалады. Кейде сұраныс ұсыныстан асып түседі, ал ұсыныс сұранысқа да әсерін тигізеді.

Сатушы мен сатып алушы әр түрлі мақсаттағы нарықтық әріптестер болып табылады. Сатушының мақсаты – турды жоғары бағаға сатып одан табыс табу, ал сатып алушының мақсаты – турды төмен бағаға сатып алып, өзінің жеке қажеттілігін саяхатқа шығу арқылы қанағаттандыру. Сатушының көздеген мақсаты максималды табыс табу, ал сатып алушының мақсаты минималды бағаға сатып алу, сұраныс пен ұсыныс заңына сәйкес теңестіру. Нарықтағы тәуелсіз сатушы мен сатып алушылардың басым болуы бәсекелестікті жандандырады.

Егер де сұраныс ұсыныстан асатын болса және тауардың жетіспеушілігі байқалса сатушының нарығы болып табылады, ал егер ұсыныс сұранысқа сәйкес емес одан асатын болса сатып алушының нарығы болып табылады.

Нақты уақыт аралығында нарықта қалыптасқан жағдай бәсекелік нарық деп аталады. Тур өнімдерінің нарықтағы уақытышектеулі; жаңа өнім нарықта пайда болып, сатып алушылардың сенімін баурайды, белсенді сатылады. Содан кейін сату көлемі тұрақтанып, төмендей бастайды, ескірген тауардың орнына нарыққа жаңа тауар енеді. Осы уақыт аралығы тур өнімінің өмірлік циклі деп аталады.

Тур бағасы нарықтағы өмірінде әр түрлі өзгерістерден өтеді: Нарыққа ену, сатудың өсуі, сатудың тұрақтануы. Нарыққа ену сатысы белгілі шығындарды қажет етеді. Сату өскен сайын табыс та өсе бастайды. Осында тұтынушы сұранымының үрдісін ескере отырып, бағаны арттыру қажет. Тұрақтану сатысында нарықтақанығу нүктесі пайда болып, одан кейін сату деңгейі қысқару үрдісіне ие болды. Бірақ интенсивті маркетингтік операциялар: жарнама, тур бағасын төмендеті, сатып алушыларға жеңілдіктер беру белгіленген уақытқа өсуді қамтамасыз етеді

немесе қайта өсу циклін орындауы мүмкін. Баға түскен кезде кейбір турларды сатуды тоқтату туралы шешім қобылдануы мүмкін.

Нарықтағы негізгі шектеушілердің бірі – азаматтардың сатып алушылық қабілеті. Туристік тауарлар мен қызмет көрсетудің нарығы тәртіп бойыншатұрғындардың өмір сүруінің жоғары деңгейінде, қалыпты бәсекелестік жағдайда, қоғам өмірінің саяси және экономикалық тұрақты жағдайында тиімді. Көптеген ғалымдар Ю. Левада, В. Осипов, Н. Римашевский, А. Овсянников, А. Демидов ТМД азаматтарының әлеуметтік-экономикалық мүмкіншіліктерін зерттеу барысында мынадай қорытындығы келді, тек тұрғындардың бірінші үш тобы: «элита» (жанұя кірісі айына 8 мың долл.), «мүмкіншілігі барлар» (жанұя кірісі айына 1-2 мың долл.), «жаңа орташа» (жанұя кірісі айына 0,8-1,2 мың долл.) сапарлық туризмнің қызметін пайдалана алады екен.

Жиынтық негізінде олар ТМД тұрғындарының 20 %-ын құрайды, ал нақты туристік нарық тұтынушылардың сапарын ескергенде тұрғындардың 10 %-ын немесе 14-15 млн адамды құрайды.

Осылайша сапарлық туризмнің нарықтағы сыймдылығы осы сарапшылардың мәліметтері бойынша 17-18 млрд долларды құрайды.

Қазақстандық нарық жағдайына қатысты туристік қызмет халықаралық туризм нарығы (шетелдік туристерді қабылдау және Қазақстаннан шет елге туристерді жіберу) және ішкі туризм (Қазақстан тұрғындарының өз еліне саяхатқа шығуы) нарығы болып бөлінеді.

Туристік өнімдерді жасау – бұл нарықтағы сегменттерді талдаудың маркетингтік зерттеуін және ондағы бәсекелестерді, ұсынылатын тұтынушылық сұранысты, сапарларға бағыттауы, туристік нарық конъюктурасын, әзірлемені дайындауға, жарнамаға және турөнімдерді жылжытуға кеткен нақты шығындарды бағалауды қамтитын күрделі және көп сатылы үрдіс.

Туристік өнімнің құрылымы 4-суретте көрсетілген.



Сурет 4. Туристік өнімінің негізін құраушылары [25,2526].

Жұмыс санатына аралас сала мен туристік индустрия кәсіпорындары жұмыстарының әр түрін, туристік қызметке жатпайтын туризм үдерісінде туристердің қажеттіліктерін қанағаттандыруға тікелей немесе жанама бағытталған жұмыстар санатын жатқызамыз.

Туристік тауарлар дегеніміз өндірістік сала қызметінің еңбек өнімін сатуға және туристер немесе экскурсанттардың қолдануына арналған.

Туристік қызмет – ұйымының, мекеменің, кәсіпорынның немесе кәсіпкер-азаматтық сипаты бойынша туризмнің мақсатына, сипаты мен бағытына, жалпы адамгершілік қағидаларына сәйкес келетін саяхатта, демалыс және экскурсияда туристер мен экскурсанттардың қажеттілігін қанағаттандыруға арналған қызмет.

Қолда бар мәліметтерді талдай отырып сатып алушының болжалды кірісін, тур ұйымдастырушының турөнімдерді жасауда ұсынатын шығындарын және оны жасаудың экономикалық және пайдалылық тиімділігін бағалай аламыз.

Туристік қызмет нарығын зерттеу және талдау әр түрлі нарық түрлерін сегменттеу қажеттігін туындатты. Әрбір елдің нақты нарық түрлерін зерттеуді сарапшылар келесі көрсеткіштер бойынша жүргізуді ұсынады:

1. Халқы. Сегменттері: жыныс-жасаралық құрылымы, жұмысшылар, оқушылар және зейнеткерлер саны, жанұя құрылымы және саны, өсу қарқыны.

2. Әлеуметтік-экономикалық жағдай. Сегменттері: кіріс және тұрғындар шығысы құрылымы, әлеуметтік қамтамасыз ету деңгейі, демалыс жүйесі, оның ұзақтығы мен төлемақысын қосқанда, жұмыс жасамайтын күндер саны.

3. Сапарлар мақсаты. Сегменттер: демалыс түрлері, ұзақтығы, маусымдығы, сапарларды бағыттау, бір елден басқа елге барғандағы туристер шығындарының құрылымы. Елдің имиджі, саяхатқа барғандағы қауіпсіздік.

4. Туристік қызметтерге бағалар. Сегменттер: жеке және топтық саяхаттар, стандарттық турлар, жеке қызметтер, соның ішінде қонақ үй тарифтері, тамақтану бағалары, ұлттық және халықаралық стандарттарға ұсынылатын қызметтің сәйкестігі.

5. Нарық конъюктурасы. Сегменттері: бәсекелес фирмалар, ұсыныс түрлері, саяхат бағдарламасы, баға деңгейі.

6. Материалдық-техникалық базалар жағдайы және деңгейі. Сегменттері: орналастыру құралының құрылымы және саны, номерлер және орындар саны, тамақтану кәсіпорындары және олардағы орны, табиғи және мәдени қонақжайлылық.

7. Инфрақұрылым және көлік құралдары. Сегменттері: жерде, әуеде және суда жүретін көліктер, көлік бағыттарының жіктемесі, аралас сапарлар.

8. Жарнама құралдары. Сегменттері: радио, баспасөз, электронды БАҚ, каталогтар және буклеттер, жарнамаға шығындар, соның ішінде жастар және «үшінші жастағы» нарық тұлғалар.

9. Ұлттық және халықаралық туризмнің деңгейі және ұйымдастырылуы, турагенттер мен туроператорлардың рөлі, монополиялар, қоғамдық туристік ұйымдар, туризм статистикасы, келу және кету тәртібі.

10. Туристік сұраныстағы тауарлар: аудио және видеоаппаратура, компьютерлер, автокөліктер, сағат, иіссулар, киім, сусындар.

Әрбір туристік аймақтағы туристік нарықты талдау оның даму тарихын, әлемдік туристік сектордың қазіргі және болашақтағы жағдайын ашып көрсетеді әрі келесі негізгі мақсаттарды көздейді:

- халықаралық туризмнің өсуі мен төмендеуі байқалатын аймақтарды сәйкестендіруді;

- географиялық тұрғыдан туристер санын және осыдан түсетін кірісті бөлудегі үлкен айырмашылықтың қарқынының себебін түсіндіруді;

- халықаралық туризмнің экономикалық дамудың үлкен әлеуеті бар маңызды элементіне айналуына елдерді сәйкес тендіруді.

Осы мәліметтер негізінде нарық құрылымы туралы толық түсінік қалыптасып, тур бағдарламасы жасалады.

Халықаралық туризм келу және шығу туризмі деп бөлінеді.

Шығу туризмі – тұрғылықты бір аймақта тұратын тұлғаның басқа елге саяхатқа шығуы, кету туризмі – басқа елде тұрғылықты тұратын тұлғаның аймақ бойынша саяхаты.

Туризм өзінің ішкі ұйымдық сипаты бойынша жоспарлы және өзіндік болып бөлінеді.

Жоспарлы туризм – туризмді ұйымдастырушы, яғни туризм саласындағы кәсіпорындар ұйымдастырушылық негізді әзірлейтін және жүзеге асыратын туризмнің барлық түрі. Жоспарлы туризм мемлекеттік заңдық және нормативтік актілермен реттеледі. Ол жаппай туризмнің әлемдік индустриясының негізін құрайды.

Өзіндік туризм – туристердің белсенді қозғалу қимылдарын қолдана отырып іске асыратын саяхаты.

Сонымен қатар туристік қызметтің мамандандырығын және әлеуметтік туризм, таймшер, альтернативті туризм деген түрлері бар.

Таймшер – «уақытты бөлу» - туристік бизнесте белгілі бір уақыт ішінде пайдалана отырып ақша салымымен бірге жылжымайтын мүлікті қатар иелену. Негізінен таймшер «демалыстағы мүлік» деп аталып, он дылға дейін және одан да шексіз уақытқа қолданылады. Әдетте 4-6 адамға есептеледі. Қолдану уақыты аптамен өлшенеді, олар үш «түске»: қызыл – маусымдық, ең қымбаты және әйгәләсә, ақ - маусымаралық және көгілдір - маусымдық емес және маусым бойынша сұраныс динамикасын көрсетеді. Иемденуші өз сатып алған апартаменттерінде демала алады немесе «түсіне» сәйкес демалыс орнын ауыстыра алады. Сонда қызыл түс қызыл

түске ауысады, ақ және көгілдір – тұтынушының қалауы бойынша, ақ – тек аққа немесе көгілдірге, көгілдір – тек сәйкесінше көгілдірге ғана. Қосымша аймақтарды да ауыстыруға болады және де супер әйгілі және беделді аймақ демалыс уақытын ұзарта отырып беделдірек орынға ауыстырылады.

Мамандандырылған туризм термині орынның өзіндік ерекшелігін зерттеу, жеке тәжірибе жинау, спорттық нормативтерді тапсыру мақсатында арнайы турлар сатып алып белсенді демалатын туристерге қолданылады. Мамандандырылған тур аясында барған жердің мәдениетін, табиғатын зерттеумен, сондай-ақ саяхаттаушылардың кәсіби және әр түрлі спорттық туристік қызығушылықтарымен, қауіпсіздік ережесін міндетті түрде сақтаумен байланысты мәселелерге ерекше көңіл бөлінеді. Қазақстандық тәжірибеде – бұл өзіндік және спорттық туризм.

Халықаралық тәжірибеде мамандандырылған туризмнің келесі түрлері ажыратылады: шытырман оқиғалы – «болар-болмас» және «қатты», экотуризм, этникалық-настольгиялық, ауылдық, фермерлік, спорттық, балалық-жасөспірімдік.

Қазіргі уақытта ақпараттық желілердің дамуына байланысты альтернативтік туризм орын алды, мұнда саяхатты ұйымдастырушы туроператор емес, жарнама материалдарын пайдаланатын жекелеген туристік қызметтердің және осы қызметке ақпараттық желілер арқылы тапсырыс беретін туристің, саяхаттаушының өзі болып табылады [19, 398б].

Саяхаттың басты мақсатына байланысты келесі турларды бөліп көрсетуге болады:

- демалуға немесе қанағаттануға арналған турлар (pleasure tour, delights tour). бұл демалыс пен туризмнің көп және жаппай тараған түрі;

- демалыс және сауықтыру мақсатында шипажайларға турлар (resort or health resort or resort spa). сауықтыру және емдеу мақсатындағы тур – health & fitness tour or resort tour. курорттық аймақтағы минералдардағы, емдік сулардағы, емдік балшықтардағы spa немесе healthspas – санаторийлер, емдік-сауықтыру мекемелері. көбінесе бұл емдік-минералдық сулары бар курорттар (жақын жерде минералдық көздердің бар болуы); минералды суды ішуге және ваннаны қабылдауға мүмкіншілігі бар отельдер, кемпингтердегі сауықтыру орталықтары;

- сергуге арналған турлар (entertainment). тур бағдарламасы белгілі бір мөлшерде туристің қосымша қызметті пайдалануына көзделген. туристке көмекті оның қалауы бойынша туризм саласындағы сергіту индустриясы көрсетеді. бұл – белсенді ойындар кешені (гольф, крикет, кегли), атқа міну, аттракциондарға бару (тематикалық парктер, мысалы диснейленд, дельфинарий, жануарлар саябағы), мерамхана, дансингтер, дискоклубтар, дүкендер, казинолар. туризм тәжірибесінде серігудің белгілі 100 түрі кеңінен қолданылады;

- жарнамалық таныстыру сапары (familiarization trip немесе famtrip). жарнамалық сапарға маршрутты егжей-тегжей зерттеп, оның жағдаймен

танысу үшін көбінесе туржетекшілер мен туроператорлар немесе туристік агенттіктер жіберіледі. олар бүкіл бағытты аралап шығып, өмір сүру жағдайын, экскурсия бағдарламасын, тамақтану ерекшелігін, мәдени және ойын-сауық бағдарламаларын нақтылайды. олар жергілікті жағдай, салт-дәстүр, медициналық және сақтандыру қызметі, криманалдық жағдай туралы егжей-тегжей мәліметтер алады. белгіленген тәртіп бойынша таныстыру сапарына айтарлықтай жеңілдіктер беріледі немесе мұндай сапарды толығымен қабылдаушы компаниялар төлейді. туристік қызметті белсенді қолдайтын көптеген мемлекетер мемлекеттік бюджеттен таныстыру сапарларын қаржылай жәрдем бөледі;

- экскурсиялық-танымдық туризм (farm tour or rural tour) – туристік қонақжайлықпен таныстыру мақсатында жүзеге асырылатын тур. мұндай туристікқызығушылық объектілері – мұражайлар, ескерткіштер, әдемі қалалық ландшафттар. танымдық турдың негізі – қалаладың көрудің бай экскурсиялық бағдарламасы және оның қонақжайлылығы, архитектурасы, шіркеулер және мәдени объектілер, мұражайлар, табиғи объектілер мен құбылыстардың ерекшелігі, дүкендерді аралауға бос уақыттар қарастырылған.өңірді немесе бүкіл елді түрлі, климатты аймақтарды түрлі көлік түрлерімен аралау туристерді қызықтырады;

- ауылдық туризм (farmtour or rural tour). қазіргі уақытта кәсіби туристік бизнесте қызметің табысты түрі ретінде ауылдық туризм әлемдік нарықта берік орын алады. Ауылдық туризмді ынталандыру – табиғатпен оңашада болу, таза ауа, тамақтануға арналған экологиялық таза өнімдер, күнделікті жағдайды өзгерту, өмір мәдениеті және тәртібі, ауыл шаруашылық жұмыстарына қатыса алу мүмкіндігі, жеміс-жидектер жинау, арзан демалыс түрі.

- каникулдар мен демалыс күндері (holiday tour) немесе демалыстың басқа кезеңі (holiday period). сенбі – апта күніндегі демалыс күні. бұл дәстүр көптеген мыңжылдықтар бойы әр түрлі мәдениет пен діндерде сақталып келді. христиандарда б.з.д.IV ғасырда екі демалыс болған. V ғасырда тек жексенбі күнді ғана демалыс күн етіп қалдырды. екі демалыс күнін хх ғасырдың аяғында жұмысшылар әкелді. бұл туристік фирмалар үшін күнделікті жұмысты қамтамасызетті, өйткені демалыс күндердің туры кең тараған және туристер мен экскурсанттардың жоғары санын қамтиды. кең таралғаны каникулдар мен мейрам күндеріндегі турлар;

- әдемі тау массивтеріне бару, тауларда серуендеу (majestic mountains tour), тамаша ландшафттарды, күннің шығуы мен батуын қызықтау, гранд каньон (ақш).

- туристерді қызықтыратын керемет ландшафттар, тас саусақты шөлейттер (перс, австралия), алып тау сарқырамалары (нигара, игуасу, виктория). арнайы туристер үшін айналаны қызықтауға арналған алаңдар мен бекіністер, көру дүрбілері қойылған;

- сафари –аңшылыққа арналған тур, балық аулау, табиғатқа шығу,қорықтарды аралу, жануарларды бақылау, суретке түсіру, кения

және олар ұлттық саябақтарына бару және табиғи жағдайда жануарларды көру;

- экотуризм – туризмнің жаңа саласы, қоршаған ортаға минималды әсерін тигізетін туризм. экотурлар бағдарламасы экологиялық таза аймақтарға, табиғи қордар мен қорықтарға баруды іске асырады. Сазды жерлерге саяхатқа шығу экотуризмге жатады. осындай жағдайларға байланысты экология бойынша семинарлар, қоғаммен кездесу және басқа да іс-шаралар жүргізіледі.

- діни қажылық - діни мақсаттағы тур немесе саяхат. діни мақсаттағы саяхат – терең тарихи тамыры бар туризмнің ежелгі түрі. ортағасырлық қажылар алғашқы туристердің біріболды. діни сенімнің күшінен немесе өзінің немесе өзге дінге деген қызығу, барлық әлемде адамдар киелі жерді, ватикан, меккені жә басқадай киелі жерлерді көру үшін саяхатқа шығады. қажылыққа аурудан, күнәдан, бақытсыздықтан арылу үшін барады. туристік нарықта рождество мейрамы өткізу және рождество аптасын финляндия, скандинавия елдерінде, шығыс еуропада қарсы алуды қарастыратын турлар ұсынылады;

- қазына іздеуші турлар;

- ірі спорттық жарыстарға, фестивальдарға, олимпиадалық ойындарға, аймақтық немесе әледік деңгейдегі біріншілікке немесе чемпионаттарға көрермен ретінде қатысу.

Туризмді белсенді және белсенді емес деп бөліп көрсетуге болады. Туризмді белсенді және белсенді емес деп бөлудің негізгі мәні – туризм барысында адам қызметіндегі қарқынды аралық қозғалыс түрлерін анықтау.

Туризмнің белсенді түрі демалудың және саяхаттың , көңіл көтерудің әр түрін қарастырады. Белсендіге спортпен айналысатын немесе жарыстармен байланысты шетелдік туристердің сапарлары кіретін спорттық туризм жатады. Спорттық туризм – шындарды бағындыру, спорттық ойындар, ағысы қатты өзендерде жүзу, суасты туризмі, сафари – физикалық қысымды қажет етеді, сондықтан туристердің барлық санаттарына қолжетімді емес. Мұндай жағдайда экстремалды туризм пайда болады.

Туризмнің белсенді емес түрі тыныш және физикалық жүктеме тұрғысынан қысымы аз тур бағдарламасына немесе туристік саяхаттарға бағдарланған. Олар белгілі бір демалысқа лайықталған, физикалық жүктеме мен ауыстыру жиілігінің қысымын аз талап ететін танымдық турлар. Бұларға жататындар теңіз демалысы, таулы, сулы емдік шипажайлар, сауықтыру турлары, емдеу турлары. Бұл демалысқа балалы жанұялар, үлкен жастағы туристер мен зейнеткерлер турлары жатады.

Белсендіге әр түрлі шытырман оқиғалы турларды жатқызуға болады, мысалы:

- шытырман оқиғалы саяхат, экзотикалық жерлерге, жанартау аралдарға, сарқырамаларға бару.

- апат болған жерлерге турлар және экстремалды жағдай.

Батыста қызықтаушыларға – жасырын қызықты турлар ұсынылады, мұнда қатысушы бағдарламамен алдын ала таныспайды және ұйымдастырушылар жасаған бағдарламалар туристер үшін күтпеген сыйлық болады.

Орын ауысу түрлеріне байланысты турлар келесі түрге бөлінеді:

- жаяу жүру туристік бағыты;

- жануарларға мініп саяхаттану бағыты

- теміржол туристік бағыттары

- автобус бағыттары туристер автобуспен көптеген елдерді аралайды, әдетте автобустарда туристер сирек қонады, оларға қымбат емес қонақүйлерден орын алынады, бірақ та арнайы жататын орны автобустар ұсынылады.

- судағы туристік бағыттар.

Мазмұны және коммерциялық және коммерциялық емес бағыты бойынша тур бағдарламалары келесі түрлерге бөлінеді:

Коммерциялық емес туризм – шындығында бұл туризм демалыс, көңіл көтеру және қанағаттану мақсатын қарастырады.

Коммерциялық және іскерлік мақсаттағы туризм тауарларды көтерме сауда бағасымен сатып алу мақсатын қарастырады.

Іскерлік туризм – шетелдік бизнесмендер мен мамандарды отандық коммерциялық және басқадай ұйымдармен таныстыруға және келіссөздер жүргізуге арналған туризм. Іскерлік туризм – туризмнің өте қымбат түрі және бизнестік қызметті ұйымдастырушылары фирмаларға белгілі мөлшерде кіріс әкеледі.

Конгресс-турлар – арнайы турлар, олар конференция, съездер, ассамблея немесе семинарларды өткізудегі іскерлік туризмнің санатына жатады.

Шоппинг турлар – бұл туристердің шетелдік тауарларды сатып алу мақсатындағы сапары және ол тауарларды Қазақстанға әкеліп сатуы.

Әлеуметтік туризм – әлеуметтік қажеттілікке бағытталған мемлекеттен бөлінген қорлардан қаржыландырылған саяхат. Дотациялар, жеңілдікті ынталандырушылар санаттар мемлекеттік емес қорлардың заңды актілермен және тәртібімен анықталған қатысушы туристердің өздеріне және осындай туризмнің түрін ұйымдастырушыларға қатысты қолданылады.

Туристік демалыстың қолжетімді болуы көп балалы жанұяларды, жастар мен егде жастағы адамдарды қосқанда арнайы іс-шараларды жасауды талап етеді, олардың қатарына кіретіндер: мемлекеттің әлеуметтік туристік саясатына анықтау, жеке заңдар мен нормативтік актілерді қабылдау, әлеуметтік инфрақұрылымды қалыптастыру, төмен қамтамасыз етілген тұрғындар тобын қолдау механизмдерін қамтамасыз ету. Әлемде жүздеген миллион адам әлеуметтік туризм арқасында саяхат жасап жатыр.

Шет елде оқу немесе тәжірибеден өту. Қысқа мерзімді немесе семинарлік оқу қызмет көрсетудің негізгі саласын құрайды. Айта кететін жай, көптеген елдердің иммиграциялық заңдарында туризм оқу мақсатымен сәйкес келмейді және бұл «оқуға және жұмыс істеуге құқығы жоқ» деп визаларда көрсетіледі.

Туризм түрлерінің тізімі кеңеюі мүмкін. Туроператорлар әлеуметтік-экономикалық өзгерістерге және саяси жағдайларға бейім болып келеді және әрдайым турлардың жаңа түрлерін ұйымдастырады [15,6476].

Ватикан қала мемлекеті Рим қаласының батыс бөлігі Тибрдің оңтүстік жағалауында орналасқан. Ауданы- 0,44 ш.ш. бұл егеменді мемлекет Рим католиктің шіркеуінің орталығы болып есептеледі, және мұнда мемлекет басы- Рим әулие әкеінің резиденциясы орналасқан. Римде және оның айналасындағы үш шіркеу Ватиканға кіреді, олар: Санта –Мария Мажоре, Сан-Джовани Латерано және Сан-Паоло. с.с. ортақ көлемі 0,7 сарайлар және виллалар кіреді. Римге жақын Кастель-Гандольфо қамалында папаның жаздық резиденциясы орналасқан. Ватиканның тұрақты халқы жоқ.

Анталияның сұлулығын, тамаша табиғатымен түрік жұрты талайды тамсанып отыр. Жыл сайын мұнда әлемнің түкпір-түкпірінен мыңдаған туристер келіп, демалып қайтады. Анталияға Кумлужада Олимпос жағалауынан қараған жұрт, оның Мұса тауының Жерорта теңізімен табысып жатқанын байқайды. Ежелгі мифологиялық аңыздарға сүйенсек, Олимпос тауы Құдайлардың мекені саналады. Ежелгі дәуірде Олимпос деп аталған жерлердің саны жиырмаға жеткен. Олимпос-Бейтаулары ұлттық қорығындағы 2374 метр биіктіктегі Тахталы тауының ежелгі дәуірдегі есімі де Олимпос аталған. Олимпос жағалауындағы Жерорта теңізімен табысып жатқан аймақта көне ғасырларға тиесілі байырғы дүниелердің орнын көптеп кездестіруге болады.

Көне тарихты көзіңе әкелетін мұражайлар мен ұлттық қорықтар мұнда көптеп саналады. Анталияға келіп демалушылар мұндағы көк аспанмен тірескен қонақ үйлерде демалып қана қоймай, теңіз жағалауында серуендеп, байырғы тарихи дүниелердің орнын тамашалап қайтуына мүмкіндік бар.

Әлемнің жеті кереметі - біздің заманымызға дейін 3 ғасырда Ескендір Зұлқарнайн Кіші Азия, Орта Азия, Мысыр, Оңтүстік Үндістан территорияларын жаулап алып, ұлы империя құрғаннан кейін, саяхатшыларды қызықтыру үшін осы өңірлердегі 7 орыннан таңдаған сәулет өнері ескерткіштері.

Әлемнің жеті кереметі

Олар:

1.Мысыр пирамидалары — ежелгі Мысыр перғауындарының өзіндік үлгідегі мазарлары, біздің заманымыздан бұрын 28 ғасырда салынған.

2.Бабылдың аспалы бағы, біздің заманымыздан бұрын 6 ғасырда Вавилония әмірі кіші әйеліне арнап жасатқан. Бақ ерекше тәсілмен аспалы текпішекті сәкі-алаңшалар үстіне салынған.

3.Эфестегі Артемида ғимараты, кезінде әлемдегі ең үлкен ғибадатхана болған. Біздің заманымыздан бұрын 4 ғасырда соғыс алапатынан қираған.

4.Олимпиададағы Зевстің мүсіні, біздің заманымыздан бұрын 5 ғасырда көне грек мүсіншісі Фидий алтын мен піл сүйегінен жасаған.

5.Галикарнастағы Мавсол патшаның табытханасы, біздің заманымыздан бұрын 4 ғасырда салынған.

6.Жерорта теңізінің Родос аралындағы күн құдайы Гелиостың мүсіні, биіктігі 45 м. біздің заманымыздан бұрын 285 жылы жасалған, біздің заманымыздан бұрын 224 жылы жер сілкінісі кезінде қираған.

7.Александрия шамшырағы біздің заманымыздан бұрын 3 ғасырда жасалған, мұнарасының биіктігі 160 м

1. Мысыр пирамидалары – Мысыр жерінде орналасқан ежелгі пирамидалар кешені. Осынау зор тас құрылыстар Ежелгі Египет перғауындарының сағанасы болып саналады. Сағаналар осыдан 5 мың жыл бұрын салынған.

Ең үлкен пирамида Хеопс перғауынның әмірімен тұрғызылған. Оның биіктігі – 147 м. Ежелгі грек тарихшысы Геродоттың жазбасында пирамиданы 100 мың адам 20 жыл бойы салғандығы айтылады. Пирамидалардың салынуы, құрылысы жөнінде айтылған пікірлер сан алуан. Дегенмен аптапты Египет аспаны астында мыңдаған құл тас қарумен дәу тастарды бөліп алып, оны құрылыс орнына арқанмен сүйретіп жеткізген, пирамида биіктеген сайын тас блоктарды қолмен жоғары көтерген деген пікірлер басым.

Алып құрылыстар осы күнге дейін көрушісін қайран қалдырады. Осы пирамидалар Әлемнің жеті кереметінің біріне кіреді.

3. Семирамида аспалы бағы — Вавилонның патша сарайындағы алып құрылыс. Навуходоносор II патша Иранның таулы өлкесінен келген өзінің сүйікті әйелдерінің бірі, туған жері мен елін сағынған мидиялық Семирамидаға арнап салдырған деген аңыз-әңгімелер сақталған. Ол ежелгі дәуірде билік жүргізген патша Навуходоносор II-нің бұйрығымен өзі тұратын сәулетті сарайдың кең ауласында тұрғызылған. Табаны төртбұрышты, төрт қабатты алып құрылыс тепкішектері жоғары көтерілген сайын қусырылып биіктей береді. Семирамида аспалы бағының әрбір террасалы тепкішектері үстіне қалың құнарлы топырақ төгіледі әрі соның бетіне Вавилонияның, Мидияның және басқа елдерден арнайы алдырған алуан түрлі жеміс ағаштары мен көк желекті бұталар отырғызылады. Шөлді, ауа райы ыстық Вавилония елінде көкке шаншыла, жапырақтары жайқалып өскен ағаштардың саясынан ескен салқын самалды аспалы бақ жергілікті тұрғындарды таң-тамаша қалдырады. Сол дәуірдің куәгерлері қалдырған деректерге қарағанда, осындай таңғажайып

тамаша аспалы бақ дүние жүзінің ешбір елінде болмағанға ұқсайды. Сонысымен ол “әлемнің жеті кереметінің” біріне айналса керек. Бұны Бағдадтың оңт. жағынан 88 км қашықтықтағы Вавилон қаласының орнына жүргізілген археол. қазбалар кезінде бақ террасаларын суаруға арналған алып конструкц. құрылыстардың табылуы да дәлелдей түседі.

4. **Зевстің алтын мүсіні** – кезінде Ежелгі Грекиядағы Олимп тауында Зевс құдайға орнатылған ескерткіш, “әлемнің жеті кереметінің” бірі. Б.з.б. 5 ғ-да өмір сүрген белгілі афиналық мүсінші Фидий сомдаған. Ежелгі гректер құдайлардың құдайы деп сенген Зевске арнап ақ мәрмәрдан зәулім сарай тұрғызған болатын. Фидий өзінің мүсінін осы сарай ішіне сомдаған. Тақта отырған құдай мүсінінің биіктігі 17 м болған, ол сарай төбесіне сәл-ақ тимей тұрған. Зевс отырған тақ түгелдей алтын және піл сүйегінен жасалған. Негізгі ағаштан істелген құдай мүсінінің беті, қолы, аяғы және ашық төсі өте нәзік зергерлікпен өңделген піл сүйегімен түгелдей қапталған. Мүсіннің белден төм. бөлігі гүлдермен, жұлдыздармен, әр түрлі хайуанаттар бейнесімен көркемделген алтын жамылғымен жабылған. Мүсінші Зевстің бір қолына ұстатқан жеңімпаздық құдайы Ника бейнесі де, екінші қолындағы қыран қонған тұғыр да алтын мен піл сүйегінен жасалған еді. Ал Зевстің басына таза алтыннан өрілген тәж кигізілген болатын. Ежелгі гректер ең үлкен бақытсыздық – Зевс құдайдың алтын мүсінін көрместен бұрын өліп кету деп есептеген. Сондықтан да ес білген әр адамға бұл бейнені көру арман болған. Б.з. 5 ғ-нда Зевс мүсінін Грекиядан Константинопольге (қазіргі Стамбұлға) көшірген. Мүсін сонда өртте қалып жоқ болды. Бірақ оны көрген адамдардың жан-жақты суреттеп, сипаттап қалдырған көптеген қолжазбалары арқылы Зевстің алтын мүсінінің қандай болғанын көзге елестетуге болады

5. **Галикарнастағы Мавзолей** әлемнің жеті кереметінің бірі болып саналады. Өзінің керемет сәулеттілігі және ұлылығы үйлесімін тапқан Галикарнастағы Мавзолей бір кезде керемет адамдар тамашалайтын орындардың бірінің қызметін атқарған. Ол б.э.д. 4- ғасырда Түркияның оңтүстік-батысындағы мемлекеттің басты тұлғасы - патша Мавсолдың моласы ретінде жасалған. Мавсол (б.э.д. 377-323 жж.) Кари патшалығын және оған тәуелсіз Парсы империясының бір бөлігінің басшысы болды. Оның атаққұмар жобаларының арқасында Галикарнас Эгей теңізі жағасындағы ұла қала болды. Оның құрылысы Мавсолдың тірі уақытында басталған. Мавзолейдің жобасын атақты сәулетшілер Сатир, Пифей, Леохар, Скопас, Бриаксид, Тимофей жасады. Мавсол өлгеннен кейін б.э.д. 353 ж. құрылыс жұмысын билік тізгінін өз қолына алған әйелі Артимиция III басқарды. Артимиция III де құрылыс жұмысы аяқталмай тұрып өлген, өз даңқтарын мәңгі қалдыру мақсатында мүсіншілер жұмысты аяғына жеткізу керек деп шешкен. Ақырында мемориал қирап, археологтар Мавзолейдің көптеген құпияларын ашқан. Галикарнас аты кейін Бодрумға

өзгертілген, Мавзолейдің қалдықтары осы қаланың мұражайында сақталған.

6. Родос Алыбы әлемнің жеті кереметі болып табылады. Б.з.д 304 ж. Родос Аралының тұрғындары жойқын шабуылдан құтқарылады, бұл соңғы 30 жылдың ішіндегі үшіншісі еді. Халықтың риза болғаны соншалық, өз аралдарының қорғаушысы алып күн құайы Гелиостың мүсінін салуды ұйғырған. Құрылыстың 40 мың әскерімен елдің астанасына ұзақ та, шабуыл жасаған Деметри Полиоркеттен қалған әскери техниканы сатып, түскен қаржыға салған. Биіктігі 32 метр Алып деп аталатын қола мүсінді салу жұмыстары б.з.д 292 ж басталып, 12 жылға созылады. Мүсін қаланың кеме тоқтайтын айлағында мәрмәр тұғырда тұрған. Ол қола табақтардан және қаңқасы темірден жасалып оған қоладан құйылған бөлшектер бекітілген. Линдадан келген мүсінші Харестің бар шеберлігін салып жасағанына қарамастан, Алып басқа әлем кереметтеріне қарағанда ең аз мерзім небәрі 60-ақ жыл тұрған. Ол б.з.д 226 ж қатты жер сілкінісінің нәтижесінде жерге құлап қираған. Қираған қалдықтары б.з.д 624 ж дейін құлаған орнында жатқан. Кейіннен Родосты жаулап алған арабтар, қоладан жасалған бөлшектерін Сирия көпесіне сатып, оларды 900 түйеге артып алып кеткен. Қазір Алыптың ізі де қалмаған.

7. Александрия шамшырағы — “Әлемнің жеті кереметінің” бірі саналатын, б.з.б. 280 ж. салынған архитектуралық құрылыс. Александрия шамшырағын Ніл аңғарына таяу, Фарос аралының шығыс бөлігіне Мысыр патшасының (Птоломей әулетінің өкілі) бұйрығымен Книдтік Сострат тұрғызған. Кейінгі ұрпаққа өз атын қалдырғысы келген сәулетші шамшырақтың мәрмәр қабырғасына “Книдтен шыққан Декстифонұлы Сострат, теңізшілердің амандығы үшін құтқарушы-құдайларға бағыштайды” деп жазған. Бірақ патшаның қаһарынан қорқып жазудың үстін сылап бетіне әміршінің атын жазған. Уақыт өте келе сылақ түсіп қалып, ел сәулетшінің өз атын білді.

2006 жылғы зерттеу бойынша қайта құрылған моделі.

Александрия шамшырағы өз заманындағы өнер мен ғылымның ғажайып үлгісі болып табылады. Биіктігі 120 м шамасындағы үш қабатты мұнараның бірінші қабаты орасан зор шаршы көлемде әктастан тұрғызылған. Екінші қабат сегіз қырлы мұнарадан тұрады, оның сегіз қыры белгілі сегіз желдің бағытына қарай орналастырылған. Бізге жеткен деректерден осы екінші қабатта флюгер желдің бағыты мен жылдамдығын анықтайтын құрал) міндетін атқарған ескерткіш-мүсіндердің болғаны анықталды. Мәрмәрмен қапталған мұнара зәулім шамшырақпен аяқталады. Осы үшінші қабат гранит колонналар тіреп тұрған күмбезбен жабылған. Күмбез басына өте алыстан анық көрініп тұрған теңіз құдайы Посейдонның 7 метрлік қола мүсіні қойылған. Александрия шамшырағы өзінің негізгі міндеті — теңізшілерге жол көрсетуден басқа, бекініс қызметін де атқарған. Құрылыстың ішінде ауыз су құйылған күбі сақталған. Ішкі бұрама баспалдақ арқылы алауға жанармай беріліп тұрған.

Темір айналарды шебер қолдану нәтижесінде алау оты бірнеше еселеніп, өте алыстан көрінетін болған. Александрия шамшырағы 14 ғ-да жер сілкінісінен қираған.

Халықаралық туризм деп – бір елдің туристерінің басқа елдің территориясында қатысуын жүзеге асыратын қызмет. Туристік қызметтерді басқа басқа елдің территориясында ұсыну шығу туризімен байланысты, ал басқа елден келген туристерге елдің белгілі бір территориясында туристік қызметтерді көрсету немесе ұсыну келу туризімен байланысты.

Жоспарлы туризм ұйымдастырылған тур-агенттіктер мен тур-операторлардың көмегімен жүзеге асырылатын кез-келген туризмнің түрі. Жоспарлы туризм арнайы заңдардың, нормативті актілердің негізінде мемлекет деңгейінде реттеледі және жаппай туризмнің әлеуметтік индустрияның негізін құрайды. Кез-келген туризмнің негізін қалаушы, брондау, тасымалдау, тамақтандыру, орналастыру, көңіл-көтеру сияқты шаралар алдын-ала туристке белгілі болады.

Өз бетінше жүзеге асырылатын туризм егер туристер өз саяхатын ұйымдастыруда белгілі бір кәсіби ұйымдастырушыға сұраныс жасамайтын болса, онда оны әуесқойлық немесе өз бетінше жүзеге асырылған туризм деп атайды. Бұл туризмнің түрін жүзеге асыру барысында турист туристік маршрутын кез-келген уақытта өз қалауынша айналада қалыптасқан жағдайға байланысты өзгертіп отырады. Әуесқойлық туризмде турист өз қалауынша жасай алады.

Дүниежүзілік саяхаттар мен туризм кеңесінің бағасы бойынша (WTTC) 2009 жылы туризм мен саяхаттар өнеркәсіпте 77 миллион жұмыс орнын (барлық жұмыспен қамтылудың 2,7%) және тікелей және жанама түрде 220 миллион жұмыс орнын (барлық жұмыспен қамтылудың 7,6%) құрды. Өзге салалармен салыстырғанда, мысалы, жер өңдеумен және орман шаруашылығымен (24%) немесе өңдеуші өнеркәсіп және құрылыспен (13%) (25). Халықаралық туризмнің ІЖТ-қа салымы 2006-2015 жылдар аралығында жылына 4% өсетін болады деп саналады. Дүниежүзілік туристік ұйым (ЮНВТО) құрған Туризмді дамыту концепциясы сәйкес 2020 жылға дейін шетелдік туристтердің келуі 2010 жылы 1 млрд. адамнан, 2020 жылы 1,5 млрд. адамнан асады.

Әртүрлі мүмкіндікті және қажеттілікті туристерді көбірек қамту мақсатындағы туристік индустрияны одан әрі жіктеу; капиталды шоғырлау үрдісі, ірі интернационал компаниялар мен бірлестіктер құру; туризм саласында интеграциялық үрдіс беталыстарын жазық (турагенттіктер желісі, франшиздік қонақ үйлік компаниялар) және тік бағытта (мысалы, «оператор - агенттік – қонақ үй - авиациялық-транспорттық кәсіпорын» жүйесі) сақтау болжалуда.

Заманауи ұғым бойынша туризм объектісіне туризм индустриясының туристік қызмет құру және ұсынумен байланысты барлық салалары (тағам дайындау, тұратын орын, мәдени ұйымдар, табиғи, мәдени-тарихи, спорттық, сауықтыру және өзге объектілер).

Ұлттық заңнамада туристік индустрия туристерді жайғастыру құралдары, транспорт, қоғамдық тамақтану объектілері, көңіл көтеру объектілері мен құралдары, танымдық, сауықтыру, іскерлік, спорттық және өзге мақсаттағы объектілер; туристік қызмет көрсетуші ұйымдар, және де экскурсиялық қызмет пен гид (гид-аудармашылар) қызметін көрсетуші ұйымдар жиынтығы ретінде анықталады.

Туризмнің жоспарлау объектісі ретінде *әдістемелік зерттеу тәсілдерін талдау* келесімін анықтады. **Біріншіден**, туризм мағынасын табиғаты әртүрлі нысандар жиынтығы және де тұтас құрылым ретінде түсінудің бірегей жолының болмауы. Көп жағдайда сөз әртүрлі нысандық кесіндері бар (демалыс, ерекше саяхаттүрі, қызмет түрі, салааралық кешен немесе нарық, экономика саласы)кейбір әлеуметтік-экономикалық феноменжайында болады. **Екіншіден**, туризмнің белгілі және айқындаушы параметрлері (туристердің келу жиілігі, материалдық-техникалық базаның сыйымдылығы, көрсетілетін қызметтер жиынтығы және т.б.) тек кейбір формалды белгілерді көрсетеді, бірақ туризм саласындағы клиенттердің динамикалық түрде өзгеруші және өсуші қажеттіліктерінен туатын үрдістер мен құбылыстардың сапалық ерекшеліктері туралы түсінік бермейді. **Үшіншіден**, туризм саласының қарқынды дамуына және оның күрделі динамикалық дамушы әлеуметтік-экономикалық жүйе ретінде қалыптасуынабайланысты неғұрлым нақты байқалып жатқан, туризмге тән жүйелік сипаттар ғылыми зерттеулерден тыс қалуда.

Төртіншіден, туризм, туристердің жеке қаражаттары есебінен белсенді дамып жатқан ең «нарықтық» сала ретінде жоспарлау мен басқаруды қажет етпейді деген ұғым негізін таппады. **Бесіншіден**, туризмнің даму мәселесін жүйелі түрде шешу қажет. Өзге мәселелерді толық шешпей, тек кейбірін ғана (мысалы, қонақ үй шаруашылығын дамыту) шешу жағдайдың күрделіленуіне, мәселенің шиеленісуіне және асқынуына және тиісінше, аймақтарда бұл саланың дамуынан келетін әлеуметтік-экономикалық қайтымның төмендеуіне әкеліп соқтырады. **Алтыншыдан**, туризмнің нақты бір географиялық аймақта тұрақты дамуын жоспарлау тек мемлекеттік немесе аймақтық болмайды, бірақ та жекелеген әкімшілдік элементтерді кездестіруге болады.

«Туризм» ұғымын одан әрі нақтылау ең алдымен мемлекеттік ықпалдың адекватты және әсерлі құралын табу, туризмді аймақтық деңгейде дамыту мүмкіндігін, шектеуін, ұстанымдары мен әдістерін зерттеулі саланың тиімді қызмет атқару негізі ретінде анықтау қажеттілігінен туады.

Туризм – элементтері нақты бір ортада жұмыс істейтін және өзара әрекет ететін үлкен ашық жүйе деп саналады. Және үлкен жүйе ретінде туризм жоспарлау үдерісін жетілдіру барысында ескеруге жататын бірқатар арнайы сипаттарға ие. Мысалы, мұндай жүйелердің бір сипаты - аддитивсіздік, яғни үлкен жүйе - туризм – оған енетін ішкі жүйелердің (көлік, тартымды жерлер және т.б.) шамасына тең емес, және де

элементтердің (туризм кәсіпорындарының) сипаттары жүйенің өз сипаттарынан айрықшалаынады. Басқаша айтқанда, егер аймақтағы туризм, аймақтық өнімнің (ЖАӨ) экономикасы туралы айтатын болсақ, онда үлкен туристік ағындар бар деп саналмайды.

Мысалға, Алматы және Оңтүстік Қазақстан облыстарындағы экономикалық және туристік көрсеткіштердің жоғары деңгейі және олардың арасындағы функционалдық байланыс аймақтардың көптеген ғасырлық қоғамдық-мәдени дәстүрлерімен; маңызы бойынша бірегей туристік-рекреациялық кешеннің даму әлеуетімен; қолайлы табиғи-климаттық факторлармен және тиісті инфрақұрылыммен; тиімді геосаяси және көліктік-географиялық жағдаймен; инфрақұрылым элементтерінің, соның ішінде, тартымды жерлердің (аттракторлардың) жоғары деңгейде қол жетімділігімен; халықтың өте жоғары интеллектуалдық, соның ішінде білім деңгейімен; сонымен қатар, туризмнің дамуына мүдделі тұлғалардың келісімді әрекеттерімен байланысты болуы мүмкін.

Туристік ағынның қалыптасуына ықпал ететін маңызды фактор– халықтың материалдық жағдайының деңгейі. М.Б. Биржаков туристік қызметті тұрақты тұтынушы контингентті қалада тұратын зейнеткерлер құрайды деп санайды.

Сонымен, жүргізілген құрылымдық-функционалдық талдау туризмнің дамуы мен аймақтың (елдің, әлемнің) экономикасы арасында тығыз байланыс болғандықтан, экономикалық және қаржылық факторлардың (экономикалық және қаржылық жағдайдың, халық табысы мен жұмыссыздық деңгейінің өзгеруі тәрізді) туризм саласына тікелей ықпал ететінін анықтады.

Жоғарыда айтылғандай, экономикасы дамыған аумақ өз азаматтарының туристік саяхаттарының саны бойынша алдыңғы қатарда болады. Зерттеулі саланың материалдық-техникалық базасы мен инфрақұрылымының деңгейі аймақтың экономикалық жағдайына байланысты болады. Сонымен қатар, туризм дами отыра аймақтың экономикасына тікелей және жанама ықпал етеді. Туризмнің тікелей ықпалы негізінен мемлекеттік бюджет арқылы ұлттық деңгейде білінеді, төлемдік баланс туристік шығындар үлесі және туризмнен түсетін салықтық түсімдердің ІЖТ үлесі тәрізді көрсеткіштермен сипатталады.

Аймақтық деңгейде аймақтағы туристік шығындар көрсеткіші – туристердің жергілікті экономикаға салған ақшалай салымдар саны ретінде мультипликатор арқылы бағаланатын жанама ықпал көбірек сезіледі. Қаржылардың көп бөлігі туристік қызметтер кешенді түрде неғұрлым көп көрсетілетін, аралас салалар мен қызмет түрлерінің қызметіне соғұрлым көп сұраныс болатын жерлерде жұмсалады. Алайда, аймақтағы туризмнен келетін сыртқы, қолайлы экономикалық ықпал шын негізінде аз сезіледі, кейде тіпті теріс болады. Бұл табиғатты бұзушы туристік-рекреациялық кешендерге экологиялық жүктемені арттырумен, туризм саласында стратегиялық маңызға ие аймақтық ресурстардың

туризмнен кетіп, аймақтың әлеуметтік-экономикалық жағдайын күрделілендіруімен байланысты болуы мүмкін. Сондықтан да, өндірулі туристік өнімнің саны мен сапасын тұтынушылардың ағымдық, нақты сұраныстарына байланысты жоспарлау, болжау және реттеу қажет.

Туризмге күшті және ықпал ету ұзақтығы мен бағыты бойынша жекелеген сәттерде ролі әртүрлі болатын көптеген факторлар ықпал етеді. Сондықтан жоспарлау және болжау кезінде бұл факторларды анықтау, есепке алу, талдау және пайдалану – аймақта туризмді тұрақты дамытуда маңызды мәселе болып табылады. Сол себепті тұрақтылық ұғымын нақтылау, тұрақты даму жағдайлары мен факторларын, және де оларды жоспарлау және басқару мүмкіндіктерін анықтау қажет. Туризмнің тұрақты даму мәселесімен бірнеше жылдар бойы ЮНВТО сарапшылары айналысуда. Қоғамның негізгі құндылығы болып жоғары білімді, рухани дамыған және мәдениетті жеке адам саналады. Саяхат барысында ол рухани білімін толықтырып, аумақтың қорлық мүмкіндіктері туралы ақпарат алады. Бұл мәліметтер адамдардың жан-жақты қажеттіліктерін қанағаттандыру үшін, яғни жеке адамның және жалпы қоғамның мәдени деңгейін арттыру үшін қолданылады (және болашақта қолданылуы мүмкін). Осылайша, жеке адамның тұлғасын қалыпқа келтіру тұтастығы дене және рухани мәдениет ұғымдарымен тығыз байланысты.

Ықтимал турист өз мақсатын туристік қызметтер пакетін (турөнімді) немесе жекелеген туристік қызметті сатып алу арқылы, делдал кәсіпорындар (турфирма, турагенттік) арқылы және де тікелей қандай да бір сервис көрсетуші өндіруші кәсіпорындар арқылы қанағаттандыра алады. Бұл үдерістің ерекшелігі болып нақты тұтыну өнімі ретіндегі тауарға емес, болашақта нақты бір уақытта көрсетілетін туристік қызметтер үдерісіне (өз қажеттіліктерін қанағаттандыру үшін), яғни сезілмейтін, бір нәрсеге ие қылдырмайтын үдеріске ақша төлеуі саналады. Қызметтердің едәуір бөлігіне уақыт пен кеңістік шегінде қызмет өндіру, тарату, алмастыру және тұтыну үдерістері кіреді. Алайда, қызмет саласы индустрияландырылған сайын өндіріс сатысы тарату және тұтыну сатыларынан жылдам бөліне бастайды. Сонымен қатар, жаңа байланыс технологиялары жағдайында көптеген қызмет түрлеріне тауар қалпын қабылдайды (оған коммерциялану үдерісі ықпалын тигізген көптеген мәдени құндылықтар мысал болады) немесе қызметті өндіруші мен турист арасындағы байланысты жояды (Интернет арқылы билеттер мен орындарды броньдау тәрізді).

Туризмде қалыпқа келтіру үдерістерін ұйымдастырудың ерекшелігі болып қызметтердің аймаққа келуші туристердің ғана емес, сонымен қатар аймақ тұрғындарының мүддесіне сәйкес болуы және олардың қолайлы тіршілік жағдайларына қол жеткізуге және табиғи жүйелерді сақтауға және қалыпқа келтіруге бағытталуы тиіс.

Бүгінде қажеттіліктердің өндіріс мақсаты ретінде сипаты мен ролі өзгеруде. Бұл үдерістің маңызды сипаттарының бірі тауар мен қызметті

пайдалану техникасына жататын критерийлерді шоғырландыруда. Туризм экономиканың заманауи компьютерлік технологиялар мол пайда әкеле бастаған салаларының бірі болды. Бұл қонақ үйлердегі орындарды, әуе билеттерін, өзге транспорт құралдарына арналған билеттерді (круиздерге тапсырыс беру және т.б.) броньдау және резервтеу жүйелері. Заманауи интернет-технологиялар туристік фирмаларға халықаралық телефон байланысы мен факстерді жіберуге жұмсалатын шығынды қысқарту арқылы мол қаржыны үнемдеуге мүмкіндік береді, мұндай жүйелер жиі төмен бағалы жолдамаларды не әуе билеттерін 10-50% төмен бағамен сатып алуға мүмкіндік береді. Осылайша, заманауи жағдайларда қайта өндіру инновациялық сипатқа ие болуы тиіс, яғни өндірісті ғана емес, сонымен қатар қызмет, тұрмыс, мәдениет, психологияны өзгертетін; ғылыми жаңалық пен оны енгізу арасындағы инкубациялық кезеңді қысқартатын; еңбектің салауаттануын ынталандыратын ғылыми-техникалық жетістіктерге негізделуі тиіс.

Турист сатып алған өнім (туристік қызмет), және де оның саяхат барысында алатын әсері көбіне адамдық факторға байланысты болады. «Адамдық фактор» термині – «жұмысшы», «жұмыс күші», «еңбек қоры» тәрізді терминдермен салыстырғанда кеңірек және мағыналырақ категория, себебі адамның қабілеті тек еңбекке қабілеттілікпен шектелмейді. Өндірістің тиімділігі (көрсетілетін қызметтің сапасы) туризм саласы жұмысшыларының кәсіптік деңгейіне ғана емес, сонымен қатар, адамның барлық жеке қасиеттеріне: бейімділігіне, жеке ерекшеліктеріне, өз ойын білдіруіне байланысты болады. Адамдық фактордың негізгі сипаттарына мыналарды жатқызуға болады:

- шығармашылық қабілет;
- жеке қасиеттер мен қабілеттер, соның ішінде рухани және діни дамуы, сонымен қатар психологиялық үдерістер мен әсерлер, темперамент;
- өмір сүру деңгейімен және стилімен, материалдық-техникалық қамтылумен, жеке тіршілікпен қанағаттану, жеке қажеттіліктерге жұмсалатын табыс;
- өмірлік құндылықтар – наным, сенім, дүниетаным, өнегелілік, иман;
- нақты әлеуметтік және (немесе) этникалық топтарға жату, әлеуметтік дәреже;
- демалу орны мен тәсілі бойынша шешім қабылдауға жалпы және ахуалдық дайындық;
- білім, мәдени деңгей және ой-өріс, мәдени мұқтаждықтар;
- қызмет мотивациясы, бірлескен кәсіпорынға, қызметке (мысалы, аттракторлардың сипаттарын құру және жетілдіру бойынша) жеке қатысу мақсаттары.

2.2 Туризмнің тұрақты даму мәселесін ғаламдық құбылыс ретінде зерттеудің әдістемелік негіздері

Алғашқы зерттеу мәселесін шешу үшін «әдістеме» және «теория» басты түсініктер болып саналады. «Әдістемелік» атты философиялық ұғымға заманауи ғылым келесі белгілерді еңгізеді:

- адамның теориялық және тәжірибелік қызметін ұйымдастыру және құру тәсілдері туралы ілім;

- адамның қызмет ету құралдарының олардың даму деңгейіне және олар шешетін мәселелердің сипатына қоғамдық-тарихи тәуелділігін анықтайтын ілім;

- адамның үлгілік қызмет ету бағдарламаларының нормативтік тиімді құрылуын қамтамасыз ететін ілім;

- негіздерінің өзгеруі және жаңа әдістемелік құралдарды шығару барысындағы шартты анықталатын ілім;

- философия тұрғысынан айқындалатын ілім, сол кезде философия да жалпыланған әдістеме аясында сипатталуы мүмкін.

- адамдардың репертуарлары мен қызмет рәсімдерінің үнемі қайталануы шартты болатын ілім;

- ұғымдардың өзгерткіштілігі, жаңа таным орнатылуларының қалыптасуына байланысты дамыған ілім;

- адамдардың әлеуметтік болмысын қайта жаңарту үшін құрылған қызмет сұлбаларын қарастыратын философиялық ұғым құрамына кіретін ілім;

- адамдардың күнделікті тәжірибесіне енгізілген қызмет түрлерінің қызмет сұлбаларын анықтайтын, құрастыратын және өзгертетін ілім;

- заманауи мәдени мәселелерді пайымдау және ой елегінен қайта өткізу ретіндегі ілім;

- адамдардың күнделікті өмірдегі мінез-құлықтары мен ойлау қызметін талдаушы ілім.

Біздің «әдістемелік» ұғымының көптеген түсіндірмелеріне жүргізген құрылымдық-мазмұндық талдауымыз оның он бір ең жалпы, сипатты белгілерін айқындайды. Бұл белгілердің «туризм», «туристік қызмет», «туристік бизнес» ұғымдарымен салыстыра жүргізілген талдауы әдістеменің туризм мен туристік қызметті мемлекеттік басқарудың тұрақты даму теориясы мен тәжірибесін зерттеу үшін философиялық негіз болып саналады.

Мұнда, ең алдымен, «әдістемелік» ұғымының бірінші, үшінші, жетінші, сегізінші, тоғызыншы, оныншы және он бірінші белгілері: адамның теориялық және тәжірибелік қызметін ұйымдастыру және құру тәсілдері, адам қызметінің үлгілік бағдарламаларын нормативті-тиімді құруы, жаңа танымдық бағдарлардың қалыптасу динамикасы; әлеуметтік болмысты қайта өндіру және жаңарту үшін адам қызметінің сұлбаларын қарастыру, адамдардың күнделікті тәжірибеге енгізілген қызмет ету

сұлбаларын құру және өзгерту, адамдардың күнделікті өмірдегі мінез-құлқын талдау, адамның қазіргі заманғы мәдениетін ой елегінен өткізу жатады.

Жоғарыдағылар құрылымы және мазмұны бойынша барлық философиялық ілімдер ішінде логикалық ұғымдық өлшеммен қабылданған және тарихи - философиялық дәстүр бойынша теория және әдіс ретінде аталатын диалектика - философиялық даму тұжырымдамасына көбірек жақын болып келеді. «Диалектика» терминін алғаш рет Сократ қолданған, ал философиялық диалектиканың алғашқы нысанын құрушы Софокл болып саналады. Алайда диалектиканың ең дамыған нысанын Гегель құрды. Диалектикалық әдіс философияның адами жүйесінің барлық тарауларына еңген. Гегельдің айтуы бойынша, бұл әдісті ұғымдардағы қарама - қайшылықтарды табу және шешу әдісі ретінде түсіну қажет. Қарама - қайшылықтардың өзін Гегель қарама - қайшы анықтамалардың қақтығысы және оларды біріктіру арқылы шешілуін түсінді.

Зерттеу әдістемесі үшін Гегельдің өзара жоққа шығарушы және де бір-бірін өзара топшылаушы қарама қайшылықтардың бірлігі идеясы немесе қайшылықтар идеясы өте маңызды. Гегель қайшылықтарды қарапайымнан күрделіге, абстрақтылыдан нақтыға, толықтан шынайы нәтижеге көшетін ішкі даму импульсі ретінде санаған.

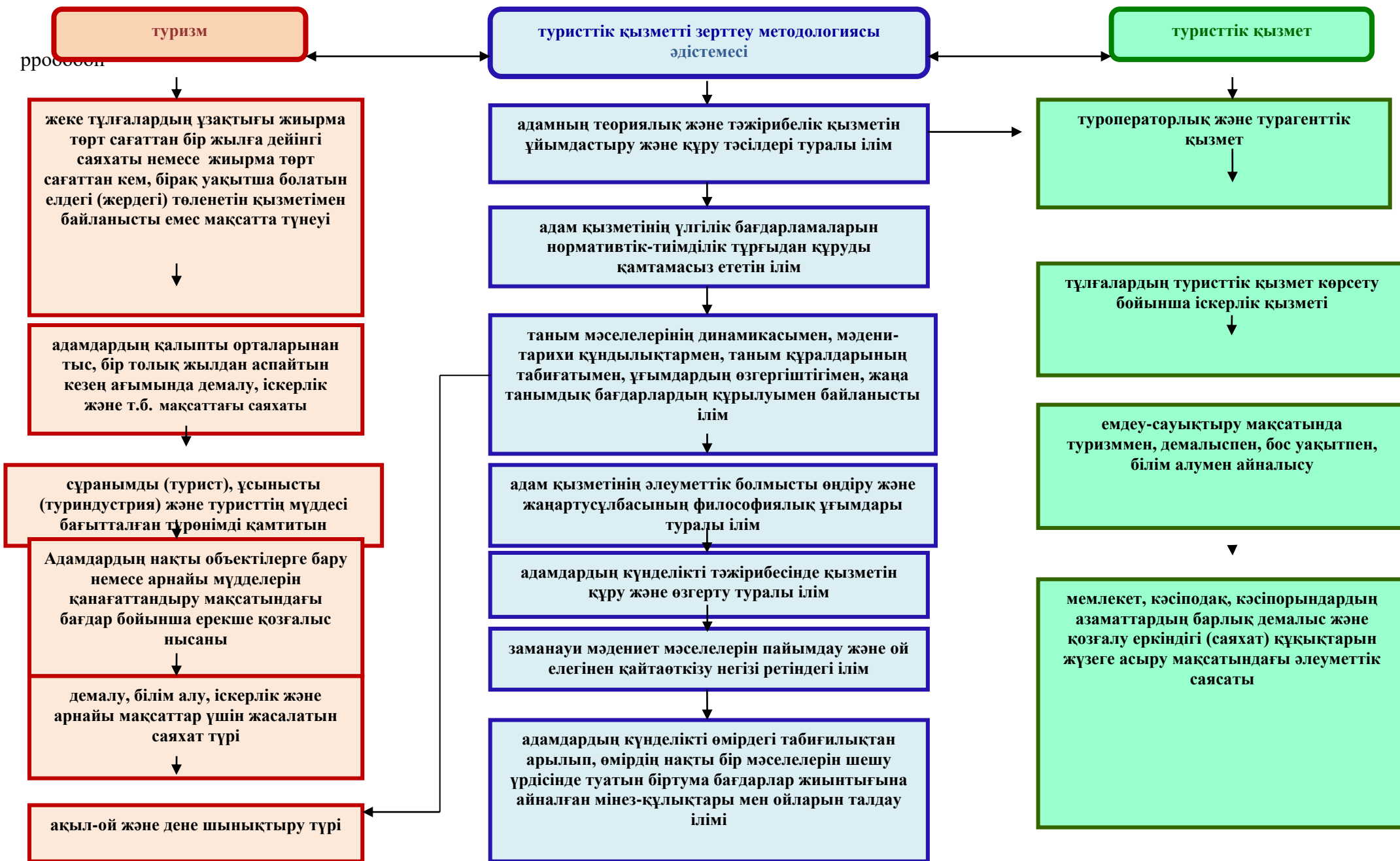
Гегель қайшылықтың ішкі болмысын бастапқы антиномиясы (заңдағы қайшылық, бір - біріне кереғар екі пікірдің бір бірінен туатындығын дәлелдеуші пайымдама) бір уақытта орын алатын және шешілетіндей, қайшылықты табу және оны шешу үшін терең және нақты түсінді. Марксизм философиясында диалектика ең жалпылама заңды байланыстардың, болмыс пен танымның дамуы туралы ілім және осы ілімге негізделген шығармашылық таным әдісі ретінде түсіндіріледі.

Өткен ғасырдағы ғалымдардың саладағы философиялық жұмыстарында, диалектика оның жан-жақты барлығын қамтушылыққа және артық абстрактілікке дәмелілігі үшін қатты (біздің пікірімізше көбіне негізсіз) сынға алды. Алайда, қарама - қайшылықтардың бірлігі мен күресі және болмыс пен танымның заңды даму байланыстары жөніндегі диалектикалық заңдар бізге (оларды әдістемелік негізге алып) адамзаттың туристік қызметінің басты қайшылығын шешуге мүмкіндік береді. Бұл қайшылық жақын және алыс шетелдердің философтарымен туризмнің философиялық негізі ретінде ешқашан қарастырылмаған (кесте 8). Осы қайшылықтың мағынасын қалыптастыру үшін ұйымдастырылған саяхаттар мен адамның туристік қызметінің пайда болу тарихын талдау қажет

Туризм тарихшылары жүргізген зерттеулер, адамның өндірістік еңбекке көшкенге дейін кеңістікте көбіне тек жинау және аң аулау мақсатында қозғалыста болғанын және де адам ретсіз, жоспарсыз, тек аштық не тек ұрпақ жалғастыру инстинкттерімен қозғалыста болғандығын

Кесте 8

«Туризм», «зерттеу әдісі», «туристік қызмет» ұғымдарының салыстырмалы құрылымы



көрсетеді. Алайда, біздің ойымызша алғашқы қауым адамын көкжиекке үңілуге талпынтқан тағы бір фактор болды (кесте 8).

Сол кездің өзінде, адамның әуестігі болғаны өте айқын. Біз осы уақытта да адамға жақын үй жануарларына деген айқын әуестікті байқап жүрміз.

Нақ әуестіктің себебінен, (қорқу, ашығу, тек ұрпақ жалғастыру инстинкттерінен емес) адам уақыт пен кеңістікте қозғала отырып қоршаған ортаны тануы мүмкін. Мұндай қозғалыстар адамның өмірді тануының жалғыз тәсілі болып табылды.

Уақыт өте адам өзге де тану тәсілдерін қарқынды игерді және ХХ ғасырдың аяғында виртуалдық ақпарат алу, айналада, жерде, жер астында, суда, су астында, ауада және тіпті ғарышта болып жатқан көптеген жағдайлар туралы шынайы әсерлер қалыптасу мүмкіндігіне ие болды. Туристік әсер әртүрлі жерлерге бару нәтижесінде, табиғи факторлардың әсеріне, аймақтың имиджіне, инфрақұрылымның даму деңгейіне, инфрақұрылым элементтерінің орналасу және пайдалану ыңғайлылығына, жергілікті дәстүр т.б. болмыстарға байланысты қалыптасты. Басқаша айтқанда, ол турист «баратын» аймақтық ортаның және оған қызмет ететін сала қызметкерлерінің әсерінен құрылады. Өз кезегінде туристік әсер адами факторға және аймақтық ортаға әсер етіп, оны өзгертеді. Осы туризм жүйесіне біріккен барлық әртекті элементтер, оның тұрақты дамуын қамтамасыз ету үшін қайта өндірілуі тиіс.

Дәл осы жағдай туристік қызметтің басты қайшылықтарын көрсетеді: адам тіршілікті виртуалдық танудан неғұрлым көп мүмкіндік алса, бір тартымды туристік нысандарға баруға қалаушылар неғұрлым көп болса, туристік-рекреациялық қорлардың қауіпке шалдығу мүмкіндігі жоғарылайды және жұтанданады, туристер баратын жерлердің рекреациялық сыйымдылығы мен экологиялық тепе-теңдік балансының бұзылу ықтималдығы айтарлықтай артады.

Берілген үлгіде қайта өндіру үрдісінің әр элементі өзінің жеке айналымынан құралады: аттракторларды жаңаларын құру арқылы қайта өндіру; қолданыстағыларды қалыпқа келтіру және қайта құрастыру; олардың сипаттарын қосымша пайдалану; ұсынулы қызметтердің санын арттыру арқылы туристік өнімді қайта өндіру; қолданыстағыларды жетілдіру және сапасын арттыру және т.б. тұрады. Қарастырулы деңгейге (микро-, мезо-, макро-) байланысты қайта өндіру үрдістерінің ауқымы әртүрлі болады. Сонымен, микродеңгейде (жеке алынған туризм саласындағы кәсіпорынның) бұл кәсіпорынның құрамаларының (элементтерінің) (ол орналасқан ғимараттың; туристік тауарлар өндіруге және қызмет көрсетуге қажет жабдықтың (компьютерлер, терминалдар); еңбек кадрлары және т.б.) қайта өндірісі. Ядросы инновациялар болып саналатын бұл айналымдардың барлығының уақыт пен кеңістікте келісімде болуы аймақта туризмнің кеңінен қайта өндірілуін және тұрақты дамуын қамтамасыз етеді.

Осылайша, қайта өндіру – өнімнің отандық және әлемдік туристік нарықтағы бәсекелік басымдылығын қамтамасыз етуге және басты туризмнің тұрақты даму мақсаттарына қол жеткізуге ықпал жасауға бағытталған үрдістерін тиісті жоспарлауды және басқаруды қажет ететін өте күрделі үрдіс.

«Тұрақты даму» термині (ағыл. sustainable development) 1970 жылдардың басында пайда болды және БҰҰ-ның қоршаған орта және даму бойынша конференциясының материалдарында қолданылды (Рио-де-Жанейро, 1992). Қабылданған анықтамаға сәйкес, тұрақты даму болып қорларға нұқсан келтірмей және оларды жұтаңдандырмай даму үрдісі аталады, бұл дамуды мүмкін етеді. Бұл, әдетте, не қорлардың пайдаланылу жылдамдығымен қайта қалыпқа келу түріндегі басқарумен, не ақырын қалыпқа келетін қорлардан жылдам қалпына келетін қорларға көшу арқылы басқарумен қол жеткізіледі. Мұндай жағдайда қорлар болашақ және қазіргі буынмен қолданылуы мүмкін. Осы конференцияда қабылданған ХХІ ғасырға арналған күн тәртібі негізінде жаһандық этикалық туризм кодексі құрылып, 1999 жылдың қазанында ДСҰ-ның ХІІІ-шы сессиясында бекітілді. Бұл кодекстің он бабының бірі кесімді «Туризм – тұрақты даму факторы» атауына ие. Алайда қазіргі таңда «тұрақты даму» терминінің жалпы қабылданған анықтамасы жоқ. Кейбір ғалымдар оны тарихи қалыптасқан экожүйенің теңдігін сақтап, қазіргі және болашақ ұрпақтың материалдық және рухани мұқтаждықтарын қанағаттандыратын экономикалық даму ретінде түсіндіреді.

Бірқатар авторлар тұрақты даму ұғымын өзінің табиғи негізін бұзбайтын тұрақты әлеуметтік - экономикалық дамумен байланыстырады.

Туризм, егер қайта қалыпқа келмейтін қорларсыз даму мүмкін болмаса, әлеуметтік – экономикалық жүйе ретінде бір түрден екінші түрге, соның ішінде қолданылған қорлар қайта қалпына келетін, қайта өндірілетін, өзге түрлерге ауысатын, аз жұмсалатын түрлерге көшуге қабілетті (оған үлесі қазірде барлық туризм түрлерінің 40% құрайтын экологиялық туризм мысал бола алады). Оның негізгі сипаттамасы – өзінің даму қорларын, тиімді өндіріс және тұтыну құрылымдарын тиімді пайдалану, автономды түрде түр өзгерту қабілеттілігі.

Әлеуметтік – экономикалық жүйенің тұрақтылығы ұғымының әртүрлі түсіндірмелері талдаулы феноменнің күрделілігін көрсетеді. Өз кезегінде, туризмнің тұрақты дамуы деп қол жетімді даму (немесе шектеулер - экономикалық, экологиялық, өзге) шегінде динамикалық түрде өзгерулі мақсаттарға қол жеткізу барысында туризм жүйесі сипаттамаларын жақсартатын сыртқы және ішкі факторларды ескере отыра жағдай жасауды түсіну қажет.

Осылайша, аймақта туризмнің дамуына оң және кері әсер ететін сыртқы және ішкі факторларды және оларды басқару мүмкіндіктерін кешенді зерттеу қажет. Зерттеулі салаға аймақтық қолдау көрсету бағдарламасын құру кезінде (әсіресе оның тұжырымдылық сатысында) осы

аумақта туризмнің даму басымдылықтары мен болашағын айқындайтын сыртқы және ішкі факторлардың барлық жиынтығы есепке жатады. 2-ші суретте көрсетілген факторлар жіктемесі олардың өзара байланысын: аймақта туризмнің дамуына әсер ететін сыртқы (экзогенді) және ішкі (эндогенді) күштердің, және де уақыт факторы – маусымдылықтың тікелей және кері байланысы көрсетілген. Туристерге ерекше назар аударылады, себебі бұл аймақта туризмді құру негізі болып табылады (кесте 9)

Кесте 9

Аймақта туризмнің тұрақты дамуына әсер ететін факторлар жіктемесі



Табиғи және антропогенді ортаның **сыртқы факторлары** аймақтың туристік жүйесіне тәуелсіз бола тұра, оны ынталандыра немесе тежей, туризмнің даму шарттарын құрады. Сыртқы факторлардың ішінде бірінші кезекте туризмнің дамушы әлеуметтік-экономикалық кеңістікті құратын аумақты бөле көрсету қажет. Талдау көрсеткендей, туризмнің аймақта дамуына аймақтық фактор қатты, көпжоспарлы және қарама-қайшы ықпал етеді. Бұл фактордың рөлі –әсіресе оның ықтимал теріс салдары (мысалы, экологияға ықпалы) әзірше толық зерттелмеген. 1999 жылдың жазында орын алған, Румыния аумағында ерекше анық байқалған күн тұтылысы бұл елге келуші туристтердің санын 1998 жылмен салыстырғанда шамамен 200 мың адамға арттырды.

Аймақта туризмнің дамуына экологиялық жағдай маңызды факторлардың бірі. Ол туристің саяхат, демалыс, қонақжайлылық

атмосферасын, қауіпсіздік пен пайдалы сауықтыру әсерін сезіну арқылы тілектерінің орындалуына қаншалықты қанағаттанғанын анықтайды.

Туризм саласына экономикалық және қаржылық факторлардың (экономикалық және қаржылық жағдайдың өзгеруі, тұрғындар табысы мен жұмыссыздық деңгейі тәрізді) ықпалы туризмнің даму үрдісі мен аймақ (ел, әлем) экономикасының арасында тығыз байланыстың болуымен түсіндіріледі. Әдетте, экономикасы дамыған аймақ саяхат нарығында өз азаматтарының туристік сапарларының саны бойынша алғы қатарда болады. Зерттеулі саланың материалдық-техникалық базасы мен инфрақұрылымының даму деңгейі аймақтың экономикалық жағдайына байланысты болады.

Әлеуметтік факторлардың ішінде ең алдымен халықтың бос уақытының артуын (жұмыс уақытының қысқаруы, жылдық демалыстардың ұзақтығының өсуі) атап өту қажет, бұл өмір сүру деңгейінің өсуімен қатар жаңа дәулетті туристердің келуін, олардың білім, мәдениет, эстетикалық қажеттіліктері деңгейінің артуын көрсетеді. Қазіргі уақытта демалыс мерзімін бөліп беру үрдісі орын алғандықтан, аймақта туризмді дамыту бағдарламасын құру үшін әртүрлі әлеуметтік топтардың жалпы бос уақытын, бюджетін, ол уақыттың құрылымын (апта күні, маусымдық белгі, бос уақыттық қызмет түрлері бойынша), нақты және әлеуетті туристік қызмет тұтынушының құндылық бағдарын және динамикасын білу өте маңызды.

Туризмнің дамуына демографиялық факторлар (халық саны, жыныстық-жастық құрылым, отбасылық жағдай, урбанизация, мамандардың біліктілігі, жергілікті халықтың қонақжайлылығы және т.б.) тұрақты ықпал етеді. Белсенді туризм нысандарына 18-30 жастағы тұлғалар көбірек бейім. Алайда адамдардың жалпы туристік ширақтығы 30-50 жас аралығындағы азаматтардың арасында байқалады.

Туризмнің тұрақты дамуына саяси-құқықтық факторлар: аймақ, ел, әлемдегі саяси жағдай, ашық шекара саясаты, туризм саласында әкімшілік бақылауды жұмсарту, салықтық және ақша саясатының тұрақтылығы едәуір ықпал жасайды. Мысалы, Израиль-Палестина дауы Таяу Шығыстың көптеген елдерінде туризмнің дамуына теріс ықпал етуде.

Туризмнің дамуына, сонымен қатар, ғылыми-техникалық үрдіспен байланысты техника-технологиялық факторлар да ықпал жасайды. Қызмет түрлерін жетілдіруге және жаңа түрлерін өндіруге (көлік құралдарының жылдамдығы мен жайлылығын, тасымалдау қауіпсіздігін арттыру және т.б.) мүмкіндіктер жасалуда. Бүгінде ақпараттық технологияларсыз жаппай туристік саяхаттарды ұйымдастыру мүмкін емес.

Туризмге ықпал жасаушы *ішкі факторлар* – тікелей туризм саласында құрылатын және әрекет ететін факторлар. Оларға орналастыру, тасымалдау құралдарын, қоғамдық тағам кәсіпорындарын, рекреациялық саланы, бөлшек сауданы және т.б. дамытумен байланысты материалдық-техникалық факторлар, сонымен қатар:

- туристік өнімге сұраныс, ұсыныс және оны тарату;
- нарық бөлшектенуінің тереңдеуі;
- туристік қызметті үйлестіру рөлінің күшеюі және монополиялану үрдісін шектеу;

- бұқаралық ақпарат құралдары мен әдістерін және өндірулі турөнімдерді жылжыту, жарнамалау және жүзеге асыруда қоғаммен байланысты жетілдіру;

- туризм мамандарының кәсіптік деңгейін арттыру;

- дербес туристік бизнестің басым дамуы.

Жоғарыда келтірілген факторларды *экстенсивті және қарқынды деп бөлуге болады*, олар, өз кезегінде, зерттеулі саланың дамуына оң және тежеуші (теріс) ықпал жасауы мүмкін.

Экстенсивті факторларға жұмысшылар санының өсуі, шаруашылық айналымға тартылатын материалдық қордың көбеюі, қолданыстағы туризм нысандардың техникалық деңгейіндей жаңа нысандар салу жатады.

Қарқынды факторлар—персоналдың біліктілігін арттыру, кәсіптік-біліктілік құрылымды дамыту (ғылыми-техникалық үрдіс жетістіктері мен нәтижелерін енгізу, сонымен қатар, қызмет ету мәдениеті мен сапасын арттыру бойынша мақсаттық бағдарламаларды жүзеге асыру, материалдық қор, нысандар мен бағдарларды индустрияландыру, технологияландыру және компьютерлеу, тиімді пайдалану негізінде материалдық базаны техникалық жетілдіру).

Тежеуші (көбіне сыртқы) *факторларға* экономикалық дағдарыс, саяси және қаржылық тұрақсыздық, инфляция, жұмыссыздық, қылмыстық жағдай, экологиялық жағдайдың жайсыздығы, туристік шарттылықтардың күшеюі және т.б. жатады.

Аймақта туризмнің дамуына ықпал жасаушы факторлардың ішінде *маусымдық факторы* ерекше орын алады. Маусымдық болып әдетте туристік ағындардың аздаған уақыт мерзімінде нақты жерлерге шоғырлану сипаты түсіндіріледі. Мысалы, Қазақстанның Жетісу аймағы үшін жоғары маусым болып шілде-тамыз айлары саналады, ол кезде елдің ең биік шыңдарына (Хан Тәңірі, Мәрмәр тау және т.б.). Коммерциялық өрлеулер ұйымдастыруға мүмкіндік болады. Қазақстанның ең биік шыңы - Хан Тәңіріне (6.995 м) өрлеу отандық туризм тәжірибесінде ең қымбат коммерциялық тур болып саналады.

Соңғы жиырма жылда шетелдік туристердің келу санының орташа жылдық даму қарқыны әлем бойынша 5,1%, ал валюталық түсімдер - 14% құрады. Егер 1950 жылы әлем бойынша туристер саны 20 млн., ал туристік индустрия айналымы 2,1 млрд АҚШ долларын құраса, Дүниежүзілік Біріккен Ұлттар туристік ұйымының мәліметі бойынша 2008 жылы әлем бойынша 846 млн. туристік саяхаттар орын алған, ал халықаралық туризмнің түсімі 733 млрд. АҚШ долларына жеткен. Және

2008 жылы халықаралық туристік саяхаттардың негізгі мақсаты (430 млн. немесе 51%) тынығу немесе сауығу болған.

Сонымен, адамзаттың туристік қызметінің басты қайшылығы формалды түрде тереңдеуде, оның екі қарама-қайшы факторлары одан өте ауқымды болып келеді. Және туризмнің барлық негізгі функциялары уақыт өте әлеуметтік маңыздылықтарынан айырылып қана қоймай, өздерінің Жер шары халқының өміріне тигізетін ықпалының тиімділігін арттырды.

Туристік қызметті зерттеулерді әдістемелік негіздеу, сөзсіз, туризмнің негізгі әлеуметтік функцияларын ғаламдық құбылыс ретінде философиялық тұрғыдан талдауды қамтуы тиіс. Негізгі функциялар тобын әлеуметтік-экономикалық және әлеуметтік-гуманитарлық функциялар құрылымы құрайды.

Әлеуметтік-гуманитарлық функциялардың екінші тобына танымдық, емдеу, әлеуметтік-байланыс, эстетикалық, эмоциялық-психологиялық, спорттық-сауықтыру, шығармашылық, қажылық және өзге функциялар кіреді. Бастапқы, алдымен ретсіз, содан кейін ұйымдастырылған саяхат әдістеріне сәйкес негізгі әлеуметтік қызмет ретінде **танымдық** қызмет саналады. Алайда, адамның тану технологиясы туристік саяхат барысында өзінің ерекшеліктеріне ие болады.

Осылайша, әлемдік табиғи және мәдени мұраға енгізілген туристік нысандар туралы жоғары дәрежелі мамандар оқыған көптеген дәрістерді тыңдауға болады. Мысалы, мысыр пирамидалары немесе Колорадо өзенінің Ұлы каньоні туралы. Алайда, бұл ақпарат ол нысандарды адамның туристік саяхат барысында көзбен көруімен салыстырғанда ашық және есте қаларлықтай қабылданбайды.

Дәрігерлердің заманауи зерттеулері адамның барлық ақпараттың 80% көру рецепторлары арқылы қабылдайтынын дәлелдеді. Философтар қазірдің өзінде көзбен шолып ойлаудың жоғары тиімділігі туралы жазуда. Көптеген психологтардың пікірінше көзбен шолып ойлау – бұл тек тікелей сезімдік бейненің ерекше нысаны емес, сөздің өзіндік мағынасындағы ойлау. Көзбен шолып ойлау маңызды байланыстар мен объективті ақиқат нысандары қатынастарының жалпыламасы, бейнесі болып саналады.

Бірқатар авторлар (Л.С. Выгодский, К. Бюллер, А.В. Славин, Б.А.Серебрянников) тек сөздер негізінде ойлау теориясына талас тудырады. Әрине, ойлау ең алдымен сыртқы және ішкі сөздер арқылы жүзеге асады, алайда ойдың барлығы сөзбен ашық пікір білдіру арқылы айтылмайды. Көзбен шолып ойлау нақтылық қасиетке ие, және сондықтан тек содан ғана (абстрактті ойлаудан емес) нысандардың болашақтың мақсатты бейнесіне сәйкес практикалық өзгеруіне көшуге болады.

Философтардың пікірінше, көзбен шолып ойлаудың гносеологиялық қызметі мынада:

ықтимал тіршіліктің құрылымдық-кеңістіктік және уақыттық сипаттамалары туралы ақпаратты көрнекі-пішінді өзгеріс арқылы алуда;

сыртқы ғаламның тікелей пайымы мен шындықтың абстрактік-логикалық бейнесі арасында дәнекер қызметін атқаруда, ол арқылы сезімдік пен рационалдық арасында диалектикалық бірлікке қол жеткізіледі.

Және де көзбен шолып ойлаудың әдістемелік қызметі – бұл жаңа әрекет тәсілдерін алдын ала болжау қызметі. Адам көзбен шолып ойлау арқылы оның істерінің мақсаты болып саналатын өзгерістер суретін салады, өз танымының ақырғы нәтижесінің идеал бейнесін құрады. Сонымен, көзбен шолып ойлау гносеологиялық және әдістемелік қызмет атқарады, білім мазмұнының объективтілік деңгейі артады, білімнің ақиқаттылығы тәжірибе жүзінде тексерілместен орнайды. Туризмнің танымдық қызметінің философиялық негізі дәл осыда. Сондықтан біз философтардың көзбен шолып ойлау мәселелері туралы зерттеулерінің әдістемелік негіздеріне сүйенеміз.

Жоғарыда көрсетілген авторлар объективтіліктің пәндік-практикалық қызметінің философиялық-әдістемелік көрсетілу ұстанымдарына сүйенеді. Объективтілік ұстанымы оның адекваттық және нақтылық талаптарымен жүйелілік ұстанымы арқылы көзбен шолып ойлаудың даму тарихын қарастыруға әкеледі. Жүйелілік ұстанымы көзбен шолып ойлаудың маңызы мен көрінісін жіктеуді, көзбен көрінетін тіршіліктің әртүрлі тұстарын және олардың бірлігін табуды, нысан мен мазмұнды, жекелеген элементтер мен барлық құрылымды ашуды қажет етеді. Сонымен қатар, ол сезімдік және рационалдықтың көрнекілік мәселесі мен ерекше бірлігін қарастыруға мүмкіндік береді.

Сонымен қатар, көзбен шолып ойлау мәнінің философиялық түсінігін қарастырып, біз **туризмнің бірінші – танымдық қызметінің** жүзеге асуының мазмұндық және әдістемелік жетілдірілу мүмкіндігіне ие боламыз. Келтірілген философиялық ұстанымдарды туристтік қызметті басқару мәселесін өздігінше зерттеу кезінде әдістемелік негіз ретінде қарастыра аламыз.

Туризмнің екінші маңызды қызметі болып, спорттық-сауықтыру саласы болып саналады. Сондықтан біз заманауи отандық адам денсаулығын философиялық деңгейде зерттеулердің қол жетімді әдістемелік жолдарын талдадық.

Мамандар қолданыстағы денсаулық сақтау жүйесі ауруды табуға, анықтауға және «жоюға» бағытталған деп санайды, сондықтан да заманауи отандық медицина алдағы болашақта адам денсаулығын сақтауға елеулі ықпал ете алмайды.

Сол себепті адам денсаулығын сақтаудың тиімдірек тәсілдері мен құралдарын табу, соның ішінде туристік қызмет құралдарымен табу қажеттігі туды. Адамдарды сауықтыру мәселесін шешу қоғамның басым міндеті болып саналатындықтан, бұл адам болмысының маңызды құрылымы ретінде денсаулық сақтауға әдістемелік және ұйымдастыру жолдарын құруға себеп болды.

Туристік қызметтің табиғи, туристік-рекреациялық қорларының әлеуетін (туризмнің сауықтыру қызметін жүзеге асыруда сұранымға ең көп ие) ескере отыра, адамның жаратылысы мен денсаулығы туралы барлық ұғым векторларының ішінде бізді ең көп қызықтырған зерттеудің табиғи-ғылыми және интеграциялы бағыты. Тиісінше, бізге бұл зерттеулердің әдістемелік негіздері өте маңызды саналды.

Табиғи - ғылыми бағыт аясында туризмнің сауықтыру қызметінің тиімділігін зерттеу үшін В.И. Вернадский, Г.И. Царегородцевтің жұмыстары үлкен қызығушылық тудырады. Бұл қатарда ең құнды болып тәжірибелі турист-дәрігерлердің фактологиялық материалдарын, эмпириялық және теориялық қорытындыларын санау қажет. Бұл қатарда жетекші маман ретінде медицина ғылымдарының докторы, профессор, КСРО туризм бойынша спорт шебері, білікті дәрігер, тамаша спортшы Ю.Л. Шальковты санауға болады. Ол көптеген жылдар бойы спорттық туризммен айналысады, осы уақытқа дейін көптеген туристік қызмет ұйымдастырушылар үшін нұсқаулық болып саналатын «Туристің денсаулығы» кітабын жазып шығарды. Кітапта туризм адам денсаулығына тигізетін ықпалы арқылы қарастырылады, дене белсенділігінің адам организміне жайлы әсер ету механизмдері ашылады. Туризмнің сауықтырулық маңызын мақсатты бейнелеу тиімді әрекеті жасалынды. Кітап, ең алдымен, өз денсаулығын ойлайтын, бірақ туризммен айналысудың пайдасын әзірге білмейтін бастаушы (немесе ықтимал) туристтерге арналған. Сонымен қатар, кітап материалы туризм индустриясының тұрақты дамуын стратегиялық және ағымдық жоспарлаумен байланысты теориялық зерттемелер жасауға мүмкіндік береді.

Интеграциялық бағытта адам жаратылысы мен денсаулығын түсіну векторы Ю.Г. Волков, Е.А. Когай, Н.И. Моисеева, В.М. Розин, С.А. Франк, М. Шелер, Б.Г. Юдин және Э.С. Демиденконың еңбектерінде қарастырылған. Көрсетілген екі бағыттың, адам денсаулығы мәселелерін зерттеуші мамандар тарихи әдіс, жалпы ғылыми талдау және синтездеу әдістері, жүйелеу әдісі, тарихи және тиімді қайта құру әдістері, жүйелік әдістер енген әдістемелік жиынтықты қолданған.

Тарихи әдіс әртүрлі философия өкілдерінің тұжырымдамаларында денсаулық мәселесінің болуын зерттеу үшін қажет. Денсаулық мәселесін философиялық-антропологиялық мәселе ретінде қарастыру қажет, оның тұрпаттық сипаттамаларын анықтау қажет, бұл тарихи қайта құру әдісіне жүгінуді қажет етеді. Бұл әдістің ұстанымдарына сәйкес әртүрлі ойшылдардың көзқарастары тарихи-мәдени оқиғалар, ойлау стилі мен нақты философиялық мәселелердің өзектілік деңгейі контекстінде зерттелуі мүмкін.

Ұтымды қайта құру әдісі философиялық ойдың әртүрлі тарихи құрылу сатыларының өкілдері арасында жалғастырушылық ұстанымын қамтамасыз ету үшін қажет. Ұтымды қайта құру әдісіне сәйкес өткен шақ

мәселенің қазіргі күйіне жақындау түрінде суреттеледі. Сондықтан тарихи және ұтымды қайта құру әдістерін үйлестіру қажет. Денсаулық мәселесі философиялық антропологияда айрықша болып саналмайды, сондықтан жалпы философиялық антропологияда негізгі денсаулық мәнісін анықтау үшін құрылымдық-функционалдық әдіс қолданылады.

Туризм саласында адамдық факторды қайта өндіру үдерісі сала жұмысшыларын оқыту және біліктіліктерін арттыру, олардың моралдық, материалдық және мәдени мұқтаждықтарын қанағаттандыруда. Тек осындай шаралар қызметкердің өзінің және әріптестерінің алдында білікті, беделді болуына, өзінің шығармашылық қабілетін жүзеге асыруға, мансабының және жеке әл-ауқатының өсуіне, еңбек нарығында бәсеке қабілетті болуына мүмкіндік береді. Бұл жұмысшының өзі үшін, және жалпы кәсіпорын үшін өте маңызды және туристік қызметтің сапасына оң ықпал етеді. Сала өкілдерінің жоғары кәсібилігі туристерде саяхатқа (күткенге) дейін және одан кейін (көзбен көрген аттракторларды бағалауда) ерекше туристік әсердің қалыптасуына ықпал етеді.

Туризмнің тұрақты дамуының келесі маңызды мәні болып туристік қорларды мемлекеттік және аймақтық деңгейде анықтау және құрылымдау қажеттілігі саналады. Кез келген аймақ әлеуметтік - экономикалық, саяси, техникалық және экологиялық сипаттағы тиісті жағдайлар болған жағдайда қандай да бір дәрежеде туристік мақсатта қолданылуы мүмкін қорларға ие. Аймақ – бұл төлтумалық (табиғи-географиялық, тарихи-мәдени, ұлттық және т.б.), сондықтан оны базалық туристік қор ретінде қарастыру қажет. Алайда саланың әрбір аймақтағы қорлық орны олардың сандық және сапалық сипаттамаларының әртүрлі болуы себепті бір бірінен ерекшеленеді. Сондықтан оларды анықтау, зерттеу және бағалау аймақта жергілікті туристік өнімнің дамуын және қалыптасуын жоспарлауда өте қажет саналады. Саланың аймақтық басым немесе екінші дәрежелі даму бағыты ретінде саналуы туристік қорлардың сипаты, құндылықтары, саны және қол жетімділігіне байланысты.

Туристік қорлардың функционалдық мақсаты - туристердің рухани қажеттіліктерін (жаңа білім алу, мәдениет орындарына бару және т.б.) қанағаттандыру және күштерін қалыпқа келтіру. «Қажеттіліктер» ұғымы адам мен қоғамның объективті табиғи және әлеуметтік жағдайын, тіршілік ету және даму факторы мен құралдарын сипаттайды. Қажеттіліктерді өтемей туризм саласы жұмыс істемейді.

Қоғам дамыған сайын қажеттіліктер өсіп, олардың құрылымы өзгереді, жана сұраныстар туып, ескілері жойылады. Экономикалық әдебиетте бұл үрдіс қажеттіліктердің өсу заңында тұжырымдалған. Қажеттіліктердің өсуі өндірістің мүмкіндіктерін басып озуда және нақты тұтыну деңгейімен сәйкес емес. Дәл осы жағдай қоғамның, соның ішінде туризмнің қозғаушы даму күші болып саналады.

Туристердің сұранымдарын қанағаттандыру үшін қорларды ұтымды түрлендіру аймақтың экономика механизмі арқылы жүргізіледі. Бұл өзара

әрекеттің ерекшелігі тікелей және кері байланыстардың болуында: қорлар қажеттіліктерді қанағаттандырады, ал туристердің қажеттіліктері нақты қор түрлері мен қасиеттерін анықтап, пайдалануды қажет етеді.

Бұл жерде (бұл жүйеде, бұл механизмде) уақыт факторы өте маңызды саналады. Оны жеткілікті ескермеу барлық қорлардан айырылуға, тікелей шығынға, сатып алынған туристік қызметтерге (турға) көңіл толмаушылыққа әкеліп соқтырады. Қызметтің уақытылы көрсетілмеуі (рейстің кешігуі) турфирмаға материалдық, ал туристерге моральдық шығын (турға көңіл толмау) әкелуі мүмкін. Және көрсетілетін қызметтердің уақыт бойынша келісілуі ғана оң нәтиже береді.

Туризм тұрақты экономикалық қызмет саласы ретінде туристердің қажеттіліктерін қанағаттандыруға потенциалды қабілетті қорларды мақсаты бойынша және орынды пайдалануға негізделеді. Аймақтың туристік қорларының объективті ерекшелігі болып оларды тек туристтер ғана емес, сонымен қатар, өзге тұтынушылар, соның ішінде жергілікті халықтың да пайдалануы саналады.

Туристік сұранысты толық қанағаттандыру қорлардың жайлылық, сыйымдылық, пайдалану орындылығы, кешенділік тәрізді арнайы белгілерімен айқындалуы мүмкін.

Жайлылық деп туристік қорлардың туристердің оларға қызмет көрсету барысындағы немесе саяхат барысындағы эстетикалық, психологиялық, ақпараттық, тұрмыстық және өзге талаптарына сәйкес келу деңгейі жатады.

Әртүрлі туризм объектілерінің арнайы әдебиеттерде қабылданған сыйымдылық анықтамасына сәйкес **туристік қорлардың сыйымдылығын** қорлардың тиісті уақыт ішінде мүмкіндігінше көп адамдарға толық (қабылданған номалар мен талаптарға сәйкес) қызмет көрсету қабілетінің көрсеткіші ретінде сипаттауға болады.

Туристік қорларды орынды пайдалану –бұл туристік қорларды аймақтың өзге қызмет түрлерімен салыстырғанда туризм саласы пайдаланудан түсетін экономикалық және (немесе) әлеуметтік пайдасы.

Кешенділік бір қорлардың туризмнің әр түрінде пайдаланылуын және де бір туризм түрінің әртүрлі қорларды қолдануын білдіреді.

Қорлар туристік қызмет үдерісі барысында сипаттары бойынша әртүрлі қолданылуы мүмкін. **Біріншіден**, қорлар табиғат аясы, тарихи және мәдени ескерткіш ретінде көзбен көруге немесе эмоциямен сезінуге жатады. **Екіншіден**, қорларды пайдалану олардың ішінара шығындануына, сол арқылы өзгеруіне не нашарлауына (оған демалушылар мен экскурсанттар баратын табиғи бақтар мысал бола алады), немесе тікелей шығындалуына (саңырауқұлақтар мен жидектер теру, балық аулау, аң аулау және т.б.) әкеліп соқтырады.

Нақты қор (қызмет) кешеніне негізделген турөнімді сатып алу арқылы адам мол ақпарат, жайлы эмоция алып, таңдаған демалыс түріндегі өз қажеттілігін қанағаттандырғысы келеді. Туристік қорлардың қалыптасу

және пайдаланылу процесінің негізі – туристік ықылас (әлі көрмеген нәрсенің елестету) және туристік әсерлер (көрген нәрсенің әсері). Бұл жерде соңғысы (әсер) - тек психоэмоциялық емес, сонымен қатар, экономикалық фактор. **Біріншіден**, адам тұлға бойынша қалыптасқан деңгейден төмен емес әсер алу үшін ақы төлейді. **Екіншіден**, саяхатқа көңіл толмау (алынған әсердің жұмсалған шығынға сәйкес келмеуі) – туристік ағындарды төмендететін ең күшті кері жарнама. **Үшіншіден**, туристік маркетингке, туристік инфрақұрылым объектілерін, соның ішінде аттракторларды салуға және олардың жұмыс істеуіне жұмсалатын шығын ең алдымен клиенттердің оң және күшті әсер алуларына бағытталады. Тіпті саяхат бағдарламасы өте жақсы ұйымдастырылған кезде де, көбіне ұйымдастырушыларға қатысы жоқ және төтенше оқиға саналатын болмашы жағдай туристің демалыс туралы жалпы әсерін бұзып жіберуі мүмкін.

Сонымен, туристік қорлар адамдардың қажеттіліктерін қанағаттандыру мақсатында туристік пакеттерге жинақталатын, туристік жүйені құрайтын әртүрлі аттракторлар мен қызмет көрсету объектілерінің сипаттық жиынтығын білдіреді. Аймақтың туристік қорларын үш топқа бөледі: табиғи, табиғи-антропогендік және антропогендік. Табиғи-антропогендік және антропогендік қорлар (олардың туристермен пайдаланылу мүмкіндігі бойынша) шексіз емес. Олардың нақты көлемі (әлеуетті қоры), пайдалану уақыты, пайдалану шарты және құны бар. Сапалық тұрғыда бұл қорлар әртүрлі және жіктеледі.

Туристердің қажеттіліктері серпінді болатындықтан (уақыт және кеңістік бойынша өзгереді) туризмнің жұмысын және дамуын, клиенттердің сұраныстарының өзгеруін, қорлардың қолданылу сипаты мен тиімділігін бақылап отыру қажет. Мұндай талдау өзекті қажеттіліктерді уақытылы анықтауға, турлардың жоспарлық бағдарламаларын түзетіп, жаңаларын енгізуге мүмкіндік береді. Жоғарыда келтірілген құрылым аймақтың біртекті қорларын тиімді пайдалануды жоғары нақтылық деңгейінде болжауға мүмкіндік береді.

Жүйелі мәнге сәйкес саланың даму мәселесін жүйенің қалаулы күйі (туристің мақсатына жетуі) мен нақты күйі арасындағы айырма ретінде сипаттауға болады. Басқаша айтқанда, клиенттің сұранысын қанағаттандыру қормен қамтамасыз ету мәселесін тиімді шешумен байланысты. Қорлар сипаттары бойынша иерархиялық түрде құрылатындықтан, туризмді олармен қамтамасыз ету мәселесін аймақтың өз деңгейінде және оның аумағындағы әр кәсіпорынның (қонақ үй, мейрамхана, турфирма және т.б.) деңгейінде қарастыру қажет.

Туристердің аймақ деңгейінде тұтынатын тауарлар мен қызметтің нысаны мен сипатына сәйкес туристердің мақсатын айқындайтын аттракторлардың күйі мен қол жетімділігі, сала кәсіпорындарының (фирмалар, қонақ үйлер, мейрамхана және дәмханалар, көлік, сувенир бұйымдарын өндірушілер, ақпараттық және қаржылық-несиелік мекемелер

және т.б.) қуат тапшылығы тәрізді мәселелерді ерекше атап өту қажет. Егер қор-қаржы мәселесі аймақ деңгейінде ауқымды болса, кәсіпорын дейгейінде олар басқаша, бірақ ол мәселелер одан маңызы төмендемейді, себебі аймақтық туристік нарық осы кәсіпорындар көрсететін қызметтерден құрылады. Бұл жерде еңбек қоры тапшылығын (саны, кәсіби дайындық, еңбекті ұйымдастыру), қаржылық, ақпараттық қор тапшылығы мәселелерін, негізгі қор ретінде пайдаланатын ұйымдар үшін шикізат пен материалдардың тапшылығын, қызметтерді келісусіз көрсету (уақыт факторы) атап өтуге болады. Көптеген турфирмалардың қолдарында жеткілікті қаржы болмау себебінен экскурсия жүргізу үшін автобус сатып ала алмайды. Олар көбіне қажетті қорды сатып алу үшін жекешеленуі және жабықтығы себепті, өзара мүдде аясындағы ынтымақтастық жолдарын іздемеу және т.б. себептермен өзге турфирмалармен біріге алмайды. Қазақстанның кейбір аймақтарында осы күнге дейін интернетке қосылу мүмкіндігі жоқ, қалааралық және халықаралық байланыс тұрақты емес (немесе байланыс пункттері жеткіліксіз).

Сонымен, зерттеулі салада қорларды жоспарлау демалу қажеттілігін қалыптастырудан және бұл қажеттіліктерді зерттеуден бастап туристерді жоғары деңгейде қанағаттандыратын аттрактор-нысандарды (туристік аттрактивтілікті – тартымдылықты қалыптасқан туристік ұсыныс ретінде) құруға дейін қамтиды.

Қор - қаржының болуы – туризм саласы кәсіпорындарының қызметі үшін міндетті шарт, игілік құру және қажеттіліктерді қанағаттандырудың (мақсатқа жетудің) бастапқы және негізгі шарты. Мақсат болмаса, қор да болмайды.

Аймақта туризмнің дамуын жоспарлау негізгі көптеген жоғары негізділік, анықтық және айқындықты қажет ететін ұқсас стратегияларды құруды қажет етеді. Бұған мәселерді жүйелеу, құрылымдау және қисынын ашу әдістері және ол мәселелерді алынған нәтижелерді мұқият өлшеп, салыстыру негізінде шешу тәсілдері арқылы қол жеткізіледі. Бұл жағдайда жоспарлау норма, нормативтер құрумен, алынған нәтижелерді олармен салыстырумен байланысты процедуралар жатқан үдеріс ретінде қарастырылады.

Сонымен қатар, нормалар функционалды түрде ұйымдастырушы, реттеуші, бақылаушы және ынталандырушы негізге ие. Сондықтан да оларды сақтау өндірістің тиімділігін және әлеуметтік сипаттағы талаптардың (мысалы, туристердің тиісті қауіпсіздік деңгейін, еңбек жағдайларын, туристік қызмет сапасын, елдің экономикалық саясатын қамтамасыз ету) жүзеге асуын қамтамасыз етеді.

Норма (латынша. norma — үлгі) деп «заңдастырылған ереже, міндетті деп танылған тәртіп, немесе нормативтік қор жұмсау, табыс, пайда табу, уақыт жұмсау, өнім өндіру деңгейін анықтайтын белгіленген шама» ретінде түсіндіріледі.

Туризмде нормалау туристік өнім, жұмыс және қызметке нарықтық сұранысқа, бағаға және ұсынысқа байланысты, және шығындар мен нәтиже арасындағы өзара әрекет деп, яғни сала нарығындағы жағдайды бекітеді деп есептеледі. Мұндай шектеулі баға туризм саласының тиімсіз жұмыс істеуіне, пайданың болмауына және өзге теріс салдарға әкеліп соқтырады. Салада қолданылатын нормалар мен нормативтер туралы ұғымды кеңейту туризмнің барлық қызмет түрлерін және де сыртқы байланысты қамтитын аумақтық саласын жүйелеуге мүмкіндік береді.

Туризмде норма деп туризм жүйесі элементтерінің арасында қызмет өндіру, тарату, алмасу және тұтыну барысында туатын қатынастарды реттеу үшін орнатылған сандық немесе сапалық тұрғыда белгіленген шама танылады. Ал норматив деп салада объективті түрде өтетін экономикалық, әлеуметтік, экологиялық және өзге үдерістердің терең мағынасын ашатын мақсаттық (жалпылаушы) көрсеткіштері айтады. Сонымен, нормалау нақты аумақта туризм саласын басқару аясында қолданылатын нормаларды қалыптастыруды білдіреді. Ұғымдардың бұл берілген түсініктері саланы дамыту мақсатына:

- адамның тәндік және рухани қажеттіліктерін қанағаттандыруға;
- саланың қорларды тиімді пайдалануы және әр өндіріс сатысында шығындарды қысқартуы арқылы тұрақты жұмыс істеуін қамтамасыз етуге;
- туристік қызметті жекелеген кәсіпорында және жалпы туристік кешен бойынша тарату, алмастыру және тұтынуға қол жеткізу барысында маңызды бағдар болып табылады.

Қазіргі уақытта көптеген аймақтық құқық субъектілері алдында туризм туралы заңдарды саланың дамуын жоспарлау негізі ретінде орындау және тиімді қолдану міндеті тұр. Өз кезегінде, мемлекеттік реттеу индикаторы ретінде мемлекеттік статистика көрсеткіштері қызмет етуі тиіс.

Туризм теориясында зерттеу субъектісі (турист) деп біз өзінің рекреациялық қажеттіліктерін қанағаттандыратын және ерекше сипаттар, физиологиялық, психологиялық күйлер және әлеуметтік-экономикалық мүмкіндіктер жүйесімен сипатталатын адамды қарастырамыз. Сонымен қатар, «туризм субъектісі» ұғымын туризм және туристік қызмет ұғымдарымен тығыз байланыста қарастыру қажет.

Қолданыстағы заңнамаға сәйкес - турист – бұл туристік - рекреациялық қызметтерді тұтынушы, яғни туризм мақсатында саяхат жасайтын адам.

Қазіргі уақытта туризм анықтамасы көпмәнді. Адам әрқашан саяхаттайды. Саяхаттың мазмұны, сипаты, ұзақтығы және т.б оның мақсатына, қатысушылар құрамына, уақытына және жеріне байланысты болады. Саяхаттар туризмнің құрылуына негіз болды. Туризм айрықша әлеуметтік-экономикалық және мәдени феномен ретінде тек соңғы уақытта (индустриалдық кезеңнің өзінде) пайда болды және сандық және сапалық

тұрғыда саяхаттарға айналды. Қазіргі уақытта саяхат туризмнің маңызды, бірақ жалғыз емес, және кейде басты да емес, элементі болып саналады.

Ұзақ уақыт бойы туризм адамдардың тұрақты тұрғылықты жерлерінен уақытша болатын елге (жерге) сауығу, тану, кәсіптік-іскерлік, спорттық, діни және өзге мақсаттарда ақылы қызметпен айналыспай уақытшашығулары ретінде қаралып келді.

Әлемдік туризм бойынша Манил декларациясына сәйкес, «туризм – бұл қандай да бір аудандарды, жаңа елдерді тану мақсатында жасалатын және бірқатар елдерде спорт элементтерімен ұштасатын саяхаттар түріндегі белсенді демалыс түрінің бірі». Қазіргі уақытта туризм тұжырымдамасы едәуір кеңейді. Оған іскерлік және білім алу саяхаттарын, ел немесе тұрғылықты аймақ ішіндегі саяхаттарды (ішкі туризм), экскурсияларды –яғни туристтік орталықтарда тұрақты түрде тұрмайтын саяхаттарды жатқызады.

Туризм көпмәнді құбылыс ретінде көптеген қызметтерді атқарады, оларды бірнеше үлкен топқа бөлуге болады.

Әлеуметтік-гуманитарлық қызметтер:

- таным-білімдік қызмет –жаңа білім алу және білімін толықтыру, өз елі мен аймағының және де шет елдер мен халықтардың табиғатымен, тарихымен және мәдениетімен танысу;

- тәрбиелік қызмет, яғни саналы, өнегелі және эстетикалық қасиеттерді, қоршаған тіршілікке ұқыпты қарауды қалыптастыру;

- мәдени қызмет –азаматтардың мәдени деңгейін көтеру;

- сауықтыру -релаксациялық қызмет – ағзаның физикалық, ақыл-ой, психикалық, эмоциялық күйін қалыпты ұстау және қалыпқа келтіру, бейімделу мүмкіндіктерін дамыту және еңбекке қабілеттілікті қалыпқа келтіру үшін табиғи факторлардың жайлы ықпалын пайдалану;

- спорттық қызмет –жалпы физикалық дайындықтың нығаюына, дене белсенділігі мен денсаулық күйінің артуына ықпал жасайтын туристік техника бойынша арнайы дайындық.

Әлеуметтік-экономикалық қызметтер:

- бос уақытты тиімді өткізу;

- халықты жұмыспен қамту;

- жұмысшылардың өмір сүру деңгейін көтеру – экономиканың маңызды тұрақтану және даму факторы.

Туризм әлемдік экономиканың бірінші орындарының бірін алады. Кейбір елдерде ол ұлттық табыстың негізгі статьясын құрайды. Сарапшылардың болжамынша, ХХІ ғасырда туризм даму қарқыны бойынша әлемдік экономиканың ең перспективті салаларының бірі болады. Туризм, сонымен қатар, ең маңызды жұмыс орындарын құру көздерінің бірі болады. Кейбір елдерде бұл салаға еңбекке қабілетті тұрғындардың 10% дейін қамтылған.

Қазіргі уақытта, **туризмнің көптеген жіктемесі бар.** Оның негізіне салынған **факторларға байланысты туризм келесі түрлерге бөлінеді:**

1) **бағыттылығы бойынша** - халықаралық (келу және шығу туризмі) және ішкі;

2) **сипаты бойынша** – ұйымдастырылған және өздігінше;

3) **ұзақтық мерзімі бойынша** – қысқа мерзімді және ұзақ мерзімді (бір күндіктен көпкүндікке дейін);

4) **қозғалу қашықтығы бойынша** – жақын және қашық;

5) **туристтер саны бойынша** - ұжымдық (топтық) және жеке;

6) **қозғалу тәсілі бойынша** – жаяу жүргіндік, велосипедтік, атты (және де өзге жануарлардың – ит, бұғы, қодас, түйе, қашыр және т.б. көмегімен қозғалу), шаңғылық, автомобильдік, мотоциклетті, авиациялық, паромдық, теңіз, өзен кемелері мен жүзу құралдарында (яхта, сал, байдарка, каноэ және т.б.), кешенді (бағдарда екі және одан көп қозғалу тәсілін қамтитын) туризм;

7) **бағдар сипаты бойынша**- спелеотуризм, таулық, сафари, теңіз және өзен регаттары, тау өзендері бойынша жүзу және өзгелері;

8) **мақсаты бойынша** –мәдени, білімдік, экологиялық, спорттық, сауықтыру, рекреациялық;

9) **қатысушылар құрамы бойынша**- балалар, жастар, жастық топтарға арналған–немесе «үшінші жас» туризмі, кешенді.

Соңғы онжылдықта туризмнің жаңа түрлері пайда болды: іскерлік, интенсив-туризм, конгресстік, клубтық, корпоративтік, таймшерлік, элитарлы, этномәдени, экстремалды.

Туризм қазіргі уақытта бүтін жүйені құрайды және маңызды құрама элементтерді қамтиды. Оларға мыналар жатады:

туризм субъектісі - Қазақстан мен шетелдердің азаматтары, туризм мен саяхаттарды ұйымдастырушы қоғамдық, мемлекеттік және жеке кәсіпорындар;

туризмге қатысушы – яғни туризм жүйесі құрған өнімдер мен қызметтерді тұтынушы клиент;

туризмді ұйымдастырушы – туристік қызметті, турөнімді құру, жылжыту және сату бойынша бағдарламаларды жоспарлаушы және жүргізуші заңды тұлға (мемлекеттік, жеке кәсіпорын немесе ұйым), немесе жеке тұлға (жеке кәсіпкер).

Туризм ХХІ ғасырда жаңа даму сатысына енді. Ол әлемдік экономиканың, әлеуметтік-мәдени және өзге салалардың дамуында елеулі орын ала бастаған сайын, адамзаттың жалпы әлемдік даму үрдісіндегі рөлі одан бетер маңыздырақ бола түсті. Осыған сәйкес оның негізгі мақсаттары да өзгеруде. Заманауи туризмнің негізгі мақсаттарына мыналар жатады: жаңа даму, басқару және шаруашылық жүргізу үлгілері; адам қорын тиімді пайдалану; адамның және жергілікті қауым, аймақтық және аумақтық органдар мен туристік ұйымдардың ролін арттыру; қаржылық, экономикалық және әлеуметтік қиындықтарды жеңу; бос уақытты өткізудің жаңа нысандарын ұйымдастыру; жаңа экономикалық басқару; туризмдегі гуманитарлық және әлеуметтік қатынастарға қатысты

тұжырымдамалары, экологиялық бағдарларды зерттеу; техникалық ынтымақтастық және өзге бағдарламаларды жүргізу және т.б.

Соңғы онжылда біздің елімізде үкіметтік емес ұйымдардың қызметіне және мемлекеттік-жеке әріптестікке баса назар аударылып келеді. Туризм саласындағы мамандарды кәсіптік деңгейі және қызмет түрі бойынша біріктіретін қоғамдық ұйымдар, федерациялар мен ассоциациялар (Қазақстандық туристік ассоциация, Қазақстандық қонақ үйлер мен мейрамханалар ассоциациясы, Қазақстан туристерінің Одағы,

Қазақстан Республикасының спорттық туризм Федерациясы және өзгелер) құрылды. Мемлекеттік құрылымдар мен туристік қоғамның біріге атқарған қызметі арқасында ұлттық табиғи саябақтар мен қорықтарда перспективті туризм түрлері дамыды. Наурызым және Қорғалжын қорықтары бірегей табиғат ескерткіштері ретінде (ЮНЕСКО-ның әлемдік мұра нысандарына жатқызылған) экологиялық туризмнің бірегей нысандары болды. Қожа Ахмет Яссауи мавзолейі, «Алтын адам», «Берельдегі патша өкілдерінің қабірлері» және Таңбалы шатқалындағы тасқа салынған суреттер туристер баратын тартымды және мәдени-танымдық туризмнің дамитын жерлері болып саналады. Бұл ескерткіштер ірі мәдени әлеует және Қазақстан және барлық әлемдік өркениет үшін маңызды болып саналады. Туристік қоғамның жергілікті көрнекті жерлерді туристік үрдіске енгізуге қатысуы бүкіл әлемде әйгілі және сұранысқа ие болып жатқан экологиялық, мәдени және танымдық туризмнің дамуына түрткі болатынын атап өту қажет.

Бұл феноменнің тағы бір маңызды тұсы бар – бұл құндылықтарды білім беру және тәрбиелеу үрдісінде қолдану. Қазіргі кезде ұлттық идеяны табу мәселесі өте өткір болып тұр. Өткенімізді зерттеу және бізге дейін өмір сүрген жүздеген ұрпақтың тәжірибесі мен жетістіктерін қолдану бұл мәселені шешуге көп мүмкіндік береді деп саналады.

Қазіргі заманның өткір мәселерінің бірі – рекреация мәселесі. Рекреациялық қызмет – бұл адамның бос уақыттағы, дене және психикалық күшін қалыпқа келтіру, және жан-жақты даму мақсатында атқаратын, өзге қызметтермен салыстырғанда адамдардың іс-әрекетінің әртүрлілігімен және өздігінше құндылығымен сипатталатын құбылыс.

Туризм бос уақытты тиімді пайдаланудың ең әмбебап құралы ретінде адам мен қоғамның, адам мен табиғаттың үйлесім табуына ықпал жасауы мүмкін. Негізгі туризм нысандары болып, әдетте, курорттар, табиғи, археологиялық, тарихи және мәдени мұралар саналады. Олар аймақтардағы тұрақты және айтарлықтай табыс көзі болып саналады, жұмыс орындарын құру мәселесін шешеді, шағын отанды тануға ықпал болады.

Сонымен, жергілікті туризм деңгейінің көтерілуі бюджетті едәуір көтеріп қана қоймай, жастар арасында отан сүю сезімін тәрбиелеуде маңызды рөл атқарады және біздің елдің аймақтарының табиғи, тарихи және мәдени мұрасына назар аудартады. Бұл қойылған міндетті – ішкі

туризмді дамытуды орындау үшін жаңа және заманауи жұмыс нысандарын құрып, өмірге енгізу қажет. Туризмдегі перспективті бағыттардың мұндай негізгі міндеттерінің бірі – оны тұрақты дамыту бірегей стратегиясын құру, сипаты мен қабылдау деңгейі бойынша әртүрлі тартымды, туристік объектілерді көбірек қамту. Бүгінде отандық туризм бөлшектердің өзара әрекеті біртұтасты қалыптастыратын, өзарабайытушы, реттелген жүйе түрінде болуы тиіс.

Туризм теориясында зерттеу нысаны ретінде біз туристік қызмет пен туристік өнімді қарастырамыз. Туристік қызмет – жеке және заңды тұлғалардың туристік қызмет көрсету бойынша кәсіпкерлік қызметі.

Туристік өнім ретінде (туризм теориясын зерттеу нысаны ретінде) туристік қызметтер (немесе адамдардың негізгі қажеттіліктерін өтейтін бағдарламалар, бағдарлар) жиынтығы түсініледі. Қандай да бір еңбек (негізгі қызмет) нәтижесін белгілейтін негіздік дәреже болып нарықта сатуға ұсынылатын және жекелеген адамның не әлеуметтік топтың қандай да бір қажеттілігін қанағаттандыратын *тауар* саналады.

Туристік салада тауардың негізгі нысаны болып турөнім – туристке оның қажеттілігін қанағаттандыру үшін ұсынылатын заттық емес (қызмет түріндегі) және заттық (тұтыну өнімі) тұтыну құндарының жиынтығы саналады, яғни туристік өнім–бұл туризмге еңбегін салу арқылы құрылған және турист саяхат барысында алған тұтынулық құндар кешені.

Өндірістік тұрғыдан туристік өнім сатуға арналған тауарлар мен қызметтің нақты саны мен сапасының жиынтығы. Нарықтық экономика жағдайында туристік ұйымдар жаңа өнім мен қызметті және онымен байланысты пайданы жасап шығару қажеттілігін тереңірек сезінуде. Халықаралық сарапшылар болашақта туристік салада пайда мен қаржылық табыстың болатынын болжауда, тек жаңа технологиялар мен әзірлемелер құру қажет. Жаңа туристік өнімнен түсетін болашақ түсімді анықтау инновациялық менеджменттің міндеті.

Бұл туристік фирмалардың инновациялық үрдістерді тиімді ұйымдастыру негізінде мақсаттарына жетуге арналған әлеуметтік-экономикалық қызмет түрі. Сонымен қатар, инновациялық менеджмент қолда бар қорлардың барлығын нақты және сауатты қолдану және жаңа жұмыс нысандарын міндетті түрде енгізуді білдіреді.

Инновациялық менеджер көптеген ұйымдар мен адамдарды туристік қызметті жаңартуға ықпал жасауы және біріктіруі, мақсатқа – инновацияларға қол жеткізу үшін қажет, жеткілікті экономикалық жағдай мен ынта тудыруы тиіс. Инновациялық менеджмент әртүрлі (маркетинг, жоспарлау, құру, ұйымдастыру және бақылау тәрізді) функциялардың тіркесімін көрсетеді. Инновациялық менеджменттің негізгі міндеті болып жаңалықтар енгізетін шаруашылық қызмет салалары мен шаруашылық жүйелердің күйін; инновациялық үрдістің ерекшелігін зерттеу саналады.

Жаңалықтар енгізу нысандары әртүрлі болады, мамандар оларды эволюциялық және радикалдық деп бөледі. Оларға қолданыстағы

функцияларды сақтау және жаңарту, жүйе құрушы бөлшектерді қайта топтау, қолданыстағы жүйенің элементтерін өзгерту, жүйенің тұжырымдамасы мен нәтижелерін өзгерту кіреді. Барлық бұл жаңа өзгерістер үшін, әрине, ерекше, инновациялық стратегиялар қажет. Олар келесі негізгі түрлерге бөлінеді:

- алға басу стратегиясы (жаңа нарықтық перспективаларға бағытталған, оның мағынасы нарықта алдыңғы қатарда болуда, бұл жоғары біліктілік пен жинақылықты, және де сауатты жүргізілген маркетингті қажет етеді; бұл стратегия жеке бір инновацияға емес, тұтас бір жаңалықтар тобына негізделеді);

- қорғау стратегиясы (нарыққа алдын ала маркетинг жүргізіп барып шығу);

- сіңіру стратегиясы (өзге ұқсас профильді компаниялардың жаңалықтарын сатып алу);

- жаңа нарық құру (өзіндік жаңалықтарды қолдану);

- аралық стратегия (әртүрлі бәсекелестер арасында өз орнын толтыру);

- қарақшылық стратегия (өзгелердің жаңалықтарын қолдану);

- қатыстырушы стратегия (туристтер келетін жаңа нысандар ашу немесе құру, жаңа мамандар штатын құру).

Сонымен, **инновация** (туристік қызметте) – **бұл маркетинг жүргізу және жаңалық ашу нәтижесінде өндіріске енгізілген, алдыңғы баламадан сапалық тұрғыда айрықша нысан**. Кез келген саладағы, соның ішінде туризмдегі инновация сапалық тұрғыда жаңалықтардан ерекшеленеді. Туризмдегі инновациялық өзгерістер ішкі тиімді даму энергиясын құрады, негізгі қызметке және өнімнің сапасына ықпал етеді.

Бұл өзгерістер тепе-теңдікті бұзады, бірақ одан әрі даму, жүйенің жаңа сапаға көшу негізін құрайды. Сондықтан инновациялардың кәсіби деңгейде енгізілуі қандай да бір саланың дамуына себеп болады.

Қоғамды дамыту жөніндегі заманауи мамандар біздің уақытта бизнес түйісетін мәселелердің бір де бірі жаңалықтар енгізу мәселесінен маңызды да, күрделі де емес дейді.

Туризмдегі инновациялар, әрине, барлық саланың жағдайына ықпал етеді.

Олар саланың келесі негізгі сипаттамаларын өзгертеді:

- өндіріс және сауда көлемі (бұл жағдайда жаңа туристік брендтердің);

- инновациялармен айналысатын фирманың ағымдық шығындары;

- құрылған және қолданыстағы мүлік мөлшері;

- жаңа туристік өнімді жобалау және нарыққа шығарумен айналысатын мамандар саны;

- жаңалықтарды игеру және тұтынушыларға енгізу ұзақтығы.

Заманауи туристік өнімнің тиімділігі, оның даму қарқыны инновациялық белсенділікпен және жаңа қажеттілікті қанағаттандыратын

немесе тұтынушылар санын едәуір өсіретін «нарықтық жаңалық» тауарларын өндірумен айқындалады.

Әлемдік туристік индустрия соңғы жылдары елдер арасында өз аймағы ішінде және одан тыс жерлерде бәсекелесу деңгейінің тұрақты өсу жағдайына соқтығып келеді. Бұған ең алдымен өзінің туристік өнімін сыртқы нарыққа шығару кезінде көбіне жарнамалық әсердегі агрессивті шараларға бару жағдайлары мезейді. Сонымен қатар, туристік сұраныс пен туристік ұсыныс экономикалық және қаржылық даму, мемлекет саясатының ықпалы, демографиялық және әлеуметтік өзгерістер, инновациялық технологиялардың дамуы тәрізді бірқатар өзгермелі факторларға байланысты құрылады. Сонымен, туристік сұраныс пен туристік ұсыныс нарығында бәсекелестіктің күшеюі әлемдік туризмнің даму үрдістерінің бірі болады. Бұл өзінің туристік тартымдылығын сақтап қалғысы келетін елдердің келесі әрекеттерді жасауын қажет етеді:

- сұраныс пен ұсыныстың өсуі арасындағы тепе-теңдіктің сақталуын қамтамасыз

ету;

- туризмнің дамуын тұрақты даму ұстанымдарына сәйкес жоспарлау;
- туризм саласына ұзақ мерзімді салымдардың енгізілуін қарастыру;
- мемлекеттік перспективті туризмді дамыту стратегияларын құру;
- туристік нарықта экономикалық өзгерістер болған жағдайда шешім қабылдау кезінде келісім табу, оперативтілікпен икемділікті таныту.

Туризмнен түсетін экономикалық табыс қомақты болған сайын елдердің халықаралық туризмге көзқарасы ашық бола бастады және шектеулердің азаюына себеп болуда. Туризмді дамыту стратегиялық саясатын жүргізу үшін Еуропада жүріп жатқан демографиялық үрдістерді есепке алу маңызды саналады. Статистика қазіргі уақытта экономикасы дамыған еуропалық елдерде егде жастағы халықтың тұрақты дамуын, ал еңбекке жарамды халық санының тоқырап қалғанын көрсетеді. Осының нәтижесінде туристік нарықтың «кемелденген» сегментіне арналған туристік өнімге деген сұраныс өсуде.

Соңғы жылдары қоршаған ортаны қорғау бойынша шараларды күшейту үрдісі айқын байқалады. Еуропа жалпы халықтың өмір сүру және білім деңгейінің едәуір жоғары стандарттарымен сипатталады. Бұл фактор ол континентте қоршаған ортаны қорғау мәселесіне ерекше назар аударылуын түсіндіреді. Су мен ауаны тазарту, қалдықтарды қайта өңдеу, табиғат пен жануарлар әлемін қорғау, және өзге мәселелер тұрақты түрде мемлекеттік деңгейде талқыланып, олар бойынша шешімдер қабылданады. Бұған бұл мәселелерге бұқаралық ақпарат құралдары жағынан жоғары деңгейде назар аударылуы ықпал етеді. Көп жағдайда қоршаған ортаны қорғау мәселесі туризмді дамыту мәселесімен қоса қарастырылады, бұл еуропалық елдер үкіметінің туризмнің даму мәселесі мен қоршаған ортаны қорғау мәселесін кешенді, өзара байланысты негізде қамтитын туризмнің

«тұрақты» даму мәселесіне ерекше назар аударуына ықпал етеді. Бұл мәселелерге баса назар аудару, сөзсіз, экологиялық мүддемен байланысты жеке туризм және жаппай туризм деңгейінде жаңа туристік өнімдердің пайда болуына жағдай туғызады.

Тағы бір үрдіс еуропалықтардың көбінің халық тығыз орналасқан, урбандалған аудандарда тұруымен байланысты. Бұл ауылдық туризмге, қысқа мерзімді демалысқа (жоғары маусымдылық кезеңінде ғана емес), белсенді спорт түрлерімен айналысуға, танымдық мақсатта өзге қалаларға қысқа уақытқа баруға, өзіне өзі қызмет көрсететін жерлерге арналған турларды таңдауға туристік ықыласты едәуір деңгейде қалыптастырады. Жақын уақытта әлем толық зерттеліп, дәстүрлі туристік орындар рекреациялық сыйымдылық шегінен асқанда, алыс орналасқан, толық зерттелмеген және жетуі қиын жерлерге саяхаттау үрдісі артады деп күтілуде.

Сонымен қатар ақпараттық технологиялардың дамуы және туристік сапарлар құнының арзандауы, туристтер санының артуына және жаһандану үрдісіне ықпал етеді. Жаһанданумен бірге біркелкіліктің орын алатыны белгілі. Сондықтан да көптеген адамдар көңіл көтеру мен жақсы ауа-райына кепіл беретін туристік орталықтарға сапар шегуді таңдайды. Қазіргі уақытта тек бір туристік нарық сегментіне сипатты қажеттіліктерді қанағаттандыратын курорттар саны көп. Мысалы, бұл туристтердің жергілікті халықпен және қабылдаушы елдің мәдениетімен байланысын қарастырмайтын, соның өзінде туристтер арасында әйгілі, тек жастар демалысы жүйесі бойынша демалыс.

Шетелдік туристердің туристік қажеттіліктері көбіне жоғары деңгейлі сервис пен баға мен сапаның тиімді арақатынасымен байланысты болады. Бұл шарттар қазіргі уақытта және жақын уақыттарда туристік сапарларды таңдау кезінде шешуші болып табылады.

Біздің елдің бәсекелік артықшылығы болып, ең алдымен, бай мәдени-тарихи және табиғи мұрасы мен зерттелмегендік әсері саналады, бұл тіс қаққан шетелдік туристтер үшін ерекше қызығушылық туғызады. Соңғы жылдары Алматы, Атырау, Шығыс Қазақстан облыстарында, Астана мен Алматы қалаларында жаңа туристік өнімдердің пайда болуы Қазақстанның бәсекелік артықшылығын арттырады.

Қазақстанның сөзсіз бәсекелік артықшылығы болып саяси тұрақтылығы және елде қауіпсіздік деңгейінің артуы, халықтың адам басына шаққандағы табысының өсуі, ұлттық валютаның тұрақтылығы саналады. Сонымен қатар, біздің елдің бірегей табиғи қорлары мен мәдени мұралары елде туризмнің ойдағыдай дамуы үшін жалғыз және жеткілікті шарт ретінде қарастырылмайды, себебі олар туристік ұсыныстың тек бір элементі болып саналады. Әлемде табиғи және мәдени қорлары бойынша Қазақстанмен тең келетін, бірақ туристік инфрақұрылымы сапалы дамыған, туризмі өте сәтті дамыған бірқатар елдердің мысалы бар. Мысал ретінде Қытай және Австрия, Франция немесе Испания тәрізді, тек

халықаралық турзмде ондаған миллиард доллар табыс табатын бірқатар елдерді айтуға болады.

Әлемдегі жалпы үрдіс болып бір жағынан дамыған туристтік елдерде жаппай туризмнің нығаюымен, екінші жағынан жекеше немесе мамандандырылған туристтік өнімге сұраныстың өсуімен сипатталатын туристтік айрықша ықыластың жан - жақты саналады.

Туризмнің бәсекелік кемшіліктеріне келесі осы уақытқа дейін сақталып келе жатқан және келу және шығу туризмінің дамуын тежеуші факторлар жатады:

- елдің көптеген аймақтарында туристтік инфрақұрылымның жеткілікті дамымауы, заманауи жайлылық деңгейдегі туристтік класты жайғастырушы қонақ үйлердің аз болуы;

- туристерге ұсынылатын қонақ үй, тамақтану, көлік және өзге қызмет ақысының орташа еуропалық деңгейден едәуір жоғары болуы;

- дайын инвестициялық алаңдардың болмауы, әкімшілік кедергілердің болуы, жерді жалға алудың қолайсыз шарттары тәрізді туристтік инфрақұрылымға қаржы салымдарының түсуіне кедергі болатын жағдайлар;

- білікті мамандардың тапшылығы, бұл соңғы 2-3 жылда жағдай жақсы жаққа бірқатар өзгерсе де, туристік индустрияның барлық салаларында көрсетілетін қызмет деңгейінің төмен болуын айқындайды.

Еуропаның елдері мен Япония, Корея Республикасы, Австралия, Швейцария, Канада тәрізді көші-қоны қауіпсіз шетелдік елдердің туристтеріне қазақстандық виза беру тәртібін жеңілдету мәселесі әлі де шешілген жоқ. Визаны жедел түрде ресімдеу үшін қосымша алым алу әлі де сақталуда, бұл негізді наразылық тудырады және елге келетін туристтік ағынның азаюына себеп болады.

Сонымен, жүйелік мәселе Қазақстанның әлемдік туристтік нарықтағы қазіргі бәсекелік қабілеттілік деңгейін сақтаған жағдайда отандық нарықтың даму мүмкіндігі халықтың тұрмыс деңгейін көтеру және жұмыспен қамтылуын арттыру, сапалы туристік қызметке сұраныстың өсуін қанағаттандыру үшін жеткіліксіз болатындығында. Жоғарыда келтірілгендер негізінде, Қазақстанда туризмді дамытудың мақсаты болып қазақстандық және шетелдік азаматтардың туристтік қызметке деген қажеттілігін қанағаттандыруға зор мүмкіндік беретін, заманауи тиімді бәсеке қабілетті туристтік нарықты құру, халықтың жұмыспен қамтылуын және табыс деңгейін арттыру болып саналады.

Бұл мақсатқа жету үшін, елдің экономикалық дамуының маңызды сегменті ретінде сырттан келу және ішкі туризмнің сәтті дамуын ынталандыру үшін келесі мәселелерді шешу қажет:

- туризм саласында нормативтік құқықтық реттеуді жетілдіру;

- туристік инфрақұрылымды, соның ішінде қосымшасын (көлік, байланыс, қоғамдық тамақтану, көңіл көтеру индустриясы және өзге) дамыту және жетілдіру;

- жаңа, басымдықты туристік орталықтарды құру;
- жарнама және ақпараттармен, имиджді түрде Қазақстанды әлемдік және ішкі туристік нарықта туризм үшін қолайлы ел ретінде көрсету;
- туристік және қосалқы қызметтердің сапасын арттыру;
- визалық саясатты жетілдіру, соның ішінде көші-қон жағдайы қауіпсіз елдерден келетін туристердің біздің елге кіру жағдайын жеңілдету;
- туристердің жеке қауіпсіздігін қамтамасыз ету.

Дәл осы әдістемелік негіз келесі **зерттеу әдістерін** айқындады:

- рекрутингтік агенттіктер мен туристік фирмалардың хабарландыруларының мәтінін құрылымдық - мазмұндық талдау;
- алынған мәліметтерді салыстырып талдау;
- сарапшылық бағалау әдісі;
- әлеуметтік әдіс;
- өзіндік есеп әдісі;
- экстраполяция;
- жүйелік әдіс;
- сауалнамалар мен сұхбаттар жүргізу.

Туризмологияда сарапшылық бағалау әдісі деп тікелей өлшеуге келмейтін үрдістерді немесе құбылыстарды сандық және (немесе) тәртіптік бағалау саналады. Социологиялық әдіс деп зерттеу нысанын топ, партия, кластардың әлеуметтік-идеологиялық мүдделерінің көрінісі ретінде түсіндіру болып саналады. Өзіндік есеп әдісі деп жауап түрлері, өткізу процедурасы және өлшенетін параметрлері стандартталған тесттер деп аталады. Жүйелік әдіс – нақты жағдайдың өзара байланысын көрсететін жалпылаушы үлгі құру, жүйелік талдаудың техникалық негізі.

2.3 Халықаралық туризм географиясы дамуының әлеуметтік-экономикалық дәрежесі

Жалпы демократияландыру мен ақпаратпен алмасудың жеделдеуіне байланысты, әлемде келу және зерттеу үшін ашық аймақтардың саны бірден өсіп кетті. Ғалымдар мен энтузиасттардың белсенді зерттеушілік қызметтерінің арқасында әлемде жыл сайын жүздеген тамаша жаңа табиғи, тарихи және мәдени нысандар ашылуда. Жер ғаламшарында барлық жерлер зерттелінген және жаңадан ашатын ешнәрсе қалмады деген пікірдің асыра айтылғанын атап өту қажет. Осы уақытқа дейін адам аяғы баспаған жерлер (олар әлемдік өркениеттен міндетті түрде алыс орналаспаған және қол жетпейтін жерлер емес) көп.

Жаңа технологиялар, материалдар мен жабдықтар дәстүрлі туристік бағыттардың жаңа сапалық деңгейге көтерілуіне ықпал жасады. Соңғы он жылдықтарда туризм саласында белгілі демалу және көңіл көтеру тәсілдерімен қатар, бос уақытты өткізудің көптеген жаңа, кейде тіпті кейбірінің экзотикалық нұсқалары белсенді пайда болды. Олардың кейбірі,

мысалы, кайтинг, өзге экстрим түрлерін құрамдастыру негізінде пайда болды және су-әуелік немесе әуе-құрлықтық көңіл көтеру түрлерін қарастырады. Өзгелері, мысалы, үрлемелі шаңғымен су бетінде сырғанау немесе «ғарыш туризмі» туризмнің жаңа түрлері болып саналады. Шытырман оқиғалы туризммен айналысатын көптеген фирмалар өздерінің бағдарларын енгізеді. Қазірде туристтік салада көптеген жаңа экзотикалық терминдер пайда болды: «трекинг», «рафтинг», «джипинг, немесе джип-сафари», «дайвинг» және т. б. Алайда, жақынырақ қарастырсақ - бұлар жаяу жүргіншілік, су, автомобильдік, су асты және өзге түрдегі саяхаттар мен туризмнің белгілі түрлері.

Үшінші мыңжылдықтың басында ғаламшардың тұрғындары үшін, әсіресе экономикалық тұрғыдан дамыған елдердің азаматтары үшін өткір әсерлер жетіспеуде. Ірі жыртқыш түріндегі көптеген табиғи бәсекелестерін жойып немесе жеңіп, өзін белгілі бір уақытқа дейін табиғи апат соққысынан қауіпсіздендіріп, өзіне тоқ өмірді қамтамасыз етіп, адам бір уақытта адреналиннің жетіспеуін сезінді. Өркениеттің «тас джунглиі», көптеген индустриалды дамыған елдердің жоғары урбанизациялануы адамның табиғаттан толық ажырауына әкеліп соқтырады. Ал егер бұған адамзаттың жаңа білімге, жаңалықтарға, тылсым жерлерді іздеуге үнемі ұмтылып тұратынын қоссақ, шытырман оқиғалы және экстремалдық туризм табынушыларынан ешқашан тапшылық көрмейді деп айтуға болады.

Экстремалдық туризм – заманауи демалу және көңіл көтеру саласындағы ең перспективті бағыттардың бірі. Ең алдымен «экстрим» ұғымының мағынасына тоқталып өткен жөн. Көп қозғалыссыз өмір сүру және күнделікті тіршіліктен бас көтеруге талпыну адамдарды (әсіресе жастарды) «экстримге» ұмтылдырады. Спорттың не туризмнің экстремалдық түрінің жан-жақты анықтамасы жоқ. Әрине, өмір мен денсаулық үшін қауіпті кәсіби қызмет немесе көңіл көтеру түрлері бар (мысалы, әртүрлі ұшқыш аппараттарда ұшу, құзға шығу, судың тереңдігіне сүңгу). Бірақ біреулер үшін жоғары экстрим саналатын нәрсе басқалар үшін тек жұмыс болуы мүмкін. Бір бағдар жаңа бастаушы турист (мысалы, бастаушы велосипедші, каноист, альпинист және т.б.) үшін экстремалды болса, дайындығы жақсы турист пен спортшы үшін өте жеңіл серуен болады. Қоғамның даму қарқыны неғұрлым жоғары болса, оның мүшелерінің өмірі соғұрлым қозғалыссыз болады. Адамға дене қозғалысы мен дене жүктемесі жетіспейді. Әрине, туристтердің мұндай санаты үшін жеңіл қоржынмен қарапайым 5 - 10 шақырымдық жорық немесе биіктігі 150-200 м. белеске көтерілу –қатал сынақ, ал кез келген IV-V дәрежелі күрделі туристтік бағдар, мамандардың пікірінше, экстремалды болып саналады. Спорттық туризмде күрделілік дәрежесі жорықтардың күн (IV дәреже үшін– 13 күннен кем емес, V дәреже үшін - 16 күннен кем емес) және шақырымдық ұзақтығымен айқындалатыны жалпыға белгілі. Ең төмен қашықтық тау жорықтарына орнатылған (IV дәреже - 150 км, V

дәреже - 160 км). Жаяу жүретін саяхаттар үшін бұл көрсеткіш 220 - 250 км, шаңғымен - 250 - 300 км, суда - 225 - 250 км, велосипедтік - 800 - 1100 км, мотоциклдік – 3200-4000 км, автомобильдік – 4500-5000 км. Сондықтан «экстремалдық туризм» ұғымы кең мағыналы.

XX ғасырдың аяғы - XXI ғасырдың басында экстриммен жиі байланысты болып келетін экологиялық туризм кеңінен тарала бастады. Қазақстан Республикасы – планетаның III мыңжылдықтың басында өз табиғи байлығын сақтап қалған елдерінің бірі. Оның экологиялық (соның ішінде экстремалдық) бағытта даму үшін әлеуеті өте жоғары. Соңғы жылдары Қазақстанда көптеген мемлекеттік қорықтар мен ұлттық бақтар құрылды. Қазіргі уақытта 10 мемлекеттік ұлттық табиғи бақтар, 10 мемлекеттік табиғи қорықтар, табиғи резерваттар, табиғи мұралар мен қорықтық аймақтар жұмыс атқаруда. Олардың көбінің аумағында «өткір» эмоциялық әсерлерді ұнататын туристтер үшін де әртүрлі туристік өнімдер мен қызметтер ұсынылады. Ең тартымды (және қаржылық шығын жағынан ең қымбат) экстрим-саяхаттадың бірі болып Эверестке коммерциялық өрлеу саналады. Эверест шыңына 50 жыл бұрынғыдай, тек денелік жүктемелерді меңгеру арқылы ғана шығуға болады.

1985 жылы техастық миллионер Дик Басс гид-жетекшілердің қызметін өтеп, олардың көмегімен Эверест шыңына шықты. Көптеген қызық оқиғаларды сүйетін іскерлер Бастың табысына бірден назар аударды, «Егер 55 жаста тиісті ақыға Эверестті бағындыру мүмкін болса, мен де байқап көруім керек». Коммерциялық экспедициялар Эверест шыңын абыроймен бағындыруға 50 – 65 мың доллар төлеуге дайын бай клиенттерге бағдар ала бастады. Нәтижесінде альпинист-кәсіпқойлар мен тәжірибелі әуесқойлардың арасында өзіндік мәміле жасалды: екі жақта ең биік шыңдарды бағындырғылары келді және бір - біріне қажет болды.

Трекинг немесе жаяу жүргіншілік туризм – туризмнің ең кең тараған түрі. Жаяу жорықтар арнайы дайындық пен жабдықты қажет етпейді. Олар біруақытта қажетті денелік жүктеме алуға, оң сезімдік әсер мен табиғатпен байланыстан ләззат алуға мүмкіндік береді.

Трекинг - тур – бұл инструктор-жетекшімен бірге туристік, жаяу жүретін, көп күнділік (10-14 күнге дейін) бағдар. Туристер трекинг-тур барысында қоржын, ұйықтайтын қап, шағын шатыр, тамақ қорын, дәрі-дәрмектерді өздері алып жүреді, өздері уақытша тұрақтар жасап, өздері тамақ дайындайды. Мұндай турлар кезінде әртүрлі қиындықтарға дайын болу қажет: шатқалдар арасынан тар аспалы көпірлермен өту, тік жартастар мен тау соқпақтарын, су ағындарын игеру және т.б. Мұндай саяхаттар арнайы жабдық, арнайы киім мен аяқ киім, арқан, компастың болуын қажет етеді. Трекинг-турларды ұйымдастыруда әлемдік жетекші болып «Exodus» фирмасы саналады. Трекинг-турлар өзіндік туристік өнім ретінде әбден бола алады, және құрама өнім ретінде өзгелердің құрамына ене алады.

Жоспарлы ұйымдастырылатын туризм, заманауи қозғалу және тасымалдау құралдарының дамуына қарамастан, қазірдің өзінде саяхаттың жекелеген сатысы ретінде енетін жаяу бағдарлардың әртүрлі нысандарын қолданады. Трекинг - турдың нұсқасы ретінде кроссинг-турлар саналады.

Кроссинг – тур – бұл барлық ел немесе құрлық ішімен әр сатыда әртүрлі қозғалу тәсілдерімен саяхаттау. Мұндай бағдарлар, әдетте, табиғи ұлттық бақтар мен қорықтар арқылы өтеді, оның барысында туристер тамаша табиғи қорықтарға жаяу барып, сирек кездесетін өсімдік, жануарлар және құстармен танысады және оларды табиғи ортада бақылайды.

Альпинизм белсенді саяхаттардың ең күрделі және ең қауіпті түрі. Таулар адамдарды өздерін сынау үшін, ұмытылмас әсер алу үшін әрқашан тартады. Альпинизммен айналысу психологиялық және денелік, сонымен қатар техникалық дайындықты, арнайы құралдар мен жабдықтың болуын қажет етеді.

Мұндай турда ең басты міндет болып клиенттер қажетті бейімдену деңгейіне биіктікте аз уақыт қана түнеп шығу арқылы жету үшін бейімдену кестесін қатаң сақтау кеңірек саналады. Жоғары биіктікте болғанда адам тез әлсірейді, ал қысқа уақыттық демалыс жұмсалған күшті қалыпқа келтіру үшін жеткіліксіз болады. Сонымен қатар, бейімдендіру үдерісі әр адамда әртүрлі өтеді, сондықтан клиенттердің жеке қасиеттерін және биіктікке әртүрлі әсер етуін ескеру қажет. Агроклиматтық өрлеулер – бұл өрлеулердің тұтас топтамасы, оның барысында қатысушылар биіктікке базалық лагерьден келесі биіктіктік лагерьлерге жол жүру арқылы біртіндеп көтеріліп, шыңға жетеді.

Әлемнің ең биік шыңы Эверестке (8848 м) коммерциялық нысанда өрлеу әлемдегі ең қымбат жерүсті туры болып саналуы кездейсоқ емес. Біздің еліміздің туристік бизнесінде де ең қымбат тур болып Қазақстанның ең биік шыңы Хан Тәңіріге (6995 м) өрлеу саналады. Қазақстанда альпинизм белсенді саяхат түрі ретінде Алматы, Оңтүстік Қазақстан және Шығыс Қазақстан облыстарында даму перспективасына ие. Мысал ретінде альпинистік турдың бағдарлық парағын келтіреміз: автокөлікпен Алматыдан Шағын Алматы шатқалына жету –«Шымбұлақ» қонақ үйіне орналасу –Талғар өткелі арқылы жаяу жүру (н\к, 3163м) – Сол жақ Талғар шатқалы - Наурықсай шатқалы – ТЭУ өткелі (1б, 4050) – Ортаңғы Талғар шатқалы –Шоқал мұздығы - Суровый өткелі (2а, 4455 м) – Корженев мұздығы– Талғар биіктігі (3а, 5017 м) –көтерілу жолы бойынша төмен түсу– Корженев мұздығы – Бивуач өткелі (2а, 4450 м) - Ортаңғы Талғар шатқалы - ТЭУ Южный өткелі (2а, 3900 м) – Сол жақ Талғар шатқалы – Бутаков өткелі (н\к, 3000 м) –Бутаков шатқалы – автокөлікпен Алматы қаласына жету. Бұл 5-ші дәрежелі күрделілік элементтері бар 3-ші дәрежелі тау бағдары. Жаяу жолдың қашықтығы - 90 км, автомобильдік жол қашықтығы - 48 км, тур1 шілдеден 15 қыркүйекке дейін жүргізіледі, турдың жалпы ұзақтығы - 20 күн, қызмет көрсетуші персонал - 20 адам.

Велосипед туризмі. Велотурлар трекинг, ат туризмі және өзге түрлермен қатар экологиялық туризмнің негізі болып саналады. Күрделі емес, қауіпсіз жолдармен велосипедпен қарапайым саяхаттаумен қатар, аса күрделі трассалармен жүретін экстремалдық велотуризм дамуда. Мұндай трассалар, әдетте, тау немесе шөлейт тәрізді жету қиын жерлерде орналасады. Қазіргі уақытта велосипедтердің негізгі үш түрі бар: жолдық, кросстық және таулық. Олардың әрқайсысының жүздеген әртүрлі үлгілері бар.

Алтай бойынша эталондық велосипедтік саяхат ретінде келесі бағдарды ұсынуға болады: Өскемен қаласы – Серебрянск қаласы – Үлкен Нарым– Рахман бұлағы курорты - Джасибер – Джасибер өзені - Кош - Агач - Иня –Горно-Алтай қаласы - Бийск қаласы.

Ат туризмі. Туристер мен саяхатшылар пайдаланған ең бірінші транспорт құралы мініс және жүк артатын жануарлар болған (салдар мен қайықтарды санамағанда). Жылқы, қашыр, есек, піл, ит, бұғы, түйе, қодық және ламалар туристтердің өзін және олардың жүгін тасымалдайды. Өзгеде көптеген транспорт түрлерімен салыстырғанда бұл жануарлар автокөлік немесе велосипед өтпейтін жерден өтіп кетеді, ал олармен саяхаттау барысында ұшу аппараттарынан көрінбейтін нәрселерді көруге болады.

Мінетін жануарларды пайдаланатын туризмнің ең кең тараған түрі ат туризмі. Соңғы уақытта ол біршама әйгілі бола түсті. Бүкіл әлемде салт аттыларға қызмет көрсететін кемпингтер салынып, жаңа ат туризмі бағдарлары құрылуда. Ат бағдарларының артықшылығы олардың әлеуетінің әртүрлілігінде. Жылқылар таулы және қиылысты жерлермен, кез келген күрделілікті құммен, қар терең түскен жерлермен, су бетімен (тау өзендері тәрізді ағыны жылдам суқоймаларын санамағанда) жүре алады.

Су туризмі. Су туризмінің әртүрлі түрлері бар: өте қолайлы және қауіпсіз, сонымен қатар, жоғары экстремалды, тек жақсы дайындықты спортшыларға ғана қол жетімді. Су-туристі тек жақсы жалдауды ғана емес, сонымен қатар, өзенде кездесетін кедергілерді білуі, жақсы ажыратуы және жеңе білуі тиіс. Тіпті қарапайым жорықтарда да жүзу құралдарының апаты, адамдардың суға құлау, әртүрлі жарақат алу жағдайлары болуы мүмкін. Құрлықтан гөрі судағы күтпеген жағдайлар қауіптірек болғандықтан, су турларын ұйымдастырушылар, әсіресе экстрим элементтерімен бірге, топтарда тәжірибелі инструкторлардың болуын қамтасыз етуі тиіс.

Су туризмінің негізі болып әртүрлі жүзу құралдарындағы саяхаттар саналады. Олардың ішінде ең кең тараған және қарапайым түрі салдар. Қазіргі уақытта отандық және шетелдік өнеркәсіп әртүрлі мақсатта пайдаланылатын (құтқарушы, көңіл көтеруге, аң аулауға, рафтингке және өзге мақсаттарға арналған) салдар шығаруда. Тянь-Шань бойынша жоғары дәрежеде күрделі су бағдарының мысалы ретінде мына бағдарды ұсынуға

болады: Кеген өзені–Шарын өзені– Кеген ауылы– Кеген өзені–Шарын ауылы. Бұлайша тек жоғары спорттық дәрежесі және 6-шы күрделілік дәрежесіне ие арнайы жабдықтары бар командалар ғана жүзе алады.

Фартинг. Фартинг – бұл шоңғал тасты өзенде үрлемелі қайықтармен жүзу. Рафт ұзынынан (сопақша) созылған, бірнеше адамға өзендермен жүзуге арналған үрлемелі қайық-сал. Оны көбіне аяқты үзеңгі тәрізді арнайы ілгектерге кіргізіп, ұстайды (себебі жүзу кезінде қолдар ескектерді ұстайтындықтан бос болмайды). Рафтингпен жүзу кезінде үйлесімді есу қажет, өйтпегенде жылдам ағын қайықты өз осі бойынша айналдыра бастайды. Рафт капитан (инструктор) болады, онсыз рафт мүмкін болмайды. Бұл өте қауіпті спорт және көңіл көтеру түрі. Рафтинг өзенмен жүзу мүмкіндігі бар барлық жерлерде кеңінен таралған. Рафтинг бойынша әлем біріншілігі әйгілі Виктория сарқырамасынан ағыс бойынша төмен орналасқан африкалық Замбези өзенінде өткізіледі. Қазіргі уақытта көптеген экстремалдар экстремалдық туризмнің бірнеше түрін, мысалы, рафтинг и канбенингті қамтитын кешенді турларды меңгеруде.

Есу және желкенді қайықтарда саяхаттау. Су саяхаттарында рафттардан басқа өзге ескі және заманауи жүзу құралдары - байдаркалық турлар, каякинг, катамарандар, желкенді қайықтар және т.б. пайдаланылады. Ұлттық немесе ескі нұсқалар бойынша жасалынған салдар, әртүрлі қайықтар, боттар және өзге қайықтар өте танымал. Бұл саладағы пионер болып, сөзсіз, әйгілі саяхатшы Тур Хейердал саналады.

Оның әйгілі «Кон-Тики», «Ра», «Тигрис» салдарында жасаған саяхаттары экстремалдық туризмдегі тұтас бір бағытқа – теңіздер мен мұхиттарды жалғыз немесе шағын топпен шағын және жұқа есу қайықтарында жүзіп өтуге бастау болды.

Мұндай саяхаттар көптеген пайдалы ақпарат әкеледі – қайықтардан ауа райы, мұхиттың күйі, жануарлар әлемін бақылау, судың үстіңгі қабатының ластануы туралы және т.б. хабарлар беріледі. Өйткені теңіздер мен мұхиттарды кесіп өтетін ірі лайнерлердің биік борттарынан бәрі көрінбейді ғой. Су туризмі экологиялық туризммен тікелей байланысты. Адам теңіз түбін енді ғана зерттей бастады. Әлемдік мұхиттың көлемін ескерсек (Жер шарының 4/5 су астында), біз бұл тамаша, құпия әлеммен енді ғана таныса бастадық деуге болады.

Дайвинг. Су асты әлемінің құпия күші оның ортасының жан-жақтылығында – су астында бағытты өзінше таңдап, барлық жаққа қозғалуға болады. Су астында жүзу (diving) – спорт пен туризмнің ең күрделі және ең қауіпті түрі. Оған қарамастан, және құрал-жабдықтардың әркімнің қалтасы көтермейтіндей қымбаттылығына қарамастан, дайверлердің қозғалысы біздің елімізде де, шетелде де жылдан жылға ұлғайып келеді. Қазіргі кезде әлемде дайвингпен 30 млн. кем емес адам айналысады, тек Еуропаның өзінде су астында жүзуді ұнататын 3 млн. астам адам бар. Алайда, егер туризмнің көптеген өзге түрлерінде арнайы оқытусыз және дайындықсыз болатын болса, су астында жүзуде – бұған

жол берілмейді. Су астындағы жалғыз, тіпті болмашы қателік аквалангисттің өмірін қиюы мүмкін. Сондықтан тәжірибелі инструкторлардың басшылығымен тиісті түрде оқу өтпей және қажетті машықтарды игермей су астына түсуге болмайды.

Көптеген елдерде сүңгуір - әуесқойларды дайындау және су асты туризмін ұйымдастыру орталықтары құрылды. Мұндай орталықтардың міндеті әуесқой - су асты жетекшілерін дайындау, су асты саяхаттарының қауіпсіздігін қамтамасыз ету бойынша іс - шаралар ұйымдастыру, су асты орталықтарының мүшелерін аттестациялау және сертификаттау, су асты нысандарының карталары мен атластарын құру. Дайвинг-орталықтар арнайы оқу курсы өтпеген және арнайы лицензиясы жоқ жаңа бастаушыларды су астына жібермейді. Бастаушы дайвердің толық курсы мыналарды қамтиды:

- дем алатын түтікпен жүзуді;
- аквалангті пайдалану және онымен су астына сүңгу ережелерін;
- су асты бағдарын;
- су астында жүзу әдістері мен тәсілдерін;
- су астында бағдарлауды (компас бойынша және су асты бағдарларымен);
- шектеулі көзге көріну жағдайында және түнде жүзуді;
- су астында заттарды іздеу және оларды су бетіне шығаруды;
- су астына терең бойлауды.

Дайвингте өте еліктіретін іс түрі болып әуесқойлық және кәсіби су асты бейне - және фототүсірілімі саналады. Соңғы уақыттарда су асты салттық туризмі – апат немесе әскери іс-қимылдар нәтижесінде кемелердің суға батқан және теңізшілердің жаппай қырылған жерлеріне әртүрлі құрмет көрсетіп, гүл шоқтарын қою етек алды.

Су астында жүзудің ең экстремалдық және қауіпті түрі - технодайвинг, яғни ашық суда әртүрлі дем алу қоспаларын қолданып, су астына терең, декомпрессиялық бойлау, сонымен қатар су астындағы үңгірлеріне (су асты спелеологиясы) және суға батқан объектілерге ену.

Ғарыш туризмі. Үшінші мыңжылдықтың басында Жер шарында жаңа туризм түрі пайда болды – ғарышқа саяхат. 2005 жылдың 28 сәуірі ғарыш туризмінің туылған күні болып саналады. Сол күні қазақтың, ұшқыш-ғарышкері «Союз ТМ-32» ғарыш кемесінің командирі Талғат Амангелдіұлы Мұсабаев алғашқы ғарыш туристі - американдық миллиардер Денис Титоны басқарылатын аппаратпен жер орбитасына алып шықты. Келесі жылы ғарышта онкүндік сапармен № 2 турист – ОАР азаматы Марк Шаттлворт болды, ал 2009 жылы ғарышқа саяхат жасаған туристтердің саны жетіге дейін өсті.

Дайындық және салмақсыздық жағдайында ұшу, кеменің старт алу және қону кезінде денеге түсетін жоғары қысымды меңгеру тұрғысынан ғарыш туризмін белсенді туризм түріне жатқызу қажет. Жер шарында ғарыш туризмі қарқынды дамуда. 2004 жылдың 21 маусымында ғарышқа

алғашқы коммерциялық ұшуды орындаған алғашқы жеке субғарыштық басқарылатын американдық SpaceShipOne (SS1) ғарыш кемесі ұшты. Осы оқиғадан кейін ғарыш туризміне деген қызығушылық бірден өсті. Ғарыш жолы енді тек кәсіпқой ғарышкерлер мен ғалымдарға ғана емес, сонымен қатар, миллиардерлерге де ашылды. Себебі, SpaceShipOne ғарыш кемесінде ұшу едәуір арзан, бар болғаны жүздеген мың доллар тұрады, ал басқарылатын ғарыш кемесінде ғарыш саяхатын және халықаралық орбиталдық ғарыш станцияларына баруды ұйымдастыратындар жолаушыдан қазір 20-25 млн. АҚШ долларын алады. Сонымен, ғарышқа сапар элиталық автокөліктің құнына тең түседі. Ал бұл әлеуетті клиенттердің санының өсуіне мүмкіндік береді.

Ғарыш туризмі – ғылым мен сауық саласының ең перспективті бағыттарының бірі. Коммерциялық ғарыш сапары жүйесін құрушылардың айтуынша, бұл өте табысты бизнес. Ауқатты адамдар адамға нанғысыз және қайталанбас әсер алу үшін кез келген ақшаны төлеуге дайын азаматтарға ашық. Бұл тұрғыда ғарышқа ұшумен ештеңе теңдеспейді.

Ғарышқа саяхат жасауды сүйетін адамдар үшін ғарыш сапарларын дайындайтын орталықтар көптеген қызмет түрлерін көрсетеді (мысалы, ғарышқа виртуалдық саяхат жасау, салмақсыздық жағдайын сезіну, немесе өзін тиісті тренажерларда сынау және т.б.).

Бақылау сұрақтары:

1. Рекреацияның негізгі үш мақсаттық функциясы
2. Рекреацияның қоғамдық функцияларының 5 негізгі топтарына сипаттама беріңіз: медициналық-биологиялық; әлеуметтік-мәдениеттік; экономикалық; саяси; экологиялық.
3. «Рекреациялық қажеттіліктер» деген не?
4. Қоғамдық, топтық және жеке рекреациялық қажеттіліктер деген не?
5. Рекреациялық, шаралар» деген не? Олардың түрлерін атап шығыңыз.
6. «Рекреациялық, іс-әрекет циклы» деген не? Адам өміріндегі қандай циклдерді білесіз?
7. Рекреациялық географияның нысаны, зерттеу пәні мен анықтамасын
8. Рекреациялық географияның зерттеу әдістері: жүйелі, жүйелік талдау әдістері
9. Рекреациялық географияның географиялық және басқа ғылымдар арасындағы байланыстары
10. Жалпы және аймақтың рекреациялық география ұғымдары
11. Рекреациялық географияның міндеттері қандай?
12. «Рекреациялық сала» мен «туризм индустриясы» ұғымдарын және олардың өзара қатынасын, айырмашылықтары атаңыз
13. Қажеттіліктерді (сұранысты) туғызушы факторларға сипаттама
14. Рекреация мен туризм анықтамаларының қатынасы

3. ҚАЗАҚСТАН ТУРИЗМІНІҢ ГЕОГРАФИЯСЫ

3.1 Қазақстанның аймақтық туризмнің географиялық моделдері

Әлемдік геэкономикалық кеңістіктің жаһандануы жағдайында жаңа әлемдегі Қазақстан Республикасының әлеуметтік-экономикалық дамуының жаңа кезеңін көрсету міндеттеріне сәйкес келтіру қажеттігінен тұрады. Қазіргі жағдайда Әлеуметтік-экономикалық инфрақұрылым географиясының жаңа нысандары кәсіпорындардың техникалық және технологиялық қайта жарактандырылуы және еліміздің шаруашылығының барлық салалары индустриалды-инновациялық дамудан өтті.

Қазіргі уақытта елдің аумақтық даму географиясы "Мәңгілік Ел" ұлттық идеясын іске асыру контекстінде қарқынды дамып келе жатқан ел ретінде, Қазақстан әлемнің дамыған 30 мемлекетінің қатарына енуіне ықпал етуге бағытталған абсолюттік және салыстырмалы артықшылықтың оң факторларының тұтас кешенімен сипатталады яғни:

- Еуроазиялық материктің дәл ортасында, Еуропа мен Азия құрлығының түйіскен жерінде елдің тиімді экономикалық-географиялық орналасуын қалыптастыру.

- Облыстардың басым бөлігі шекараның бойында орналасқан. Қазақстанның 14 облысының 12-сі шекара маңы болып табылады. Шекара маңындағы облыстар тарихи өнеркәсіп нысандарының шоғырлануының негізгі ошақтары бола отырып, Қазақстанның әлемдік геэкономикалық жүйеге оң ықпалдасуына қамтамсыз етеді.

- Жер алқаптарының орасан зор аумақтық ресурстары және табиғи-климаттық жағдайлардың айқын алшақтығы, отандық ауыл шаруашылығы өнімдерінің бүкіл кешенін өндіруге ықпал етеді.

- Қазақстанның әлемдік нарықта ішкі және экспорттық қажеттіліктерін қамтамасыз етуге қолайлы табиғи минералдық-шикізат ресурстарының алуан түрлілігі.

- Өнеркәсіптің жетекші салаларынан (отын-энергетикалық және тау-кен металлургиялық), агроөнеркәсіп және көлік кешенінен тұратын, тиісті өндірістік қуатпен шаруашылықтың көп салалы құрылымының жүйесі.

- Географиясы елдің кең аумағын қамтитын және халықаралық маңызы бар халықаралық сауда-көлік транзиттік дәліздерінің құрамына кіретін көліктік-коммуникациялық инфрақұрылымның тармақталған желісі.

Бүгінгі таңда 140 этнос пен 17 конфессия өкілдері тұратын Қазақстан өз Тәуелсіздігінің жиырмамыншы жылына кірісе отырып, 2030 стратегиясын іске асырудың қорытындысын шығарды. Тарихта тұңғыш рет ел нақты, халықаралық мойындалған шекараларға ие болды. Мемлекеттік шекара межеленді-бұл 14 мың шақырым. Қазақстан Каспий теңізінің акваториясындағы жағдайды сенімді бақылайды. Болашақта кез келген аумақтық даулардың пайда болу қаупі алынып тасталды [1].

Қазіргі қарқынды дамып келе жатқан әлемде, барлық елдерді экономикалық-географиялық жағдайда қамтыған жаһандық біріздендіру процестері жағдайында ұстанымдаудың стратегиялық мақсаттарын көздей отырып, қазіргі уақытта елде жаңа Жібек жолы қайта жаңғыруда. Қазақстан Республикасының Еуразия құрлығының ортасындағы географиялық орналасуы, Еуропа мен Азия арасындағы, сондай-ақ Ресей мен Қытай арасындағы транзиттік көпірдің геосаяси және геоэкономикалық ролін алдын ала айқындайды. Қазақстан аумағы бойынша республикада бар көлік инфрақұрылымы негізінде қалыптасқан төрт халықаралық көлік дәлізі өтеді.

- *Трансазиялық темір жол магистралінің Солтүстік дәлізі (ТАТМ):* Батыс Еуропа – Қытай, Ресей және Қазақстан арқылы Корей түбегі және Жапония (Достық – Ақтоғай – Саяқ – Мойынты – Астана-Петропавл (Пресногорьков) учаскесінде);

- *ТАТМ-ның Оңтүстік дәлізі:* Түркия, Иран, Орталық Азия елдері және Қазақстан арқылы Оңтүстік – Шығыс Еуропа-Қытай және Оңтүстік – Шығыс Азия (Достық – Ақтоғай – Алматы – Шу – Арыс-Сарыағаш учаскесінде);

- *ТРАСЕКА:* Қара теңіз, Кавказ және Каспий теңізі арқылы Шығыс Еуропа-Орталық Азия (Достық – Алматы – Ақтау учаскесінде);

- *Солтүстік-Оңтүстік:* Солтүстік Еуропа-Ресей мен Иран арқылы Парсы шығанағы елдері Қазақстанның қатысуымен Ақтау теңіз порты – Ресей Орал өңірі және Ақтау – Атырау учаскелерінде.

Қазақстан Парсы шығанағы мен Үлкен Шығыс елдеріне жол ашып, Өзен – Түркіменстан шекарасы теміржол желісін салды. Қорғас-Жетіген жолын салып, Шығыс қақпасын ашып, Қытай мен Азия субконтинентінің нарығына жол салды [2].

Бүгінгі таңда Қазақстан халықтың табысы орташа деңгейдегі және экономикасы қарқынды өсіп келе жатқан серпінді ел. Бұған еліміздің прогресінің интеграцияланған көрсеткіші дәлел болып табылады.

Нәтижесінде 25 жыл ішінде ұлттық экономиканың көлемі 1997 жылғы 1,7 триллион теңгеден 2015 жылы 28 триллион теңгеге дейін өсті. Елдің ЖІӨ 16 еседен астам өсті. 1999 жылдан бастап Қазақстанның ЖІӨ жыл сайынғы өсімі 7,6% - ды құрады және алдыңғы қатарлы дамушы елдерді басып озды. Жан басына шаққандағы ЖІӨ 7 еседен астам өсті – 1998 жылғы 1 500 АҚШ долларынан 2012 жылы 12 мың АҚШ долларына дейін. Қазақстан жан басына шаққанда тартылған тікелей шетелдік инвестициялар көлемі бойынша ТМД-да көшбасшы болды. Бүгінде ел сыртқы сауданың 12 есеге, ал өнеркәсіп өнімдерінің өндіріс көлемінің 20 есеге өсуіне қол жеткізді. Осы жылдар ішінде мұнай өндіру 3 есеге, табиғи газ өндіру 5 есеге артты.

Елімізде Үдемелі индустриялық-инновациялық дамудың мемлекеттік бағдарламасы табысты жүзеге асырылуда. Осы бағдарлама шеңберінде 2010 жылдан бастап жалпы құны 1 797 миллиард теңге болатын 397

инвестициялық жоба іске асырылды және 44 мыңнан астам жұмыс орны құрылды. Олар өнеркәсіп, ауыл шаруашылығы өндірісінің және шаруашылықтың басқа да салаларының жаңа технологияларының арқасында, былтырғы өткен ЭКСПО-2017 Астанада Қазақстан экономикасын позициялау объектісі болады. Қазақстанның инвестициялық аймақтандыру картасы әзірленді.

Өнеркәсіптің жетекші салаларын үдемелі индустриялық-инновациялық дамыту процесі басталды. Ауыл шаруашылығы өнімдерін қайта өңдеуде серпіліс жасалды. 2016 жылға дейін шаруашылықтың әртүрлі салаларында 500-ден астам инвестициялық жоба жүзеге асырылды. Бұл өнеркәсіп, ауыл шаруашылығы, көлік инфрақұрылымы және ел экономикасының басқа да салаларының салалық құрылымын кеңістіктік-уақытша орналастырудың жаңа географиясын қалыптастырды және қалыптастыруға бастамашылық жасауда [3]. Таяу болашақта Қазақстанның экономикалық географиясының түрлі тақырыптық карталарында Қазақстан шаруашылығының барлық саласындағы кәсіпорындардың көптеген жаңа объектілері белгіленетін болады. Бұл нысандарды орналастыру студенттердің жаңа буынын озық оқыту контекстінде зерделеу міндеті тұр.

Әлемдік экономиканың жаһандануы және әлемдік нарықтарда өткір бәсекелестік күрес жағдайында, сондай-ақ ішкі нарықтың аз сыйымдылығында Қазақстан мен оның аумақтарын одан әрі дамытудың болашағы айқындалады. Бұл перспективалар елдің шикізат ресурстарын әлемдік нарықтарға және транзиттік аумақтарға ірі экспорттаушы ретінде ғана емес, ең алдымен орта және жоғары технологиялық тауарларды жеткізуге, сондай - ақ Орталық Азия өңірінде сервистік қызметтердің (сауда-логистикалық, көлік-ақпараттық, қаржылық, білім беру және т.б.) кең спектрін ұсынуға бағдарланған тұрақты экономикалық жүйе ретінде позициялау мүмкіндігімен байланысты. Осы мақсатта Республика әлемге еліміздің мүмкіндіктерін көрсету үшін Астананың әлеуетін тиімді және мақсатты түрде пайдаланады. Сондықтан халықаралық қауымдастық Қазақстанды "EXPO-2017" дүниежүзілік көрмесін өткізу орны – планетарлық ауқымдағы іс-шараны таңдады.

Қазіргі заманғы экономикалық-географиялық және геосаяси жағдайдың абсолюттік артықшылықтарын және геоэкономикалық дамудың ашылатын мүмкіндіктерін пайдалана отырып, Қазақстан өңірдің экономикалық көшбасшысы болуға және оның дамыған индустриялық және сервистік-технологиялық орталығына айналуға ұмтылады. Қазақстан өңірге инвестицияларды, озық технологиялар мен адами ресурстарды тарту орталығына, өңірішілік экономикалық байланыстардың интеграторына айналуы тиіс.

Елдің бәсекелестік артықшылықтарын қалыптастыру және дамыту географиясы ел мен оның жекелеген аумақтарын табысты ұстанымдауға бағытталатын болады:

әлемдік нарықта:

минералды шикізатты, астық өнімдерін, оларды қайта өңдеу өнімдерін ірі өндіруші және жеткізуші;

еуропалық, Азия-тынық мұхиты және Оңтүстік Азия экономикалық өзара іс-қимылының трансконтиненталдық экономикалық көпірі;

өңірлік нарықта:

өңірлік нарыққа өнеркәсіп және ауыл шаруашылығы өнімдерінің ірі жеткізушісі;

аймақтың қазіргі сервис орталығы;

аймақтың инновациялар орталығы.

Қазақстанның әлемдік нарықта позициялануының перспективалық бағыттары. Қазақстан - минералды шикізатты, астық өнімдерді және оларды қайта өңдеу өнімдерінің ірі өндіруші және жеткізушісі ретінде.

Қазақстан әлемдік нарықта көмірсутек шикізаты, уран, металлургия өнімі және бидай сияқты өнім түрлері бойынша жақсы позицияға ие. Болашақта бұл өнім түрлері Қазақстан әлемдік нарықта бәсекелесе алатын негізгі тауарлар болып қалады.

Осы салалардың өнімдерін, ең алдымен, минералдық шикізатты экспорттаудан түсетін табыстар экономиканың басқа салаларын дамыту және ел мен оның өңірлерін әлемдік экономикалық жүйеге ықпалдастыру факторына айналуға тиіс.

Ұстанымдаудың осы бағыты шеңберіндегі негізгі міндет сыртқы нарықтардағы қолданыстағы ұстанымдарды күшейту және өндірістің озық технологияларын енгізу және жаңа әлемдік нарықтарға шығу есебінен сапалы минералдық шикізатты, металлургия және астық өнімдерін ірі әлемдік жеткізушілердің қатарына кіру болады.

Қазақстан - Еуропалық, Азия-тынық мұхиты және Оңтүстік Азия экономикалық жүйелерінің өзара іс-қимылының трансконтиненталдық экономикалық көпірі ретінде.

Елдің екі континенттің (Еуропа мен Азияның) түйіскен жерінде ыңғайлы географиялық орналасуы және оның көлік-коммуникациялық дәліздерінің халықаралық құрамына қосылуы жүк транзитінен ғана емес, келешекте Еуразиялық кеңістіктегі қалыптастырылатын сауда-экономикалық интеграция процестеріне қатысудан пайда табу мүмкіндігін алдын ала айқындайды.

Негізгі міндет Батыс пен Шығыс арасындағы кеңістіктегі ресурстардың ағу үдерістерін технологияландыру (логистикалық тораптар, дистрибуцияның заманауи арналары) болып табылады [4].

Қазақстан Республикасындағы туризмді дамытудың болашақ үлгісі - кластерлік модель. Майкл Портер кластердің классикалық анықтамасын келтірді. Кластерде ол белгілі бір салада жұмыс істейтін географиялық жағынан көрші, өзара байланысты компаниялар мен өзара байланысты ұйымдар тобын түсіндіреді, олар бір-бірін толықтырып, бір-бірін

толықтырады. Әрбір кластер келесі негізгі сипаттамалар контексінде қарастырылады:

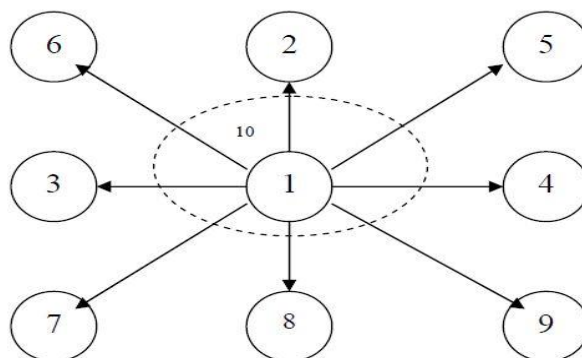
қатысушылардың географиялық концентрациясы мен өзара байланысы; кластерлік фирмалар арасындағы ынтымақтастық және бәсекелестік;

өндірістің сапалық факторларына қол жеткізу;

өнім нарықтарына жақындығы; инновация; тиісті институционалдық алғышарттар.

Туристік кластер - белгілі бір географиялық шекараларда туристік өнімнің дамуына ықпал ететін ұйымдар мен фирмалар жиынтығы. Кластердің негізгі мақсаты бәсекеге қабілетті туристік кешеннің қалыптасуы мен жұмыс істеуі болып табылады, туристік кластер ядросы, басқа сөзбен айтқанда, Қазақстан шетелдік туристерді тарту қызмет көрсету туристік агенттік қызмет провайдері болып табылады. туризм саласындағы кластерлерді дамыту, сондықтан, елдің әл-ауқатын арттыруға ықпал етеді, туристік қызмет көрсету нарығының тиімділігін арттыруға көмектеседі және кластерлік дамуына атқарушы рөлі осы сектордағы үлкен экономикалық тиімділігі және өнімділігі ықпал ететін болады кәсіпкерлер, жобаға қатысушылар үшін қолайлы бизнес ахуалды құру болып табылады. туристік бизнес өкілдері, мемлекеттік органдар мен мемлекеттік мекемелер өкілдері, яғни, туристік өнімнің іске асыру және дамыту мәселелерімен айналысатын туристік кластерді үш филиалы қабылдайды туристік өнімнің қалыптасуы мен маркетингтің табысы тәуелді барлық ұйымдар. Туристік кластер белгілі бір бизнестің жергілікті дамуымен сипатталады, туризмнің кейбір түрлерінің шағын санының дамуы, кәсіпкерлік бизнесті дамыту шектеулі географиялық аймақта орын алады. Туризмнің шағын түрлерін таңдау туристік қызметтердің сапасын жақсартуға ықпал етеді.

Шектеулі аумақ ақпарат алмасу, тәжірибе алмасу, бірлескен талқылау және шешімдерді қабылдауды жеңілдетеді. Осылайша, жаңа туристік өнімді құру, енгізу және дамыту уақыты едәуір қысқартылды. Кластерді дамыту моделі туризм саласында инновацияларды енгізу үшін жақсы жағдай жасайды. Айта кету керек, инновациялық тәсілмен қазіргі заманғы экономикадағы бәсекеге қабілетті туристік өнімді құру мүмкін емес. Бұл мәселеде туризм ғылымы үлкен рөл атқарады. Суретте туристік кластердің негізгі компоненттерінің өзара байланысының диаграммасын көрсетеді (сурет 5). Негізгі компоненттерін сәтті өзара байланыстыру үшін тиімді ақпараттық ортаны құру қажет.



Сурет 5. Туристік кластер арасындағы байланыстар

1-туроператорлар мен турагенттер: 2-туристік рекреациялық ресурстар: 3-орналасу нысандары: 4-тамақтану орындары: 5-транспорт: 6-туристік қызмет түрі: 7-коммуникациялар: 8-әкішіліктер: 9 қоғамдық институттар: 10-ақпараттық орта.

Туристік аудандастыру қиын міндет. Оның күрделілігі екі жағынан тұрады: бүкіл әлем қаралады, яғни бір-біріне ұқсас емес; туризм дүние жүзінде жоқ немесе нашар дамыған, онда аймақтарға бөлу орындарын жабуы тиіс, бірақ ол үшін белгілі бір алғышарттар бар.

Халықаралық туризмде өңірді қалыптастырушы факторлар:

1. туризм тұрғысынан географиялық орналасуы негізгі ерекшеліктері (туристік нарықта қатысты ұстанымы және қабылдаушы аймақтар, тұрақсыз саяси салаларда қатысты жағдай және «ыстық дақтар», көршілес елдермен қарым-қатынас, сондай-ақ аумақтар болып табылады, сол мемлекеттермен туристердің көбісі коммуникация үшін пайдаланатын және т.б.);

2. табиғат табиғаты, жайлылық климат, рекреациялық ресурстардың байлығы мен алуан, пайдаланудың қарапайымдылығы деңгейі;

3. Табиғи және мәдени және тарихи көздермен аумақты қанықтыру, олардың негізгі аймақтары мен туризм орталықтарына қатысты орналасуы мен орналасуы;

4. Туристердің негізгі бөлігі мен перспективті клиенттер үшін табиғи және мәдени-тарихи көрікті жерлердің тартымдылығы дәрежесі;

5. Ауданның қолданыстағы коммуникациялар тұрғысынан қолжетімділігі деңгейі;

6. Осы аумаққа келу және үйге оралу үшін қажетті шығындар деңгейі;

7. Туристерге саяхат жасау үшін қаржы ресурстарының жалпы деңгейі;

8. Туристік инфрақұрылымның даму деңгейі (аумақты орналастыру, көлік, байланыс, тамақ, сауда және т.б.);

9. Туристердің қызмет көрсету деңгейі және біліктілігі;

10. Туристерді қабылдау үшін аумақтың сыйымдылығы;

11. Ішкі саяси жағдайдың тұрақтылығы;

12. Қылмыс пен экологиялық жағдай тұрғысынан туристерге арналған қауіпсіздік деңгейі;

13. Туризм және қонақжайлылық индустриясын құру және одан әрі дамыту үшін жалпы экономикалық даму деңгейі, еңбек, материалдық және қаржылық ресурстармен қамтамасыз ету;

14. туристік нарықта өзінің орнын тұрғысынан аумағы, ауданы бару туристік трафик көлемін, яғни және болашақта осындай ағындарын қалыптастыру алғышарттары;

15. Ауданға келетін шетелдік туристік клиенттердің құрылымы;

16. ауданында туризм негізгі белгілері (маусымдық ырғақтар, ұзақтығы, туризм басым түрлері, сапардың басты мақсаты, т.б.);

17. Туризм проблемаларына биліктің және жергілікті туристік органдардың қатынасы;

18. Ауданның (туризм түскен кірістердің мөлшері, туризм инфрақұрылымын дамыту құны, туризм, басқа экономиканың салалары мен осы секторлардың қарым-қатынас арасында, жергілікті жұмыспен қамту туралы туризмнің әсері, туризм жалпы экономикалық әсер) үшін туризмнің экономикалық рөлі;

Облыстағы туризмді дамытудың келешегі. Туристік аймақтарды қалыптастыруға барлық осы факторлардың маңызы бірдей емес. Бұл факторлардың әсері көптеген комбинацияларда көрінеді. Айта кету керек, көптеген елдердің ішкі туризм тұрғысынан аймақтарға бөлу әдетте халықаралық туризм тұрғысынан сәйкес келмейді, өйткені кейбір азаматтар үшін қызықты және қол жетімді аймақ шетелдік туристер үшін қызығушылық тудырмауы немесе қиын болуы мүмкін. Немесе, керісінше, туристер үшін тартымды орындар күнделікті өмірге байланысты жергілікті тұрғындар арасында қызығушылық тудырмайды. Сондықтан тұжырымдаманы әрдайым көрсету керек: туризмнің қандай түрі - ішкі немесе халықаралық.

3.2 Туристік аудандар түрлері мен құрылымы

Адам мен қоршаған табиғи орта арасындағы қарым-қатынасты мәселелер әртүрлі сипатта. Адамдар мен қоршаған орта арасындағы қарым-қатынас бар, екінші жағынан ғылыми-техникалық прогрестің әсерінен адам қызметінің табиғатты түрлендіруінен болатыды, соның әсерінен қоршаған ортаның жағымсыз өзгеруі анықталуда.

Туризм әрекеттері осы мәселелердің арасындағы қарам қайшылықтарды жоюға бағытталады. Қазіргі мемлекеттегі жаңа нарықтық жағдай жалпы ішкі туризмді дамыту проблемаларынтысты, әлемдік туристік нарықтағы бәсекелестік жағдайын күшейтуде.

Дағдарыс мемлекеттегі экономикалық және қаржылық жағдайларға орай туризмнің әлеуметтік мәселелер аспектілерін қиындаттып отыр. Оларға өмір сүру деңгейінің төмендеуі, жалақы табыстың қысқаруы, адамдардың сатып алу қабілетінің төмендеуі, өмір сүру деңгейіне байланысты, табысы төмен тұрғындардың санының артуы байқалуда.

Туристік әрекет терге мәдениет архитектура, өнер, салт-тұрмыс және т.б.ықпалы орасан. Ал туризм адамдардың, жасалған мәдени өкұрылымдарына солорындарға сүйенеді. Табиғи ресурстарды ғана емес, мәдени және мәдени мұра ресурстарын кеңінен пайдаланады.

Мәдени нысандар мен мұраларды және туризм арасындағы қарым-қатынастарды төмендегі екі аспектіде қарастырамыз:

Түрлі еуропалық және азиялық нарықтадағы ахуалды зерделеу нәтижесінде мынадай қорытынды шығаруға болады:

Тұтастай алғанда Орталық Азияның және дәлірек айтқанда Қазақстанның әлі де болса жаңа халықаралық туристік бағыттар бөлігінде белгісіз болып қалып отыр “Қазақстан” сөзі жиі танылады, бірақ әлі де арнаулы туристік имиджі жоқ

Түрлі еуропалық және азиялық нарықтадағы ахуалды зерделеу нәтижесінде мынадай қорытынды шығаруға болады:

Тұтастай алғанда Орталық Азияның және дәлірек айтқанда Қазақстанның әлі де болса жаңа халықаралық туристік бағыттар бөлігінде белгісіз болып қалып отыр “Қазақстан” сөзі жиі танылады, бірақ әлі де арнаулы туристік имиджі жоқ;

Туристік даму мен оны кеңістікте ұйымдастыруды қозғайтын факторлар әртүрлі. Соның ішінде географиялық фактор ерекше. Сондықтанда туристік қызмет, туристік ағындарды қалыптастыру туризм географиясын зерттеудің негізгі тақырыптарының бірі болып табылады. Ондай жағымды факторлар туристік саяхат көлемін ұлғайтуға ықпал етеді. Шектеу қолайсыз факторлары туристік қызметті шектейді, туристік ағынды азайтады. Статикалық факторлар өз уақытында тұрақты. Бұл топқа рекреациялық және географиялық орналасу, табиғи-климаттық жағдайлар, мәдени-тарихи мұра кіреді. Динамикалық факторларға мыналар жатады: елдегі саяси жағдай, демографиялық, қаржылық және экономикалық, әлеуметтік, инновациялық, халықаралық факторлар, маусымдық. Туризмді жеке өңірлер деңгейінде дамытуға қолайлы факторларды жасау және пайдалану туризмді басқару мен рекреацияның ең өзекті мәселелерінің бірі болып табылады. Табиғи, мәдени-тарихи және әлеуметтік-экономикалық факторлардың үйлесуі туризмнің кеңістіктік ерекшеліктерін және оның тиімді дамуын анықтайды. Осы факторларды есепке алу аймақтық туристік инфрақұрылымның кемшіліктерін анықтауға және жоюға, туристік аймақтардың көрінуін және көрінуін арттыруға, жергілікті туристік нарығын реттеуге мүмкіндік береді. Туризм географиясы факторлардың қолданылуы факторларды шектейтін туристік қызметті ұйымдастыру үшін алғышарттар немесе шектеулердің сипаты бар. Бұл туризм индустриясының дамуына шектеу қою немесе жеңілдету себептері. Қолайлы факторлар - инвестициялар тарту, жұмыспен қамтуды кеңейту және басқа да аймақтық проблемаларды шешу үшін қосымша мүмкіндіктер. Туристік- рекреациялық ресурстарға қарағанда, факторлар әкімшілік мағынаға ие. Қолайлы факторларды жасау жеке аймақтардың

және әлемдік туризм елдерінің басшылығына әкеледі, керісінше, жағымсыз факторлардың пайда болуы туристік ағынды азайтады.

Факторлардан айырмашылығы «ресурстары» ұғымы тұрақты мәнге ие. Табиғи рекреациялық ресурстар адам еңбегі арқылы жасалмаған. Соңғы жылдары антропогендік адамдар әрекетімен пайда болған туристік нысандар қалыптасуды. Олар белгілі бір дәрежеде туристік өнімдер мен қызметтерді өндіру үшін пайдаланылады немесе пайдаланылуы мүмкін. Туризм ресурстары ықтимал адамдардың қажеттіліктерін қанағаттандыру еді, шын мәнінде туристік пайдаланылатын нәрсе және рекреациялық қызмет, сонымен қатар туристік қызығушылық тудыратын заттар ғана емес. Туристік ресурстар туристік өнімдерді өндіру факторы ретінде әрекет етеді. Генераторлық факторлар туристік саяхат көлемін ұлғайтуға ықпал ететін болса, шектеу факторлары туристік қызметті шектейді, туристік ағынды азайтады. Қазақстан немесе басқа аумақтардың туристік әлеуетінде қарастырылатын:

1. Елдің және елге бағытталған жерлердің рекреациялық және географиялық орналасуы.

2. Туризмді дамыту жөніндегі мемлекеттік органдардың саясаты. туризм саласындағы мемлекеттің басты міндеттері туризм, туристік инфрақұрылым құрылымдардың жаңа нысандар мен ғылыми-техникалық прогресс енгізу арқылы материалдық-техникалық базасын техникалық жетілдіру, облыстық туризм технологияландыру және компьютерлендіру, елдің тартымды имиджін қалыптастыру үшін қолайлы жағдайлар жасау болып табылады. Мемлекеттің туристік инфрақұрылымды қолдау және дамыту үшін қаржы-экономикалық шаралары ерекше маңызды. Сонымен қатар теріс болып саналатындараға дағдарыс, саяси және қаржылық тұрақсыздық, жұмыссыздық, бағаның өсуі және тұтыну қысқарту, туристік формальдылықтарды қатайту туризмнің дамуына әсер етеді.

3. Саяхаттың қауіпсіздігі (табиғи апаттар, терроризм қаупі, қылмыстың болуы немесе болмауы және вирустық аурулардың эпидемиясы). Туризм адамның негізгі қажеттіліктерін өзіне қажетті кезде туындайтын қажеттіліктердің жоғары деңгейі болып табылады

4. халықтың әлеуметтік байлық пен табыстың өсуі, жұмыс уақытын қысқарту және әлеуметтік байлық пен материалдың жалпы өсімі азаматтардың әл-ауқаты, туристер санының артуына алып келді.

5. Урбанизация. Заманауи қоғамның ауыр қиындықтары демалыс, демалу, қайта қалпына келтіру қызметі, оның ішінде туризм арқылы қажет етеді. Сондықтан қала тұрғындары ауыл тұрғындарына қарағанда белсенді жүреді. Қала көбірек болса, саяхатқа шыққан адамдар көп.

6. Бай мәдени немесе табиғи мұраның болуы туристерді тартады.

7. Инфрақұрылымды дамыту туризм индустриясының оң динамикасын анықтайды немесе шектейді. Көлік желілерінің интеграцияланған сипатында әуе айлақтары-порттары мен магистральдар сыйымдылығы аса маңызды.

8. Қонақжайлық индустриясында қолданылатын ақпараттық технологиялар, әсіресе нақты уақыт режимінде брондау жүйелерінің болуы.

9. Қонақ үй және мейрамхана қызмет көрсету деңгейі, бос уақытын кәсіпорындардың дамыту, бөлшек, қоғамдық тамақтандыру, жайлылық деңгейі рутеше- әрекетті жақсартуға бағытталған демалыс аймағы және оның қауіпсіздігі болып табылады.

10. Адам ресурстарын пайдалану. Туристік және қонақ үй бизнесі персоналының жұмысының деңгейі, оның кәсіби біліктілігін дайындау, еңбекті ұйымдастыру.

11. Туристік өнімнің, қызметтердің және бағалардың сапасы, сипаты және жетілдірілуі. Туристік өнімдерге бағаның деңгейі мен оларға деген сұраныс арасындағы байланыс. Нарықта ірі трансұлттық операторлар мен шағын кәсіпорындардың айтарлықтай саны жұмыс істейтін жағдайлар жасау.

12. Туристік өнімдерді ілгерілету, жарнамалау және сатудағы бұқаралық ақпарат құралдарының рөлі. рекреациялық қызметінің шектейтін факторлардың кейбір (т.б. санитарлық және қорғау аймақтары, табиғи-қорық қорының объектілерін, өсімдіктер мен жануарлардың сирек кездесетін түрлерін тіршілік ету ортасы)

Туризмді дамыту екі топқа бөлінеді: статикалық және динамикалық. Статикалық факторлар уақыттық құндылыққа тұрақты және туристік және рекреациялық ресурстардың ұғымымен сәйкес келеді. Дегенмен, туристік индустрия оларды туристік қажеттіліктерге бейімдейді, оларды пайдалану үшін қол жетімді етеді. Бұл топқа рекреациялық және географиялық орналасу, табиғи-климаттық жағдайлар, мәдени-тарихи мұра кіреді. Динамикалық факторларға мыналар жатады:

1. Елдегі саяси жағдай. Дағдарыстар, саяси тұрақсыздық, экономиканы милитаризациялау немесе шекараларды ашу саясаты; туризм саласындағы әкімшілік бақылауды жұмсарту; Салықтық және ақша-несие саясатын біріктіру мұның бәрі елге саяхат жасау мүмкіндігін тікелей анықтайды [53].

Демографиялық факторлар. Халқының урбанизациясы мен халықтың жұмыспен қамтылуы халықтың жалпы туристік мобильділігін анықтайды. Ал 30-50 жаста туристік мобилділігі артады. Туристердің бай елдерінде зейнеткерлер саяхаттауды жақсы көреді.. Бұл жас тобында бос уақытты, жеткілікті материалдық қауіпсіздікті, сондай-ақ жайлы тұру (қонақ үйлер) және бай когнитивтік ресурстармен сипатталатын денсаулық туризмінің жалпы бағыттарына қызығушылық бар.

3. Финанс-экономикалық факторлар. Туризмді дамыту туристік инфрақұрылымды дамытуға жұмсалған қаражаттың көлеміне туристердің сатып алу қабілетіне байланысты экономикалық тұрақтылыққа өте сезімтал. Экономикалық циклдің (қалпына келтіру немесе рецессия)

фазасы маңызды болып табылады және ұлттық экономика болып табылады.

4. Әлеуметтік факторлар. Бос уақыттың ұзақтығы мен төленген демалыстың ұзақтығы туристік сапарлардың ұзақтығы мен жиілігін анықтайды. Туризмді дамытудың әлеуметтік факторларының қатарында қоғамның рухани құндылықтарында, халықтың мәдени деңгейінде, оның білім беруінде басымдықтар бар, олар табиғи және мәдени құндылықтармен танысуды қалайды.

5. Туризм индустриясының ғылыми-техникалық прогресті және компьютерлендіруін анықтайтын инновациялық факторлар жаппай туризм үшін қажетті жағдайларды жасайды. Олар көлікті жақсарту, электронды байланыс құралдарын пайдалану, телекоммуникация, компьютерлік резервтеу жүйелерін құру болып табылады, бұл өз кезегінде бос уақытында адамның рөлін едәуір арттырады.

6. Халықаралық факторлар, жеке мемлекеттер арасындағы өзара түсіністік дәрежесі туристік ағындардың конъюнктурасына қатты әсер етеді. Халықаралық туристерді қабылдайтын елдердің көбі оларды тек қана қолайлы жағдаймен ғана емес, сонымен қатар визалық режимді жеңілдету арқылы тартуға тырысады.

7. Мезгілдік. Әлемнің көптеген өңірлерінде саяхат, демалу, емдеу, спорт үшін ауа-райы жыл айларында ерекшеленеді, бұл жыл ішінде туристік қызметтерге деген сұраныстың ауытқуына және тұрғын үй және азық-түлік шығындарын арттыруға әкеледі.

Табиғи факторлар . Табиғи факторлар демалуға және туризмді дамытуға тарихи негіз болып табылады. Көптеген туристер өздерінің қолайлы климаты, теңіздер, өзендер мен көлдер жағалауларында, әртүрлі рельефті, көркем пейзаждар жасайтын аумақтарда физикалық және рухани күштерін қалпына келтіреді. Туристерге минералды булақтардың, емдік балшықтардың, үңгірлердің және басқа да геологиялық және геоморфологиялық объектілердің болуы тартылады; флора мен фаунаның алуан түрлері; табиғи ескерткіштер мен ерекше қорғалатын табиғи аумақтардың болуы.

Табиғи факторлар Қазақстан аумағында да, әлемнің басқа өңірлерінде кеңістіктік дифференциацияға ие. Олардың комбинациясы туристік және рекреациялық қызметтің дамуына қолайлылық деңгейін анықтайды.

Демалыс пен туризмнің дамуына әсер ететін негізгі табиғи факторлар. Демалыс пен туризмнің дамуына әсер ететін негізгі табиғи факторлар Әрбір табиғи фактор туризмнің жекелеген түрлерін дамыту қажеттілігіне байланысты қасиеттерді генерациялайтын және шектейтін болуы мүмкін. Мысалға, өзен, теңіз бойындағы круиздік туризмнің дамуына кедергі келтіреді, бірақ бұл жағдайда табысқа жету үшін экстремалды су туризмін жүзеге асыруға болады. Табиғи факторлар сондай-ақ туристік орналасқан таңдау және рекреациялық объектілер,

туристік ағындарын қалыптастыру, маусымға байланысты, тәуекел дәрежесін және туристердің қауіпсіздігін қамтамасыз ету әсер статикалық және динамикалық қасиеттері бар. Табиғи факторлардың тиімділігі туралы туризм орнының рекреациялық және географиялық орналасуы тауларға, ормандарға, су объектілеріне қатысты ерекше әсер етеді; жағалау сызығының сипаты; туристердің негізгі жеткізушілеріне қатысты елдің позициясы; маңызды транзиттік бағыттар бойынша аймақты табу және т.б. Кешенді және, әдетте, көркем суретке түсіретін танымал жерлер. Таулары және т.б. таза тау ауасы, ультракүлгін сәуле өсті деңгейіне, шаңғы және альпинистік орталықтарын ұйымдастыру мүмкіндігі арқылы рекреациялық ресурстардың ірі қоры бар Соңғы онжылдықта туристердің жер шарының экзотикалық бұрыштарына деген қызығушылығы артты. Адамдар әртүрлілікке және бірегей табиғаты бар жерлерге жаңа стандартты емес саяхатқа баруға ұмтылады [54].

Негізгі табиғат факторларының бірі - ландшафттың негізі ғана емес, сонымен қатар адамның тіршілік әрекетінің арены. Бұл табиғаттың барлық компоненттеріне - климат, су, өсімдіктер мен жануарлар әлеміне әсер етеді және туристік және рекреациялық қызметтің барлық негізгі түрлерін дамыту мүмкіндіктерін анықтайды. Рельеф абсолютті және салыстырмалы биіктік, тік және көлденең диссекция, әр түрлі оң және теріс формалармен және оны түрлендіру процестерімен сипатталады. Сауықтыру түрі (төрт түрді қамтиды - тау шаңғысы, су асты жүзу, рафтинг, балық аулау және аң аулау); назарға туризм және жерлерде рекреациялық қасиеттері және осы қасиеттерін нақты көрсеткіштерін таңдау ерекше назар аударуды қажет етеді, табиғи кешен, бедердің негізгі ұстанымын ескере отырып, рекреациялық және білім беру түрі. Климат туристік және рекреациялық қызметті ұйымдастыруға оң және теріс әсер етеді (кесте 10).

Климаттық факторларды пайдалану белгілі бір биоклиматтық жағдайларда адам өмірінің механизмін ынталандыру үшін шешуші емдік маңызға ие. Климаттың адам ағзасына әсер етуінің негізгі сипаттамалары оның жеңіл және ультра күлгін режимімен сипатталатын күн радиациясы болып табылады. Адамның әсер етуінің ең маңызды метеорологиялық сипаттамалары - температура, ауа ылғалдығы, атмосфералық қысым, желдің бағыты мен жылдамдығы, жауын-шашын. Бұл элементтердің өздерінің өлшем бірліктері бар. Ауа температурасы аумақтың жылу режимін сипаттайды және туристік және рекреациялық мақсатта пайдаланылады, түрлі кезеңдердің ұзақтығын ажыратады: аязсыз; жазғы демалыс үшін қолайлы; шомылу кезеңі үшін қолайлы және т.б.

Рекреациялық іс әрекеттер топтамалары

Медициналық және климаттық сипаттамалары 1 700 1 700-2 000 аз жылына күн сағат саны; 2 500-ден астам 2 000-2 500 шілдеге арналған күн сағаттарының саны 280. 280-300-ден кем; 340-ден астам 300-340 Жыл бойы күн жоқ күндер саны 140. 100-140 астам; 60. 60-100 күннен аз

Күні жоқ шілде Шілдеде 3-тен 2-3-ке дейін; 1-2 Қантарда күнсіз күндер саны 25-тен 20-25-ке дейін; кемінде 10. 10-20 [56].

Кесте 10

Туристiк факторлар мен нысандар

№	Факторлар түрі	Мысалдар
1	Табиғи	Аумақтардың ландшафтылық ерекшеліктері, географиялық орны, геолого-геоморфологиялық сипаты, климаты, су-гидрологиясы, жер асты су көздері, топырақ өсімдік жамылғысы, жануарлар дүниесі
2	Әлеуметтік экономикалық	Өндіріс орындарының шоғырлануы, қызмет көрсету түрлерінің алуан түрлілігі демалыс пен туризм сферасының даму дәрежесі, тұрғындардың қаржылық жағдайы, тауар, зат бағасы, транспорттық инфрақұрылымы, жарнама және тұрғындардың әлеуметтік статусы, мәдени даму тіршілігі мен ұлттық салт дәстүрлердің даму жағдайы
3	Демографиялық	Урбанизация деңгейі, жастық жыныстық құрамы, халықтардың орналасу жағдайы
4	Әлеуметтік психологиялық	Мәдени және іскерлік қатынастардың интенсивтілігі мәдени өмір сүру типіне, жеке тұлға туралы түсініктерге
5	Медициналық-биологиялық	Адамдардың денсаулығына байланыстылығы. Емдік сауықтыру алдын алу мақсатында
6	Экологиялық	Табиғи ортаның жағдайы және адамдарға қолайлылығы
7	Тарихи археологиялық	Көне қалалардың орнының географиялық тұрғыдағы мәні

Ультракүлгін режимінің медициналық-климаттық сипаттамалары Жердің орналасуына орай. Ультракүлгін режимінің медициналық-климаттық сипаттамалары Жағдай дәрежесі 67,5 ° N-тан асады Ультракүлгін тапшылығы Тітіркенуге режимі белсенді NУ ыңғайсыздық УК тапшылығы 67,5-62,5 ° Жоқ бар ұзақ уақыт Қыста Ультракүлгіннің болмауы Оқыту режимі, қысқы ыңғайсыздық УК-дегі тапшылық 57.5-62.5 ° N Қыста ультрафиолет тапшылығының іздері Жұмсақ режим, қыста 52,5-57,5 ° N шамалы ыңғайсыздық Оңтайлы жұмсақ режим, жайлы UV режимі 47,5-52,5 ° N Жазда ультракүлгін сәулелерінің іздері Жазғы жұмсақ режимде, жеңіл УК-нің ыңғайсыздығы 42,5-47,5 ° N Жазғы уақытта УК-дан артық УК-нің жазғы ыңғайсыздығы 42,5 ° -тен аз Ультракүлгін сәуле тітіркендіргіш режимнің шамадан асып кетуі, ультракүлгін сәулеленудің белсенді қолайсыздығы [56].

Медициналық климаттық сипатты параметр жылу режимі экспозиция режимі тітіркендіргіш, тәжірибеші; 240-ден астам 180-240 Қысқы кезеңнің ұзақтығы (күндер бойынша) 60, 90-120-дан кем; 15-тен астам 20 дейін (күн) 150, 120-150 ұзақтығы мерзімі ыңғайсыздық гипотермия (күн) аз 20, 10-20, 10 ұзақтығы жыл мерзімі (күн) кем 60, 60-90,, 90 ұзақтығы мерзімі ыңғайсыздық қызып 15 жылу мүмкіндік қарағанда 20 Шегеру: 11-ден кезеңдердің жазда жайлы жағдай қайталануы (%) (ЕЕТ

= 17-22 °) кем; 30-дан астам 11-20 21-30 Шомылу маусымының ұзақтығы (күндері) 60 60-90-дан кем 90-дан астам [57].

Барлық биоклимат параметрлері адам ағзасына қолайлы әсер дәрежесі бойынша тітіркендіргіш, жаттығу және сақтауға бөлінеді. жаңа туристік және рекреациялық аймақтарға, жоспарлау және курорттық-рекреациялық аудандардың бейініне дизайнын әзірлеу кезінде осы санаториялық емдеу ұйымдастыру тиімділігін арттыру, қарастырған жөн. Биоклимат параметрлері курорттар мен аумақтардың биоклиматтық төлқұжатына енгізілген. Есептеулер негізінде туризм, демалу және емдеу үшін жайлылық деңгейі бойынша аумақты аймақтарға бөлу жүргізіледі. Келесі жайлылық аймақтары бөлінеді: ыңғайлы (үнемдеу және сақтау режимі); қатысты камфортты (режимдерді сақтау және тітіркендіргіш); ыңғайсыздық (тітіркендіргіш режим), төтенше (жылдың барлық маусымдарында тітіркендіргіш режим). Қазақстан аумағының басым бөлігі қоңыржай белдеу болып табылатын 43 ° С жоғары орналасқан. Қазақстан географиялық орналасуы, әрине туризм және оның түрлері әртүрлілігін дамуына әсер етеді континентік ел ретінде оны анықтайды. Ресей аумағының басым бөлігінде ұзақ суық қыс, ал қысқа жаз мезгілінде ашық суда жүзу мүмкіндігі бар. Біздің еліміз үш климаттық аймақтарында орналасқан: қоңыржай, құрлықтық құрлықтық, шұғыл континентті және муссондық: арктикалық, 42 және қоңыржай климат төрт табиғат зонасын қалыптастырды. Бұл туристік-рекреациялық қызметтің климаттық жағдайларының қолайлығынан көрінеді . Каспий теңіз жағалауында бөлігі жаппай сауықтыру туризмі үшін ең тартымды болып табылатын, теңіз, өзендер, көлдер, тоғандар, және олар туризм және демалыс ұйымдастыру ерекше рөлі бар тиесілі. жазда тоғандар жағасында демалыс ең танымал нысандары және т.б. рафтинг, дамыған жүзу, күн және ауа ванналар, мен акваториялар болып табылады .. су бассейн жүйесін өзендер, көлдер мен су қоймалары трансформациялау ықпал етеді туристік және туристік-қызметінің көптеген жайттар орнын анықтайды рекреациялық шеңберінде Жеңілдік (курорттары, демалыс үйлерін, лагерь және т.б.).

Су объектілеріне демалушыларға эстетикалық әсер ететін көркем жағалау пейзаждарының болуы сипатталады. Бұл факт су ағындары мен су қоймаларының жағасында тікелей қысқа мерзімді және қала маңындағы демалыс орындарын таңдағанда шешуші болып табылады. Құрлықтағы және су кешендері тозуын туындатпай, рекреациялық мақсаттар үшін кешенді қолдана отырып, рекреациялық әлеуетін, арттырады. Сыйымдылығы кешендері өзін сауықтыруын қабілетін жоғалтпай, белгілі бір табиғи кешен рекреациялық жүктеме төтеп қабілеті сипатталады, олардың сыртқы тұрақтылық, байланысты. - жаяу және атқарушы жағалау аймағы аумағында бастапқы пайдалану (тұрақты-қалғандары стационарлық ұйымдастырылған және ұйымдастырылмаған демалыс 1)

сауықтыру іс-шаралары: Туристік және жағалау аймағы мен су аумақ шегінде сауықтыру іс-шаралары екі топқа бөлінеді.

Физиолог ғалымдар өз еңбектерінде климатты ыстық қолайсыз, ыстық субқолайлы, қолайлы, салқын субқолайлы, суық қолайсыз деп бағалай отырып, оларды 9 типке жинақтаған. Қолайлы ыстық, суық температура турист- демалушылар үшін ең қолайлы. Себебі адам терісінің орташа 31-33⁰С температурасы қоршаған орта температурасына сәйкес болғандықтан соған сәйкес ауа-райы типінде қатыстылығы байқалады. Егерде жоғары немесе төмен температуралы ауа райы болса, ол адам ағзасы мен терінің температурасы мен жылу реттеуге түсетін салмақты арттырады (кесте 11).

Кесте 11

Адамның физиологиялық күйі мен ауа райы типінің арасындағы өзара байланысы

Терінің өлшенген орташа температура сы	Жылуды Сезіну	Тердің бөлінуі, мг/сағат	Түсірілетін жылу реттегіш салмақ	Ауа райының сыныбы [55]	Данилова бойынша ауа райын бағалау [56]
> 34 > 34 > 34	өте ыстық ыстық өте жылы	> 750 750-400 400-250	шамадан тыс үлкен қалыпты	4-Ж 3-Ж 2-Ж	қолайсыз ыстық
34-33	жылы	250-150	әлсіз	1-Ж	ыстық субқолайлы
32,9-31,0	қолайлы	< 100	төмен	Қ	қолайлы
30,9-29,0	салқын		әлсіз	1-С	салқын, ішінара қолайсыз
28,9-27,0 26,9-27 < 23	суық өте суық қатты суық	< 100 < 100 < 100	қалыпты шектен тыс үлкен	2-С 3-С 4-С	қолайсыз суық

Ауа райының Ж (жылы) және С (суық) типтерінде температураның көтерілуі немесе төмен түсуінен ауа райы адам ағзасына қолайсыз әсер етеді. Ауа райының 2-Ж және 2-С сыныбында жаттыққан және спортпен шұғылданатын адамдар үшін туристік-рекреациялық іс-әрекеттерді жүргізуге болады. Ауа райының 4-Ж және 4-С сыныбында ағзаның әр түрлі дәрежедегі созылмалы ауруларының байқалуы мүмкін болатындықтан, туристік-рекреациялық іс-әрекеттерді жүргізуге болмайды [60].

Балқаш – Алакөл алабында туризмді дамытудың рекреациялық географиялық негіздері (жазық аумақтар мысалында) Асубаев Б.К материалы негізінде қарастыруға баолады.

Климат адам ағзасы қалай әсер етендігі 6-кестеде анық көрсетілген. Кестеге талдау берсек қолайлылығы жоғары ауа райы жағдайында, туризм

субқолайлы жағдайда туристік іс әрекеттермен ,рекреациямен айналысу белгілі бір деңгейде шектелуі мүмкін. Қолайсыз ауа райы дискомфорт тудырады адамдардың демалуына ыңғайсыз болып саналады.

Туристік әрекеттерді жолға қою мақсатында жергілікті аймақтардың климат жағдайын оқып - үйрену қажет. Ағзаның жылу температуралық жағдайын зерттеумен ғана шектелмей, жалпы метеорологиялық климаттық жағдайларды да бағалау керек. Желдің жылдамдығы 6 м/с жоғары болып, жауын-шашын 3 мм асқанда және ұзақ тұманды болған кез-келген ауарайы туристерге ықпал етеді.

Пейзаждардың эстетикалық құндылығы үш құндылыққа бөлінген. Бірінші класс жоғары эстетикалық құндылығы бар және нақты құрамы, жақсы өткізгіштігінің және жоғары санитарлық салауаттылығы түрлі сипатталады. Үшінші класқа туризм мен демалыс үшін қолайсыз, қиын, батпақты пейзаждар кіреді. Екінші сынып аралық орын алады. Ландшафттың санитарлық-гигиеналық жай-күйі, демалыс және туризм үшін үш, жоғары, орташа және төменгі рейтингтері бар. Аумақты туристік және рекреациялық пайдалану үшін ең бастысы - табиғи ландшафтардың эстетикасы. ашық және жабық бос (орман, егістік жер, шабындық, батпақтар), ең жоғарғы көріну пейзаждар әртүрлілікті қамтамасыз ету түрлері Панорама болуын айнымалы ландшафт (берік жерлерде, су органдарының, әр түрлі өсімдіктер) бірнеше компоненттерін комбинациясы арқылы анықталады сахналық алаңы. ландшафт эстетикалық қасиеттерін бағалау үшін ландшафт (топография, өсімдіктердің, су объектілеріне, климат) барлық компоненттерін талдайды нүктесі скоринг әдісінің, кеңінен пайдалану болды. Зерттелген ландшафттың құндылығын интегралдық бағалау аумақтың рекреациялық әлеуетін және оның кеңістіктік саралануын анықтауға мүмкіндік береді. Ландшафттық-рекреациялық аймақтарды бөлу нәтижесі қолайлы демалыс аймақтары шекараларын белгілеу болып табылады, салыстырмалы жағымды және қолайсыз. Минералды су және емдік балшық медициналық және сауықтыру туризмін дамытудың маңызды табиғи факторы болып табылады. Олар бальнеологиялық деп аталатын табиғи емдік ресурстардың негізін құрайды. Минералды су көздері - жер бетіндегі минералды сулардың табиғи шығуы. Минералды компоненттердің құрамының артуына байланысты минералды сулар адам ағзасына терапиялық әсер етеді. Бұл сулар температура, қышқылдық, минералды заттар мен газдар бойынша жіктеледі. Іс жүзінде, су оқшауланған сегіз түрлерін пайдалану: натрий хлориді, сульфид, көмірқышқыл газы, радон, бром, йод, азот-кремнийлі органикалық су түрі «Арасан». Емдік балшықты депозиттері түрлі су қоймаларын, шымтезек батпақтар шөгінділерін, балшық вулкандар және су тұратын басқа, минералды және табиғи құралымдардың органикалық заттар болып табылады. Әдетте, емдік балшықтар - біртекті, пластикалық, ұсақ балшықпен емдеуге арналған майда дисперсті масса. шымтезек, сапропеля, ила сульфидті, гидротермиялық: емдік балшықтар

шыққан бес түрге бөлінеді. Ол минералды сулар және көптеген ресейлік өңірлердің және олардың өріс тән емдік балшыққа болуы жиі денсаулық туризм жүзеге асыру үшін туристік және рекреациялық инфрақұрылым объектілерін орналасуын анықтау атап өткен жөн. Табиғи жағдайларды бағалау кезінде жазғы және қысқы туризм үшін бірдей факторлардың әр түрлі мәндерін ескеру қажет. Жаз табиғи факторлардың мынадай туризм және демалыс түрлері бағаланады: қолайлы температура жағдайында, күн ұзақтығы, батпақты су объектілерін, салыстырмалы ылғалдылық, топография, су мазмұны, өсімдіктер, жылу сипаттамаларының ұзақтығын. Қысқы туризм мен демалыс үшін бағаланады: ұзартылды қолайлы температура жағдайлар, күн ұзақтығы, жел жағдайларын, қар, рельефі, өсімдіктерді (кесте 12). Табиғи факторлардың, ең алдымен, адамның физиологиялық жай-күйі демалыс кезінде және туристік және рекреациялық қызметтің орындарын ұйымдастыруына әсер етеді. адам тұрғын үй және рекреациялық қызметті жүзеге асыру үшін қабақ танытқан дәрежесін әсерін бағалау картасын жасау, және бес бағыттарын анықтауға мүмкіндік табиғи факторлардың жан-жақты талдау: 1) ең қолайлы аймақтар; 2) қолайлы; 3) төмен қолайлы; 4) қолайсыз; 5) өте қолайсыз болып табылады.

Кесте 12

5 балдық бойынша Қазақстан аумақтарының тартымдылық көрсеткіштері

Тартымдылық көрсеткіштері	Аумақтар				
	Орталық қазақстан	Солтүстік қазақстан	Шығыс қазақстан	Батыс қазақстан	Оңтүстік қазақстан
Табиғи ландшафтың молдыңғы	3,9	4,1	3,8	3,8	4,4
Қызмет көрсету деңгейі	2,3	3,0	2,4	2,7	2,4
Туристік инфрақұрылым	3,4	2,6	3,3	3,1	3,3
Туристерге қауіпсіздік жағдайы	3,4	3,5	3,2	3,4	2,7
Баға саясаты	2,0	1,8	2,0	1,9	2,1
Ескерту* автор әдебиеттер негізінде құрастырған					

Қазақстанның туристік нарығы және оның әлеуеті

Қазіргі уақытта туризмді дамытудың мақсаты:

туризмнің экономиканы табысты саласына айналдыру жолымен трансформациялау туризмді дамытуға қабілетті жоғары табысты туристік индустрия халықаралық туристік нарықта сапалы, бәсекеге қабілетті өнімін енгізу;

республиканың туристік әлеуетін арттыру;

Мәдени-тарихи және тарихи-мәдени құндылықтарды сақтау және ұтымды пайдалану табиғи және рекреациялық ресурстар;

халықтың барлық катмарлары үшін туристік ресурстардың қолжетімділігін қамтамасыз ету, туристік қызметтерге қойылатын талаптарды барынша қанағаттандыру; халықты жұмыспен қамтуды ынталандыру;

Туризм саласындағы мемлекеттік және жеке құрылымдардың өзара іс-қимылының тиімділігін арттыру;

шағын және орта бизнесті дамыту.

Республикадағы саланы дамыту, біздің ойымызша, келесі қағидаттарға негізделуі тиіс:

әрбір адамның демалу және бос уақытты өткізу құқығын жүзеге асыру;

арасындағы өзара түсіністік пен ынтымақтастықтың адамгершілік сипаты

халықтар мен ұлттарға, бейбітшілік пен құрметке, нәсіліне, жынысына, тіліне және дініне қатысты айырмашылықтарсыз адамның құқықтары мен негізгі бостандықтарын құрметтеуге;

әділеттілік және егемендік теңдігі, Мемлекеттік, оның саяси, экономикалық және әлеуметтік жүйелеріне қарамастан;

қоршаған орта мен мәдени мұраны құрметтеу;

әлеуметтік теңгерім мен даму, жеке және қоғамды тәрбиелеу -әлауқат;

Туризмнің тұрақты дамуы. Мақсаттарға қол жеткізу үшін келесі міндеттерді шешу керек:

Туризм саласындағы мемлекеттік саясатты жандандыру;

туристік қызметті реттеу жүйесін жетілдіру;

құқықтық, ұйымдастырушылық және экономикалық дамуы туризм индустриясының негіздері;

демпингке қарсы және басқаларын қабылдау арқылы туристік нарықты қорғау мемлекеттік қолдау шаралары;

туристердің қауіпсіздігін қамтамасыз ету;

Қазақстанның беделді туристік объектісі ретінде Қазақстанның имиджін қалыптастыру нысан;

ақпаратты қолдау жүйесін жетілдіру;

Туризм саласында ғылыми зерттеулерді тереңдету;

туристік қызметтерді статистикалық есепке алу әдістемесін енгізу

халықаралық стандарттарға сәйкестігі;

Туристік объектілерді қайта құру және салу үшін отандық және шетелдік инвестицияларды тарта отырып, туристік инфрақұрылымның дамуын ынталандыру;

стандарттау негізінде туристерге қызмет көрсету сапасын арттыру - сертификаттау және туризмді лицензиялау;

Оқыту және біліктілігін арттыру жүйесін дамыту туризм саласы;

Туризм саласындағы халықаралық ынтымақтастықты дамыту;
Қоршаған ортаны қорғау, теріс әсерді азайту жөніндегі шараларды қамтамасыз ету әлеуметтік әсер ету және мәдени мұраны сақтау;

Туризмдегі жағымсыз үрдістерді еңсеру.

Туризмді дамытудың негізгі бағыттары. Мақсаттар мен мақсаттарға сәйкес туризм секторын дамытудың мынадай негізгі бағыттары анықталды:

1) туристік қызметті мемлекеттік реттеу. Туризмді мемлекеттік реттеу жүйесін жетілдіру туристік қызметтің өзгерген әлеуметтік-экономикалық жағдайын, мақсаттарын, қағидаттарын және мақсаттарын неғұрлым толық қанағаттандыратын жаңа тәсілдерді талап етеді. Бүгінгі күні туризм саласында жұмыс істейтін атқарушы билік органдары мен ведомстволардың өзара іс-қимылын реттеуге мемлекеттің рөлін күшейту қажет.

Интеграцияланған туризмді дамытудың сәтті жүзеге асырылуын қамтамасыз ету тікелей саланы мемлекеттік реттеу әдістерін дұрыс таңдауға байланысты. Қазіргі уақытта саланы мемлекеттік реттеу келесі шараларды іске асыруға бағытталуы тиіс:

Республикада туризмді дамыту және жоспарлауды үйлестіру және аймақтық деңгейлер;

Туризм индустриясындағы қатынастарды реттеуге және жетілдіруге бағытталған заңнамалық және нормативтік базаны қамтамасыз ету;

сапалы туристік өнімнің ажырамас бөлігі ретінде туристердің қауіпсіздігін және қауіпсіздігін қамтамасыз ету;

Статистикалық және ғылыми-зерттеу қызметін жетілдіру;

туризм үшін кадрлар даярлау, оның ішінде білім беру және оқыту стандарттарын әзірлеу;

мүдделі министрліктер мен ведомстволар арасында, сондай-ақ мемлекеттік және жеке секторлар арасында туризм саласында үйлестірудің барынша жоғары деңгейін қамтамасыз ету;

туризмді дамытудың нақты бағыттарында жерді пайдалануды және құрылыс нормаларын қолдануға бақылау жасау;

тарифтерді бақылау, туристік агенттіктердің, тасымалдаушылардың қызметін лицензиялау, туристік объектілердің сапасы және қызмет көрсету стандарттары;

еліміздің имиджін қалыптастыру, туристік көрмелерді және басқа да іс-шараларды ұйымдастыруды қоса алғанда, қазақстандық туристік өнімнің маркетинг және насихатталуының басымдықты шараларын анықтау;

Халық арасында туризм құндылықтарын көтеру және қоршаған ортаны қорғау;

қолайлы жағдайлар жасау

Әлемдік экономиканың қазіргі даму жағдайында туризм жетекші және серпінді дамып келе жатқан салалардың біріне айналуда. ЮНВТО

деректері бойынша туризм Тауарлар мен қызметтердің әлемдік экспортында (7,4%) төртінші орынға ие, тек автомобильдер, химия өнімдері мен отын экспортына жол беріп отыр. Табыстылығы бойынша бұл сала мұнай өндіру өнеркәсібі мен автомобиль құрылысынан кейін әлемде үшінші орында тұр.

Қазақстан бай туристік-рекреациялық әлеуетке ие бола отырып, туризмді дамытудың жеткіліксіз деңгейімен сипатталады. Оның жалпы ішкі өнімдегі үлесі шамамен 0,3% құрайды.

2015 жылы елімізде 1994-ден астам туристік ұйымдар мен туристік фирмалармен 641,3 мың адамға қызмет көрсетілді, бұл өткен жылдардың көрсеткішінен 1,7% - ға артық. Туристік қызмет құрылымында ішкі туризм 31,5%, келу туризмі – 4,7%, шығу туризмі – 63,8% құрады. Ішкі туризмнің өсу қарқынының қысқаруы азаматтардың әл-ауқатының өсуіне және осыған байланысты туристік ағындардың бір бөлігінің шетелдік бағыттарға ауысуына байланысты болуы мүмкін.

Қазақстандағы келу туристік ағындарын талдау республиканың шетелдік туристер үшін тартымды емес екенін көрсетеді, осыған байланысты елге келген туристер саны дағдарысқа дейінгі көрсеткіштерден едәуір артта қалып отыр.

Бірегейлікке ие бола отырып, Қазақстанның туристік өнімі жеткіліксіз бәсекеге қабілетті және туристік қызметтердің қолжетімділігі, деңгейі мен бағасы бойынша шетелдік аналогтардан ұтылады.

2015 жылғы жағдай бойынша Қазақстанда 83103 төсек-орынға арналған сыйымдылығы 1 526 орналастыру орны жұмыс істеді. Негізгі бөлігі, төсек-орындардың 55,3% - ы Алматы (14,7%), Астана (9,7%) қалаларында, Шығыс Қазақстан (19,2%) және Қарағанды (11,7%) облыстарында шоғырланған.

Нөмірлік Қордың жүктелу коэффициенті 2016 жылдың алғашқы тоғыз айында Атырау облысында 54,2% – ды, Маңғыстау облысында 34,9% – ды және Астана қаласында 33% – ды құрады. Ең төмен коэффициент Алматы (14,1%) және Солтүстік Қазақстан (15,3%) облыстарында тіркелген. Алматы қаласында нөмірлік Қордың жүктелу коэффициенті сәйкесінше 26,8% құрады [1].

Астана және Алматы қалалары халықаралық стандарттарға сәйкес келетін орналастыру орындарының ең көп саны шоғырланған ең маңызды туристік орталықтар болып табылады. Көрсетілген қалалардан тыс ұсынылатын орналастыру орындары халықаралық сапа стандарттарына сәйкес келмейді және негізінен қазақстандық туристерге бағдарланған. Ірі қалаларда 3* және 4* санаттағы қонақ үйлердің тапшылығы бар.

Қазақстандық туристік нарықта халықаралық қонақ үй брендтерінің қатысу деңгейінің төмендігі байқалады. Барлық халықаралық қонақ үй компаниялары төрт бизнес-дестинацияларда: Астана, Алматы, Атырау, Ақтау.

Қонақ үй қызметтерінің жоғары деңгейі бар орналастыру орындарында тұру бағасы басқа елдердің жетекші туристік дестинацияларындағы ұқсас қонақүйлерге қарағанда әлдеқайда жоғары. Астана және Алматы қалаларында 5* санаттағы халықаралық бренд қонақ үйлердегі нөмірдің құны Еуропаға қарағанда 2-3 есе жоғары. Басқа орналасу орындарында – пансионаттарда, туристік базаларда, баспаналарда, кемпингтерде, келушілерге арналған жатақханаларда және басқаларда көрсетілетін қызметтердің бағасы әлдеқайда төмен.

Орналастыру орындарының, оның ішінде қонақ үйлердің, пансионаттардың, демалыс үйлері мен базаларының, сондай-ақ санаториялық-курорттық мекемелердің материалдық базасы табиғи тозудың жоғары дәрежесімен сипатталады. Бүгінгі күні басым қонақ үйлердің санатының болмауына байланысты туристер үшін тұратын жерлерде ұсынылатын қызметтердің сапасы халықаралық талаптарға сәйкес келмейді.

Елдің оң туристік имиджін және бәсекеге қабілетті туристік өнімді қалыптастыру мақсатында Қазақстанда бес туристік кластер құрылуы мүмкін: Астана, Алматы, Шығыс Қазақстан, Оңтүстік Қазақстан және Батыс Қазақстан.

Астана кластері- бұл Астана қаласын, Ақмола облысын, Солтүстік Қазақстан облысының оңтүстік-батыс бөлігін, Павлодар облысының батыс бөлігін және Қарағанды облысының солтүстік-шығыс бөлігін қамтитын кластер. Астана қаласы кластердің орталығы болып табылады, онда туристік қызығушылықтың мынадай негізгі орындары орналасқан: Қорғалжын мемлекеттік табиғи қорығы (Солтүстік Қазақстанның Сарыарқа – даласы мен көлдері деп аталатын ЮНЕСКО қорғалатын аумақтардың бір бөлігі); "Бурабай" МҰТП; "Көкшетау" МҰТП; "Бұйратау" МҰТП; Қарағанды қаласы; Қарқаралы МҰТП; Баянауыл МҰТП.

Болашақта кластер ЮНЕСКО-ның алдын ала тізіміне енгізілген туристік қызығушылықтың жаңа орындарымен толықтырылуы мүмкін: Мегалит кезеңіне жататын Тасмола мәдениетінің ыдыратылған біліктері бар қорғандар, Беғазы-Дәндібай мәдениетінің қорымдары, сондай-ақ "Жібек жолы" сериялық трансұлттық номинациясына енгізілген объектілер (Бозоқ қалашығы).

Астана және Бурабай курорттық аймағы бар көшпелі мәдениет пен даланың алуан түрлілігі орталығына айналады. Бұл кластерде әзірленетін негізгі туристік өнімдер – МІСЕ-туризм, мәдени туризм және турне, таулар мен көлдердегі демалыс, қысқа мерзімді демалыс.

Алматы кластері- Алматы қаласы мен Алматы облысының бір бөлігін қамтитын кластер. Алматы қаласы кластердің орталығы болып табылады, онда туристік қызығушылықтың мынадай негізгі орындары айқындалған: петроглифтері бар Тамғалы археологиялық ландшафты (ЮНЕСКО объектісі); ЮНЕСКО-ның алдын ала тізіміне енгізілген "Алтын Емел" МҰТП; "Шарын" МҰТП аумағындағы Шарын шатқалы; Қапшағай

су қоймасы; ЮНЕСКО-ның алдын ала тізіміне енгізілген Іле-Алатау МҰТП-мен Алматы қаласы маңындағы тау шаңғысы аймақтары; "Жаңа Іле" туристік орталығы.

Болашақта кластер Алматы облысының басқа да бөліктерін кеңейтуі және қамтуы мүмкін, сондай – ақ ЮНЕСКО-ның алдын ала тізіміне енгізілген Балқаш көлі мен Ешкіөлмес петроглифтері бар Жетісу Алатауының тау тізбегін, сондай-ақ Есік қорғандары мен "Жібек жолы" сериялық трансұлттық номинациясына енгізілген объектілерді (Талғар қалашығы, Боралдай сақ қорғандары) туристік қызығушылықтың жаңа орындарын ұсынуы мүмкін.

Алматы халықаралық тау, іскерлік және тау шаңғысы туризмінің орталығына айналады және "қаладағы және таулардағы ойын-сауық" кластері ретінде позицияланады. Аталған кластерді ұсынатын негізгі туристік өнімдерге МІСЕ-туризм, мәдени туризм және турне, таулар мен көлдердегі демалыс, қысқа мерзімді демалыс жатады.

Шығыс Қазақстан кластері Шығыс Қазақстан облысының солтүстік және шығыс бөліктерін қамтиды. Өскемен қаласы кластердің орталығы болып табылады, онда туристік қызығушылықтың алты негізгі орны айқындалған: Бұқтырма су қоймасы; Ертіс өзені-Жайсан көлі; Катонқарағай МҰТП; Марқакөл көлі және Қалжыр каньоны; Риддер – Анатау және Иван таулары; Семей қаласы.

Болашақта кластер Шығыс Қазақстан облысының қалған бөліктерін, оның ішінде Алакөл мемлекеттік табиғи қорығын, "Берел" мемлекеттік тарихи-мәдени қорығын қоса алғанда кеңейтілуі мүмкін.

Шығыс Қазақстан кластері "табиғат ғажайыптары әлемі" ретінде танылатын және экологиялық туризмді дамыту орталығы болып табылатын болады.

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

Оңтүстік Қазақстан Қызылорда облысының орталық және шығыс бөліктерін, Оңтүстік Қазақстан облысының оңтүстік бөлігін және Жамбыл облысының оңтүстік-батыс бөлігін қамтитын кластер болып табылады. Шымкент қаласы кластердің орталығы болып табылады, онда туристік қызығушылықтың негізгі орындары ұсынылады: Қожа Ахмет Яссауи кесенесі бар Түркістан қаласы (ЮНЕСКО объектісі); ЮНЕСКО-ның алдын ала тізіміне енгізілген ортағасырлық Отырар қалашығы мен Отырар оазисінің археологиялық объектілері; Сауран археологиялық кешені; палеолиттік учаскелері және геоморфологиясы бар Қаратау ГӨЗ; ЮНЕСКО-ның алдын ала тізіміне енгізілген Арпа-Өзен петроглифтері; ЮНЕСКО-ның алдын ала тізіміне енгізілген Ақсу-Жабағылы мемлекеттік табиғи қорығы; Сайрам-Өгем мемлекеттік ұлттық паркі; Байқоңыр ғарыш айлағы; Қызылорда қаласы; Сарыағаш қаласы; Тараз қаласы.

Болашақта кластер барлық үш облыстың қалған бөліктерін қоса, кеңейтілуі мүмкін, сондай-ақ ЮНЕСКО-ның алдын ала тізіміне енгізілген

Мерке түркі киелі мекені және Барсакелмес мемлекеттік табиғи қорығы, сондай-ақ "Жібек жолы" сериялық трансұлттық номинациясына енгізілген объектілер (Жетіасар оазисінің ескерткіштері, Сығанақ қалашығы).

Оңтүстік Қазақстан кластері «Ұлы Жібек Жолының жүрегі» ретінде танылатын болады. Осы кластерде әзірленетін негізгі туристік өнімдерге мәдени туризм және турне жатады.

Батыс Қазақстан бүкіл Маңғыстау облысы мен Батыс Қазақстан облысының бір бөлігін қамтитын кластер болып табылады. Ақтау қаласы осы кластердің орталығы болып табылады, онда туристік қызығушылықтың мынадай негізгі орындары орналасқан: Бекет-Ата, Шопан-Ата және Қараман-Ата жерасты мешіттері, Омар және Тура кесенесі; Маңғышлақ түбегінің қорымы; Шерқала тауы; Қарақия-Қаракөл табиғат қорғау аумағы; Үстірт мемлекеттік табиғи қорығы; "Бөкей ордасы" ескерткіштер кешені; "Кендірлі"курорты.

Батыс Қазақстан кластері "Каспий Ривьері"ретінде позицияланады. Осы кластерде әзірленетін негізгі туристік өнімдерге жағажай туризмі, мәдени туризм және турне жатады.

"Батыс Еуропа – Батыс Қытай халықаралық көлік дәлізін" іске асыру шеңберінде өңірлердің бірегей туризм объектілеріне байланыстыра отырып және республиканың батыс және шығыс "шекаралық қақпаларында" тиісті шарттармен туристердің орналасуы, демалысы және қажетті сервистік қызметтер алуы үшін қазіргі заманғы туристік инфрақұрылым құру болжанып отыр.

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

Осылайша, туризмді дамытудың негізгі экономикалық көрсеткіштерінің өзгеруін талдай отырып, қазақстандық туризмнің әлеуеті толық іске асырылмайды деген қорытынды жасауға болады, өйткені туристік саланы дамыту қазіргі заманғы бәсекеге қабілетті туристік кешенді құруға тікелей байланысты. Мұндай кешен көлік-логистикалық жүйенің қажетті инфрақұрылымын, оның ішінде Қазақстан Республикасының Мемлекеттік шекарасы арқылы өткізу пункттерін (автомобиль, авиациялық, темір жол) қайта жаңартуды ескере отырып, қазақстандық және шетелдік азаматтардың туристік қызметтерге қажеттіліктерін қанағаттандыру үшін кең мүмкіндіктерді қамтамасыз етуге тиіс. Туристік кластерді құру бюджетке түсетін салық түсімдері, шетел валютасының ағыны, жұмыс орындары санының артуы есебінен ел экономикасын дамытуға елеулі үлес қосады, сондай-ақ мәдени және табиғи мұраны сақтау мен ұтымды пайдалануға бақылауды қамтамасыз етеді.

3.3 Қазақстандағы туристік нарықтың географиясы және дамуы

Мамандар болжауынша, әлемдегі туристік өнеркәсібі әлемдегі көптеген процесстермен белсенді түрде айналысады, олар әлемнің кез-келген елдерімен және аймақтарымен бәсекелестікке жағдай жасайды, бұл кез-келген уақытта негізгі бағытты үнемі алып тастайтын саяхат пен экскурсияны жүзеге асырады.

Дүниежүзілік экономикалық форумның (ВЭФ) жарияланған 2014 жылғы туризм және туризмнің бәсекеге қабілеттілігі индексі бойынша әлемнің түкпір-түкпіріне (Switzerland Travel and Tourism Competitiveness Index 2017), 2017 жылғы туризм мен саяхатқа қабілеттілік индексі бойынша жасалған көрсеткіш. Тройка жетекшілері: Испания, Франция, Германия. Тройка аутсайдерлер: Бурунди, Чад, Йемен. Ресей жалпы рейтинг бойынша 43 орын, Украина бойынша 88, Қазақстан 81.

Рейтингтің құрамына, белгілі бір критерийлер, жерді қоршаған ортаны қорғау, қауіпсіздік, денсаулық сақтау және гигиена, барлық көлік түрлерінің, көлік инфрақұрылымы, құндылықтар, адам ресурстары мен мәдениет жағдайлары сияқты критерийлер бойынша баға берілді [32]

Туризм саласында ең маңызды индустрияны дамыту үшін елеулі әлеуетке ие болу шарт. Қазақстан елде қол жетімді уақытты да, үлкен ресурстарды да игеруді, салыстырмалы түрде жақында бастады. Өздеріңіз білетіндей, мемлекет аумағында бірегей қорықтар мен ұлттық парктер, 9 мыңнан астам археологиялық және тарихи ескерткіштер, жүздеген туристік және медициналық мекемелер бар.

Мамандар Ұлы Жібек жолының солтүстік бөлігіне ерекше назар аударады. Отрар, Сайрам, Сыганак, Савран, Туркестанның көптеген қалалары сауда-саттық орталығын қамтамасыз етті. Историкі XV ғасырдың басында, XVI ғасырдың басында, Айша-Биби мен Бабаджи-Хатун (X-XII ғасыр), Мавзолей Карахан және Даудбека және басқа да діни орындардың ашылуы, жаңа аймақ туристеріне арналған сияқты хореографиялық Ходжи Ахмеда Яссауимен де кездеседі. Культуральды кинофестивальдердің басым бөлігі Қазақстан мен басқа да облыстарды қамтиды. «Бурабай», «Зеренда», «Сандықтау», «Ерементәу», Коргалжинский қорғаншылары, «Бурабай», «Кокшетау» және «Буйратау» сияқты ұлттық саябақтардың бірі болып табылатын Акмола облысының аумағында орналасқан.

Бурабайдағы Бурабай курорттық аумағында 74 туристік фирма жұмыс істейді, олар Алматы және Астана қалаларында туристік көрмелерге қатысатын әлемдегі ең ірі компаниялар болып табылады. Жыл сайын миллиондаған адам өмір сүреді, оның ішінде жазғы айлар - 500 мыңға жуық, 70% -дан астам қазақстандықтар, 10-15% - Қазақстан азаматтары, 5-6% -ы осы жердегі демалыс орындарынан босатылады. ҚР ресми статистикалық деректер бойынша 2014 ж. ВВП Қазақстан туризмі

0,78% құрады. Егер соңғы жылдардағы туристік қызметтің көрінісі болса, онда жоғары деңгейде жұмыс істейтін болады, және де көп нәрсені дамыта алмайтын мемлекет болып табылады. Әлемнің кез-келген елінде барлық күш-жігер жұмсау үшін, әдемі динамиканы жетілдіріп, әлемдік рейтингте өз позицияларын көтеріңіз.

Сонымен қатар, көптеген проблемалар туризмнің отандық туризмін дамытуға көмектеседі. Көптеген қазақстандық отбасылық демалыстар Қазақстан немесе Алматы облыстарында, Алаколь, Акмола облысында және басқа да демалыс аймақтарында демалады. Тек соңғы жылдары ғана жолдар белсенді түрде жанданды [33]. 2005-жылдан 2016 жылға дейінгі аралықта өтіп жатқан қазақстандықтардың саны 3 млн-ға жетті. адам 8,4 млн. Мәселелерді шешу үшін, толыққанды, әлеуетті дамыған, үкіметтік органдардың, сонымен қатар жеке құрылымдар өздерінің іс-қимылдарын жетілдіруге көмектесетін барлық мәселелерді шешу үшін барлық күштерді дамытуға мүмкіндік береді.

2010-2014 жж. Туристік қызметтің туристік құрылымы 35,4% -дан 31,2% -ға дейін, туристердің жалпы қызмет көрсету құрылымында тұрып, 56,4% -дан 72,1% -ға дейін өсті.

2012 жылдың қорытындылары бойынша ҚР статистика агенттігінің деректері бойынша ішкі нарықта 3 мың теңге туристік қызмет көрсетілді. клиенттердің саны, 2011 жылмен салыстырғанда. 2014 жылы бұл көрсеткіш 186,4 мыңға жетті. адам. 2012 жылдың 10 айы ішінде ішкі туризм 18,6%, взвод - 21,4%, кету - 60% құрады. Бұл қазақстандықтар үшін ақшаның шетке шығуын арттырды Қазақстан Республикасындағы туристердің 49,6% -ы туристердің барлығының 39-і ішкі, 19,6-ы сыртқы (кесте 13).

Тұрғындардан туризм, әр жыл сайын елеулі күшейтеді. В 2015 г. Қазақстан Республикасынан 90-дан астам адамнан тұратын туристер көп болды. Шетелдерден келушілер Германия, АҚШ, Франция, Қытай сияқты елдерден. Қазақстан азаматтарына 44,1% резидент еместер, 35,2% - туыстарға (қонақжайлылық туризм), 35,2%

Кесте 13

Туризм типтері бойынша туристік ұйымдардың қызметінен кірістер
(мың теңге)

№	кірістер	2012 жыл	2013 жыл	2014 жыл	2015 жыл
1					
2	Туризмнен түскен табыс	1658061,5	1694857,0	1716112,4	5449050,2
3	Шығу туризм	257226,2	203523,4	253959,4	571629,5
4	Кіру туризмі	1169340,3	1124172,1	1049806,8	3959266,6
5	Ішкі туризм	231495,0	367171,5	412346,2	918154,1
Ескерту [33, с.308]					

Сарапшылардың пікірінше, туристерге сапалы қызмет көрсететін республика, қызмет көрсетуге жарамды емес, бәсекелестік қабілетсіздігі, туристік қызметтердің бір түрі бойынша шетелдік фирмалардың қатысуынсыз жүргізеді. Көптеген шетелдік туристердің көпшілігімен танысу туралы көпшілікке мәлім. 2012 жылы Ресей Федерациясының азаматтарынан 4,8%, Ұлыбритания және Солтүстік Ирландиядан 2,4%, АҚШ-тан 1,6%, Түркиядан 1,4%, туристердің 100% 1,3% - Италия, 0,9% - КНР, 0,9% - ФРГ, 0,8% - Нидерландтар және 6,4% - басқа елдер.

2010-2012 жылдарға арналған Қазақстан Республикасының шекаралас аумағында тұратын халық саны 20,6% -ға өсті, бұл 5,685 млн. адам. Ресми ақпарат бойынша, үш елден келген қонақтар: 34% - Қазақстан Республикасынан, 27,1% - Қазақстан Республикасынан және 23,7% - Ресей Федерациясынан, сондай-ақ 20% -дан астам шетел азаматтары. Қазақстан туристердің келуіне жағдай жасайды. Олар тұрақты (% 76,9) және транзиттік (17,0%) құрайды. Туризм мен туризмді дамытуға, туризмге және достарына (демалыс - сауықтыруға) 6,1% келеді. Отандық тұрғыдан төмен деңгейде және қолжетімділігімен салыстырмалы түрде төмендетілген, қазақстандық туристер шетелге шығуды жақсы көреді. Туризм Түркияда (2012 жылы ҚР-ның азаматтарынан 380 мың адам, бұл туристердің 50% -ын құраған). Көптеген туристер, олар әлемдегі ең үлкен жетістіктер, еуропалық елдердің курорты. 2012 жылдың қорытындысы бойынша ішкі туризмге деген сұраныс 190 мыңнан астам болды. адам. Қонақүйлердің толуы (2012 жылдың қорытындысы бойынша) 25,8% құрады. Сарапшылардың пікірінше, соңғы кездегі тенденцияның кері көрсеткіші экономикалық дағдарысқа сай[35].

Республикада туризмнің біртұтас жүйесі жоқ екені анық. Жеке секторларды дамыту мемлекетаралық байланыс осал, олардың әрқайсысы өз кемшіліктері, және сол уақытта оң жағына бар. кемшіліктерді жою үшін, қажетті ақпаратты халықаралық көрмелерге Қазақстан қатысуымен қамтамасыз етілуі тиіс. Буклеттер тарату баспа өнімдерін уақтылы босату, Қазақстан Республикасы елшілігінің және басқа да мемлекеттердің арқылы нұсқау береді. Сондықтан, 2012 жылы Алматы, ал 2015 Астана туристік ақпараттық орталық құрылған. Алматы қаласында әуежайында және кеңсесінде, ол Қазақстанның мәдени астанасы ретінде беделге ие қаланың 2 миллионы үшін, бұл өте аз екенін атап өткен жөн. Қалалық инфрақұрылым негізінен шетелдік қонақтарды тартуға арналмаған сияқты. елге қонақтар көп келтіру - туризмді дамытудың айтарлықтай әлеуеті ЭКСПО-2017 кезінде көрініс алды. Астанаға келген қонақтар мәдениетімен, қолөнершілермен, Қазақстанның салт-дәстүрімен таныс болуы керек. Елдің айтарлықтай әлеуетіне кедергі келтіретін кедергілердің бірі болып табылады. Біріншіден - көлік, қонақ үй және мейрамхана қызметін қоса алғанда барлық қызметтердің жоғары бағалары. Екіншіден - туристік агенттіктердің мемлекеттік бақылауының төмен деңгейі, бұл олардың қызметіне ықпал ете алмауы. Үшіншіден - көлік және қонақ үй

инфрақұрылымының дамымауы. Төртіншіден - осы саланы зерттеуге арналған зерттеу базасының әлсіздігі. Бесіншіден - кәсіби кадрлардың жетіспеушілігі. Алтыншыдан - мемлекет пен жергілікті деңгейде кіру және ішкі туризм үшін заңнамалық және экономикалық ынталандырудың жетілмегендігі. Жетіншіден - ұсынылатын қызметтердің шамалы ассортименті, шешілмеген визалық мәселелер және басқа да бірқатар мәселелер. Қазақстанда соңғы кездерде туризм қалыптасу және даму практикасы белсенді бизнес, ат және экологиялық туризм (тау Хан Тәңірі мен Іле Алатауы) қалыптасады.

Бұдан көрінетін айқын, бұл республикада туристік жүйенің тұрмыстық жүйесі жоқ екендігі. Әрбір министрлік құрылымдар арасындағы байланыстың жоқтығы, әрқайсысы өздерінің кемшіліктерін келісіп істеуді бастамауы кедергілер тудырады. Көптеген елдердегі халықаралық көрмелерге қатысуға, баспа өнімдерін шығаруға, буклеттерді таратуға, ҚР-ның басқа елдері мен басқа мемлекеттерге жолдауды қамтамасыз етуге ұмтылатындығын ескере отырып жетілдіруді қажет етеді [36].

2017 жылғы наурызда ҚР Үкіметінде туристік саланы дамытудың 2023 жылға дейінгі Концепциясы талқыланды және қабылданды. «Индустрия Индустрия Институты» ААҚ басқармасы 10 млрд. Теңге инвестициялады, келісілген есеп айырысуды өткізді. долл., бұл жалпы инвестицияның жалпы көлемі 55% немесе 6 млрд. долларлар жеке үлестірді. 13% -ға жуық мемлекеттік инвестициялар инвесторларды дамытудың ұлттық комиссиясы арқылы жүзеге асырылады және 2020 жылға дейін 2,4 млрд. долл. ұлғайтылады. доллардан 7 млрд. теңгеге дейін, ал осы салада жұмыс істейтін 270 мыңнан астам адам жұмыс істейді. адам. Мәдениет және спорт министрлігінің құрамында Туризмнің индустриясы комитеті жұмыс істейді, Ол туризмді дамыту мәселелеріне жауап береді. Қазақстан Республикасындағы туризм бойынша Кеңестің қызметіне республикадағы беделін арттыру үшін. Ұйымдастырушы орган, қазіргі Үкімет, осы уақытқа дейін кластерлік зоналарды дамытады [37].

Сонымен қатар, көптеген халықаралық консалтингтік және зерттеу компанияларында, қазақстандық жобаларды толығымен алып тастаған, олардың сыни көзқарастарына қол жеткізді. Іргелі аргумент: 2011-2014 жж. Бойынша туристерді орналастырудың саны 14,6% -ға дейін, яғни 698 бірлікке дейін, туристік-туристердің саны - 17,2% -ға өсті, бұл 40,2 мың құрады. адам үшін жыл. Основные причины: туристік өнімдердің жоғары сапасы, қызмет сапасы мен ұсынылатын қызметтердің нашарлығы, отандық өнімнің жетіспеушілігі, көлік инфрақұрылымын төмендету және көлік, несие туралы біздің елімізге несие туралы және көптеген басқа адамдар.

Көптеген сарапшылар сенімділікке ие болғандықтан, Қазақстан туристерге, сондай-ақ жергілікті тұрғындарға, сондай-ақ көпшілікті ұстап тұратын факторларға әсерін тигізетін елге айналдырады. Қазақстанның

аумағында белгілі бір өзгерістерді жоққа шығармайтын дүниежүзілік экономикадағы өзгерістер мен өзгерістерге байланысты халықтың шағын топтарына қызмет көрсетуге бағытталған ішкі туризмнің бұрыннан қалыптасқан нысандарын одан әрі дамыту жалғасады және туристік бағыттардың барлық нысандарын дамыту және жетілдіру жалғаспақ. 2014-2017 жылдары ҚР ЖІӨ туризмнің үлесі небары 1,8% - 2% құрады және іс жүзінде Қырғызстанмен салыстырылады (бұл туралы АТФBank Research-тің аналитикалық талдауында айтылды). Туризмнің ЖІӨ көптеген елдерде 10 пайыздан 67 пайызға дейін жетеді. ВСТП бойынша, 2014-2016 жылдары еуропа экономикасына тартылған туристік отель кірісі 1,8 трлн. (\$ 2,1 трлн.). Бұл 2,6 есеге көп (\$ 796 млн.) Және 1,8 есе артық банк секторының ЖІӨ (\$ 1,2 трлн.) .

Еуропалық ЖІӨ туризміне өткен жылдың қорытындысы бойынша 9,2% құрады. ВСТП атап өткендей, туристік бизнес екінші орынға қаржы секторы бойынша Еуропада өсу қарқынды. Жыл сайын 2,8% -ға дейін жылына қарай турбазалар өсуде. Салыстыру үшін, әлемдік экономика үшін ұқсас көрініс [38].

Қазақстан әлі күнге дейін туристік саланы дамыта алмауда. 2016 жылы статистика бойынша агенттік Қазақстан бойынша 1770 туристік ұйымдардың жұмыс істегені мәлім.

Туристік фирма Алматы, Шығыс-Қазақстан, Қарағанды, Павлодар, Оңтүстік Қазақстан және Солтүстік Қазақстан облыстарында, сондай-ақ Алматы және Нұр-Сұлтанға туристік фирмалардың қатарына кіреді. Туристік ұйымдардың саны осы қалалар мен қалаларды жыл сайын туристер мен экскурсанттарға 88% -ға дейін қамтамасыз етеді. Барлық меншік нысандары 2014 жылы 3130,5 млн. теңге сомаға өнім өндірісі мен қызмет көрсетуге жұмсалды. Көлемі 67,3 млн. теңге, туристік кәсіпорындардың жалпы көлемі теңге, жеке - 2998,5 млн. теңге, шет елдік фирмалар - 64,7 млн. теңге.

2016 жылғы республикалық бюджетке кіретін туристік қызметтің жалпы сомасы 0,2% -ды құрады. 2016 жылдың басынан бері 2000 жылдан бастап салыстырмалы түрде туризмнің ЖІӨ туризміне қатысты тенденция байқалады, ол 1,9% құрды.

2012 жылдың қорытындысы бойынша туристік ұйымдармен 428,3 мың тыс сом бөлінді. Туристік компаниялар, туристік фирмалардың қызметтері 55,9 мың теңгемен игерілді. шетел азаматтары, бұл 20,9 тыс. немесе салыстыру үшін 1998 жылдан бастап 60% көп. 2012 жылы туристік қызметтерді ұсынатын туристердің жалпы сомасы 58% құрады, ішкі туризм 30%, шетелдік туристерді қабылдау - 11%, экскурсиялық қызмет көрсету - 1%. [39].

Ресей Федерациясы, Қытай, Германия, Корея, Польша, Турция, ОАЭ елдеріне туристердің келуі. Қазақстан Республикасының азаматтары легі Қытай, Германия, Польша, Түркия бағытында.

Анализ туристік қызметті көрсеткендей, бұл турфирма туризмге қажетті туризммен айналысады, ал бұл бірінші кезекте Қазақстаннан капиталдың шығу тоғысуына әкеледі. Тек 2016 жылы 107,1 миллион АҚШ доллары АҚШ үлесіне тиді. Азаматтардың гранттарға арналған тарифтері бойынша уақытша тауарларды сатуды кейінге қалдыруға арналған тауарларды сатып алу, сондай-ақ шоп-туризм Қазақстандағы туристік қызметтердің нарығын қалыптастырады. Ол туристік қызметтерге сұранысты үнемдеуге болатын кезеңдегі экономикалық дағдарыстың басталу кезеңінде туристік фирмаларға тәуелсіздік алғаннан кейін туристер мен «чартердің авторлары» арасындағы тек қызметтің тек қана қызмет көрсететін және сапалы кадрларға тиесілі. «Челночный» бизнес бизнестің тұтыну нарығында сатылым мен реализация жүйесіне көптеген адамдарға өз үлесін қосты. Екіншіден, «шетке кеткен» Қазақстаннан тысқары жерлерде сауда көлемі 2 млрд. АҚШ долларын құрап отыр

Барлық өркениетті әлемде туристік қозғалыстағы өз орындарын табуға мүмкіндік береді, өйткені туризм бір мемлекеттің бюджетінің нақты бөлігінен шыққан қаржы. Кезегінде Қазақстан шетелдік туристерді шоғырландырудағы кедергілерді жою керек. Бірінші кезекте, материалдық базаның, көлік құралының, орналастырудың және кадрлық қамтамасыз етудің болуымен байланысты, сондай-ақ ішкі туризмді дамыту емес, соғыстан құтылу үшін емес, осыған байланысты емес мемлекеттік органдардың ведомствосына нақты назар аударылуға тиісті.

Қазақстан - туризмнің дамуына қажетті, жақсы және әлеуметтік-экономикалық мақсаттарға қолайлы алдын-ала ұсыныстар бере алатын ел. Әр облыс өздерінің ерекшеліктерін ескере отырып, олар туризмнің өзіндік ерекшеліктерін ескере отырып бағдарламалар жасайды, бірақ олар туристерге бағдарланбаған. Алматылық және көптеген қалалардың туристік бизнес-сауықтарын дамытуға мүмкіндік береді, егер біздің бастамашыларымызға, патриоттық ойларымызға, 25-50-ке дейінгі қонақ үйлерді құруға немесе ірі туристік-сауықтыру орталықтарына жасайтын брендтердің, ұлттық ерекшеліктерді ескеретін болса, кухня, салт дәстүр, фольклор, табиғи табиғат және экологиялық сипаттамалар - әсемдік әсері және т.б. пайдалана аламыз. Туризмнің туристік алғышарттары Қазақстандағы тұрақтылық пен дамуды Ұлы Жібек жолы арқылы жүзеге асырылуға тиісті.

Туризмді туризмнің тұрақсыздығына бейімдеу, сондай-ақ экономиканың басқа да салалары, орталықтандырылған тәртіпке айналды. КСРО-да туристік қызметтің негізгі бағыттары Кавказ, Қырым, Прибалтика, Ресейдің ортақ Орталықтары, Орта Азиялық, көптеген архитектуралық, археологиялық, мәдени ескерткіштер мен Қазақстанның тарихи-мәдени құндылықтарымен ерекшеленді. Қазақстандағы туризмнің кеңестік дәуірінде мәдени-ағартушылық жүйенің элементтерінің біреуі, идеологиялық функцияны іске асырған және оған доминант рөліне қарамай, ол құндылық қағидасы бойынша қаржыландырылған, сондықтан

да қандай да бір экономикалық мағынаға ие болмайды. Қазақстандағы бейбітшілікке қол жеткізудің арқасында туристік қызметті реттеу және нарықтық мәдени және мәдени ескерткіштерді реттеу реттелді.

Әлемдегі туризмнің туристік бағытына қарамастан, туристік бағыт ретінде қарастырылмаған, бұл оның жердегі, экономикалық, мәдени байланыстар арқылы Азия мен Еуропаның мәдени байланыстарын қамтамасыз етуге мүмкіндік береді, сондай-ақ, көптеген тарихи оқиғалар туралы мәмілелердің негізі болды. Шетелдіктер Қазақстан туралы өте аз біледі және көптеген біздің республикамызда «terra incognita» тұр. Респонденттердің 35%-ы тек Қазақстандағы беделге ие. Қазақстандағы Азиядағы жоғары білімді болсын, ал алыс шетелден - Қазақстандағы барлық Қазақстанды жақсы біледі. Еуропалық Одақтың Қазақстандағы іс-қимылының нақты нәтижесі - біздің серіктестіктің ағылшын тілінде жақсы нәтиже көрсеткеніне - 40% дауыс беруге қатысқан (кесте 14).

Кесте 14

Аумақтардың туристік әлеуеті

ҚР аумақтары	Аумақтардың туристік әлеуеті
Солтүстік Қазақстан Ақмола облысы, Павлодар облысы, Солтүстік Қазақстан облысы	Ландшафт климаттық қолайлылық, авто, темір жол, әуе жолдары, Көкшетау курорттары, Баянауыл, Муялды, Қорғалжын, Теңіз, Наурызым аймағы туризмге қолайлылығымен ерекшеленеді.
Батыс Қазақстан Батыс Қазақстан облысы Ақтөбе облысы, Атырау облысы, Маңғыстау облысы	132 м Қарақия ойысы Каспий теңізі, Жайық өзені Маңғыстау ландшафтары, Үстірт қорық аймағы, Хорезм-Иран арқылы батысты жалғастырып жатқан керуен жолдар.
Орталық Қазақстан Қарағанды облысы	Балқаш көлі Қарақаралы таулы орманды оазисі, Шайтанкөл Археологиялық тарихи ескерткіштер
Оңтүстік Қазақстан Алматы облысы, Жамбыл облысы, Түркістан облысы, Қызылорда облысы	Тянь-шань сілемдері, Ұлы Жібек жолы, көне тарихи қалалар мен архитектура сәулет туындылары. Қожа Ахмед Ясауи кесенесі. Отырар, Сауран. Ақсу Жабағылы қорығы мен Айша бибі Қарахан кесенелері
Шығыс Қазақстан Шығыс Қазақстан облысы	Марқакөл мен Оңтүстік Алтай тау жоталары, гидрографиясы, Рахман бұлағы, Сібір көлдері.б.
	<i>Автор құрастырған*</i>

Қазақстан Республикасы көтермелеудің маңызды аспектісі, туристік объекті ретінде, халықаралық көрмелерге қатысатын туристік ұйымдар, туристер ұйымы, конференциялар, туристер ұйымдарының қатысуымен жүзеге асырылады, сондай-ақ республика аумағында осындай іс-шараларды ұйымдастыруға және өткізуге байланысты емес, Көптеген халықаралық компаниялар мен ұйымдардың мүдделерін ескере отырып, Қазақстандағы позитивті имиджді нығайтуға және оның бүкіл әлемдегі тұрақтылығы үшін жұмыстар жүргізілуде.

КІТҒ - бұл ең жарқын жұлдыздардың бірі «туристік жұлдыз» атпен мәлім. Көрменің КІТҒ көрмесінің ашылу салтанаты 29 рет өсті - 300 мың шаршы метрден тұратын Анкара қонақ үйінде (Inter Continental) 9000 квадрат метрге дейін «Атакент» орталығында, ал туристік ұйымның тек жеке павильоны ғана тұрды [41].

Сарапшылардың бағалауы бойынша, Қазақстандағы халықаралық туризмнің жетістіктері әлеуетті ықтимал ықтималдығы 10% құрайды. Республикадағы ішкі туризмнен айырмашылығы бар, ол туристік қатынастарда көпшіліктің көпшілігімен қамтамасыз етіледі, ол 30-дан 50% -ға дейін бюджетке түседі. 2015 жылдың басында Қазақстанға қызығушылық танытқан туристік бағыт ретінде бүкіл әлем бойынша және, сәйкесінше, жолаушылардың көпшілігінің келуіне арналған туристік қызметтер ұсынатын спектрді көруге қол жеткізілді. Осылайша, тура келген туристер Германиядан, Англиядан, Жапониядан, Кореядан және Қытайдан Қазақстанға келіп кетеді. Например, 2005 жылы республика бойынша 79 870 шетел туристі, 2006 жылы - 109 913 адам, ал 2007 жылы - 115 994 адам келді. 2008 жылы жүргізілген Әлемдік экономикалық дағдарыс әлемдегі барлық туристердің шетелге шығатынына қарамастан, Қазақстандағы (2015 жыл - 6 млн адамға жуық) байқалды. [42]

Қазақстанның танымалдығы тұрақты түрде өсіп келеді. 10 жылдан кейін инициаторлар саны 2 есеге көп, ал 5 есеге жуық қаражат бөлінді. 2015 жылы Қазақстан 692 мың шетел азаматтарын бастады, қонақүйлер 73 миллиард тенгеге қызмет көрсетті. Айтпақшы, 2016 жылы елде 728 мың интурист болады, ал 2017 жылы Қазақстан 1 000 000 астам қонақтар болды. Стратегиялық бонус үшін - Экспо-2017. Халықаралық жоспарлар бойынша әлемнің 500-ге жуық шетелдік қонақтары келіп кетті. «Астана конвенциясы бюросының» айырымдары бойынша, бір күндік эксклюзивті экскурсия ортасында 4 рет өтіліп және бұл 1,5 мың долларға жуық уақытты үнемдейді. Астанадағы көрмелерге қатысуға, көптеген қонақүйлер аймақтағы аймақтарды көруге мүмкіндік береді, аналитикалық қызмет туралы хабарлайды.

Қазақстанға ішкі туризмді дамытудың жақсы болашағы бар, бірақ бүгінгі күнгі негізгі және ғылыми негізделмеген. Мемлекеттік құрылымның тиімді негізгі мәніне ие емес, бюджет қаражатының көпшілігі, инфрақұрылымның дамуына кедергі келтіретін, әдемі, мәдени және тарихи ескерткіштерге жатады. Сонымен қатар, туристік бөлімде өзіңіздің бөлігіңіздің бөлігін көтеру үшін, инфрақұрылымның хроникалық өтелуін өтіңіз, туристік сервистің сапасын арттырыңыз, сондай-ақ, жалпыға ортақ деңгейдегі бәсекелестік жағдайында сатылуға тиіспіз, сонымен қатар бұл туралы ескерту қажет. Қазақстандық туристік инфрақұрылымның қазіргі заманғы инфрақұрылымы, заманауи инфрақұрылымы және нақты қызмет көрсетуі, телекоммуникациялық жүйелер мен жоғары қызмет көрсету саласы бар, қазіргі заманғы туристік туристер үшін өмір сүрудің қалыпты өмірі болып табылады. Әлемдік

нарықта барлық сыртқы сауда-саттықтар нарыққа сәйкес келеді және ішкі нарықта да, сондай-ақ халықаралық нарықта да сақталады.

Біз бәріміз халықаралық туризм нарығы - бұл халықаралық аренадағы елдердің арасындағы бәсекелестікке қарсы күрес, шетел туризмі үшін ұлттық экспорттың статистикалық материалдары. Бұл резервтердің негізінде әрбір ұлттық несие жекеменшік несие өндірісінің ұлғаюы.

Осыған орай, Қазақстанның халықаралық нарық сегменттері сияқты бәсекелестікке қарсы тұруды үйренуге болмайды, ал бұл мемлекеттік маркетинг стратегиясын дамытуға кедергі келтірмейді. Қалаған көлденең туристік көліктік туризмді дамытуға басымдық беріп, эколого-рекреациялық-познавательного туризммен байланыстыратын Ұлы шелковой пути. Ішкі туризм соңғы уақытта басталды, бірақ ол тек қана жазда және негізінен жергілікті жермен ғана айналысады, индонезиялықтар елеулі дәрежеге жетеді.

Қазақстандағы ішкі туризмді дамытуда үлкен роль атқарады және рольді ұлттық парктерді, нағыз қорықтарды, ботаникалық тапсырыс берушілерді, мәдени және сәулет ескерткіштерін ойнайды, бірақ бұл әлі де көрінбейді. Атап айтқанда, Қазақстанның аумағында 10 ұлттық саябақ және 10 қорықшалар бар, 100-ге жуық археологиялық және тарихи ескерткіштер бар, сондай-ақ біздің еліміздің мәдени мұрасы бойынша 3-еуі бар.

Барлық кемшіліктерге қарамастан, туризм индустриясының оң даму үрдісі соңғы айларда белгіленді және бұл бізге ұзақ мерзімді перспективаларды, оның ішінде Қазақстанның әлемнің бәсекеге барынша қабілетті 50 елінің қатарына кіру стратегиясының аясында ескере отырып, мақсаттарды қоюға және міндеттер қоюға мүмкіндік береді. Ұлттық туризм саласы мүмкіншіліктерді жүзеге асыруға мүмкіндік береді, бұл туризм индустриясы жоғары технологиялық инфрақұрылымды құру арқылы отандық және шет елдік инвестицияларға негізделген инициативті және ынталандыру негізінде жүзеге асырылады.

Қазақстан туристік туризмнің экотикалық туризміне, сондай-ақ туристік-экскурсиялық туризмді қолдана алады. Осы аймақтағы негізгі басымдықтар Ақмола облысы, Алматы, Түркістан, Жамбыл, Шығыс-Қазақстан және басқа да облыстардың Шучинск-Бурабай курорттық аймағы болып табылады, олар Жібек жолы бойынша Қазақстан аумағында орналасқан. Астана және Алматы қалаларында туризмнің негізінен дамуы. Көптеген елдердің қоныстанған азаматтары әлемнің туристері болып табылады, оларда жұмыс істейтін елдерде бар. Біздің азаматтарымыз үшін жағымды туризм дамып келеді. Бұл, бәрінен бұрын, Капшағайда, Балқашта, демалыс және біздің бөлігімізде демалыс. Бұл туризмнің үлкен мүмкіндіктері Каспий теңізінің жағасында орналасқан. Республика халқы да емдеу-сауықтыру туризміне қойылған. «Сары-Ағаш» (Түркістан облысы), «Арасан-Қапал» (Алматы облысы), «Мойылды», «Баянауыл» (Павлодар облысы), «Жанақорған» (Қызылорда облысы), «Шучинск-

Бурабай» деп танылған танымал лебіздер (Ақмола облысы), «Каспий» (Маңғыстау облысы) және басқа да көптеген. Кескіндемеде туристік ресурстары, сипаттайтын Қазақстан, Шарын шатқаплы, Алтын Емел, Қожа Ахмет Ясауи және Арыстан Баб, Қапшағай су қоймалары, Көлсай көл, Ыстық көл, Түрген сарқырамалары, Тұйық-Су, Хан Тәңірі, нәзік суреттер Тамғалы.

1) Щучинск-Бурабай курорт аймағындағы BurabayCountryClub коттедж қалашығы, Ақмола облысы. Инвесторлар - «Бурабай Кантри Клуб» ЖШС, «Верный капитал» АҚ және «VI Group» АҚ. Жобаның жалпы құны - 15,7 млрд. теңге. Ашылатын жұмыс орындарының саны – 50.

Жоба арнайы экономикалық аймақ мақсаттарына сәйкес келмейтіндіктен инвесторларға Бурабай арнайы экономикалық аймағы аумағын қысқарту жөнінде бастама көтерілді. Бурабай АЭА-ның техникалық-экономикалық негіздемесін қоршаған ортаға ықпалын бағалаумен бірге түзету аяқталды. Ақмола облысы Табиғи ресурстар және табиғатты пайдалануды реттеу басқармасының әсерді бағалау нысанының жоқтығы себепті экологиялық сараптама жүргізудің қажетсіздігі туралы қорытындысы алынды.

Қазіргі уақытта Бурабай арнайы экономикалық аймағынан жер телімдерін алу туралы Жарлық Жобасы мүдделі мемлекеттік органдардың келісіміне жіберілді.

2) Маңғыстау облысындағы «Кендірлі» курорт аймағы.

Қазіргі уақытта немістің Chiron GmbH компаниясымен (негізгі акционерлері –немістің Analoga және CESA Invest компаниялары) келіссөздер жүріп жатыр. Инвестор өзінің 152 млрд. теңге қаражатын салуға дайын.

Компания «жасыл» технологиялар мен жаңартылатын энергия көздерін пайдалануға негізделген бірегей курорт-қаланы тұрғызу мен қаржыландыруға дайын екенін білдірді.

Chiron GmbH компаниясы мен қазақстандық тарап арасында жасалған Өзара түсіністік пен ынтымақтастық жөніндегі меморандум жобасы Инвестициялар және даму министрінің 2014 жылдың 5 қарашасындағы №126 бұйрығымен бекітілген Кендірлі жобасы мен Маңғыстау облысындағы туризмді дамыту жобасы жөніндегі жұмыс тобының мүшелеріне және мүдделі мемлекеттік органдарға келісуге жіберілді. [43].

Меморандум жобасына мүдделі мемлекеттік органдардан, «Атамекен» ҰКП мен «Қазақстанның мемлекеттік-жеке серіктестік орталығы» АҚ-дан бірқатар ескерту алынды. Соған байланысты Chiron GmbH жобасын көрсету мен таныстыру үшін 2016 жылдың 16 қыркүйегінде жоғарыда аталған жұмыс тобының отырысы өткізілді. Кеңес қорытындысы бойынша жұмыс тобы мүшелеріне ҚР-ның қолданыстағы заңнамалары шеңберінде шарттарды іске асыру мүмкіндігі туралы

ұсыныстарды жолдау ұйғарылды. Бұл жоба аясындағы жұмыс жалғасып жатыр.

Меморандумды талқылау мен жобаны іске асырудың келесі қадамдарын анықтау үшін инвесторлар 2016 жылдың қарашасының 20-ларында сапар жасамақ.

3) «Көк Жайлау» тау шаңғысы курорты және Алматы қаласындағы «MountSinai» медицина орталығы жобалары бар Алматы тау кластері.

«Көк Жайлау» тау шаңғысы курорты жобасы бар Алматы тау кластерін құруды «Capital Partners» АҚ жоспарлап отыр.

2015 жылдың 8 тамызындағы №17 шешіммен 2016-2018 жылдарға арналған республикалық бюджетті қалыптастыруға «Көк Жайлау» тау шаңғысы курорты инфрақұрылымының сомасы 57 899 900 мың теңге болатын құрылысын енгізу туралы бюджеттік өтінімді қолдамаған еді [44].

Әкімдіктің 2017 жылға мақсатты трансферттер бөлу туралы ұсынысы да қолдау таппады. Қазіргі уақытта Алматы қаласының әкімдігі жобаны ағымдағы қаржы жағдайын ескере отырып оңтайландыру мәселесін қарастырып жатыр.

Сонымен бірге «CapitalPartners» АҚ инвесторы Алматы қаласында «**MountSinai**» медицина орталығын салуды жоспарлап отыр.

Халықаралық медициналық орталық жобасы Нью-Йорктің MountSinaiHospital клиникасымен әріптестікте жасалған. Бүгінде *Mount Sinai Hospital клиникасының* сәулет дизайны жасалды және жобаның техникалық-экономикалық негіздемесі әзірленді. Клиникада жеке медициналық қызметтердің толық спектрі, соның ішінде, қазіргі заманғы жоғарытехнологиялы хирургия, диагностика қызметтері және пациенттерді госпитализациялау ұсынылады.

Бұл жобаны дамыту үшін инвестор Алматы қаласының Медеу ауданынан, әл-Фараби даңғылының бойынан ауданы 6,9 гектар болатын жер телімін сатып алды.

Қазақстандық аумақтық туризм ландшафтары әртүрлі климаттық белдеулерін ұсынды. Оңтүстікте қалың жұртшылықты Тянь-Шань, Алатау, Тарбағатай, Алтай таулары қызықтырады. Каспий теңізі - Каспий маңы ойпатының байлығымен, балығымен және мұнайымен тартымды. Сарыарқа даласы мен таулары, Балқаш су айдыны мен су қоймаларындағы көрініс. Алакөл, Марқакөл, Теңгіз және Зайсан, Сырдария, Орал, Есіл, Тобол, Ертіс, Іле, Шу, Көкшетау, Зеренді және Қостанай ағаштары санаторлық-курорттық аймағы, көпшілікке арналған рекреациялық орынға бай.

Импорттың жалпы көлемінің 4,6% -ы экспортқа шығарылған қызметтердің жалпы көлемінің 24,0% -ға артуына әкелді, нәтижесінде негізгі кезеңдегі базалық кезеңдегі баланстық құнның кемуі 9,3% -дан 6,4 млрд. долл.

Экспорттық жеңілдіктер 6,3 млрд. долл., оның 1,2 млрд. долл. 1 миллиардқа жуық қаражатпен байланысты бірінші кезекте байланыстырды. долл. Жүк тасымалдау бойынша қызметтерді экспорттау. 2014 жылдың қорытындысы бойынша жүк тасымалдаудың оң сальдосы 1,4 млрд. долл

Экспорттың негізгі бағыттары бойынша «Жол жүру» (20,8% -ы 2014 жылы экспортқа шығарылған) 256 млн. Теңгеге зиянды сальдо өсті. долл. базалық кезеңде 366,0 млн. долл. есептік кезеңде Қазақстанға жүретін жолаушылардың 1,7%-ы некелерді есептен шығаруға және 5,4% -ы жеңілдікпен жүретін туристерге арналған туристерді ұлғайтуға есептелген [45].

Қазақстанның туристік географиясын талдаудағы инвестициялық сала

Әрбір облыстағы туристік инвестициялық жобаларды іске асыру аймақтық туристік кластерлерді өзара байланыстыратын база арқылы туризмнің бәсекеге қабілетті индустриясын құру арқылы әлемнің танымал туристік орталықтарының тізіміне кіретін Қазақстанға шығуды қамтамасыз етуге көмектеседі. Зерттеудің сапасы туристік салаға инвестиция тарту, келесі белгілеулерге қатысты:

- рубльге, валютаға арналған аймақтың әлеуетті туристік әлеуетті PR-ны инвестициялауға;
- бизнес-жобалардың нашар негізделуіне;
- туристік инфрақұрылымды қажет етпейтін жер, туризм үшін көлік құралдарына (көлік хабарламасы, коммуникация және т.б.);
- туристік саладағы қазақстандық инвестицияларды көрсете отырып инвесторларды тартуға .

Қазіргі уақытта, Алматы, Ақмола, Ақмола, Қарағанды, Шығыс Қазақстан және Оңтүстік Қазақстан облыстарында туризмді инвестициялаумен айналысатын, сонымен қатар Костанай, Павлодар, Батыс Қазақстан және Солтүстік Қазақстан облыстарында инвестициялық база болса да, облыстарда туристік-рекреациялық әлеуетті дұрыс пайдалана алмаудамыз.

Туристік инфрақұрылымды дамыту бағытындағы шаралар

Республикадағы туристік инфрақұрылымдарды дамыту бүгінгі күні бірегей проблемадан туындаған негізгі проблемалардың бірі болып табылады. Сондықтанда ол туризмді дамыту үшін негіз болады. «Батыс Еуропа - Батыс Қытай» көліктік коридордың халықаралық аймағындағы қазіргі заманғы инфрақұрылымды қалыптастыру, Қазақстан Республикасының туристік өнеркәсібінің перспективалық бағыттарын дамыту жөніндегі іс-шаралар жоспарына сәйкес, 5 аймақты (Алматы, Ақтобе, Жамбыл, Оңтүстік Қазақстан, Қызылорда-) көлік қозғалысына арналған туристік кластерді құру бойынша жұмыс жүргізілуде.

Туристік орталықтарды, кешенді салу

«Ірі» жобаларды жүзеге асыруды қажет ететін туризмді дамытудың ауқымды ауқымды мемлекеттік қолдауын қалыптастырудың жаңа форматтарын қалыптастыру бойынша міндеттер: «Ақмола облысының Бурабай» туристік-сауықтыру кешені, Шучинск Бурабай курортты аймағы, Алматы облысындағы Қапшағай су қоймасындағы «Жана-Иле» халықаралық туристік орталығы; «Кендерли» халықаралық курортты Маңғыстау облысындағы, бірақ осы аймақтың туристік саласын толыққанды дамыту үшін, оның ықтимал мүмкіндіктері үшін жеткіліксіз жұмыстар жүргізілуде.

Туристік класстағы қонақ үйді дамыту, қонақ үйдің сапалы сервисін көтеру негізінен сервистік тенденцияны қадағалайды, негізінен, қалалар мен ірі елді мекендерді орналастыру, сондай-ақ көптеген объектілерді орналастырудың материалдық базасы, қонақ үй, пансионат, үй және демалыс базалары, сондай-ақ санаториялық-курорттық кешендер, жоғары сипатта болады моральдық және физикалық құлдырау. Сонымен қатар, 1, 2 және 3 жұлдызды деңгейдегі республикадағы қонақүйлерді дамытуға нұқсан келтірмейді және туристік класста, ішкі және туристік туризмді дамыту үшін маңызды [46].

Көліктік инфрақұрылымдардың тапшылығы

Көлік инфрақұрылымының жағдайы үлкен туризмді дамытуға ықпал етеді. Көлік туристік сала көптеген элементтерді өзара байланыстырады, оны дамытуға және оны қолдана алады және қарапайым адамдардың өмір сүруін, туристік жағдайдың жоқтығын көрсетеді. Бір ғана негізгі факторлар, туристік және ішкі туризмге туристерді дайындауға арналған шаралар керек. Біздің саяхатшыларымыз негізінен көлік қозғалысын пайдаланады. Қазақстандық туристердің ынтасын күшейтуі үшін үлкен сұрақ туындайды және дамытуға ықпал трансшекаралық тасымалдың нашарлығы. Бүгінгі қазақстандық тасымалдаушы («Эйр-Астана» АҚ) Еуроаймақта орналасқан (Германия, Англия, Нидерланды, Түркия) 4 сатыдан тұрады. Ұшақпен 9 әуе тасымалы (КЛМ, Бритиш Медитераннеан, Люфтганза, Эйр Балтик, Австриялық және Түркия авиакомпаниялары, Украинаның халықаралық аэропорттары, Аэро Свифт) 8-ші рейстің Қазақстандағы кезекті тасымал. Көптеген туристтер, таңдаулы қызметтер мен сервистердің, шет елдік аудармашылардың қызмет көрсетулерін, әуе кемесінің ұшып-қонуына, әдеттегі отандық тасымалдаушыларға сене бермейеді. Сонымен қатар, туристік өнімнің бағасын арттыратын авиабилеттердің жоғары құндылығы және тиісінше, оның бәсекелестікке қабілеттілігі халықаралық нарықта тезейді. 94% шетелдік туристер әуе кемелерінің қызмет көрсетуін артық көреді бірақ баға қымбат. Осының салдарынан әуежайдың жаңаруы, пассажирлық авиоперевоздардың географиясы кеңейтілмеуі, туристік құндылықтардың көбеюіне байланысты, сапалы және тарифтік саясатты айқындау шешілген жоқ.

Соңғы кездері теміржол көлігі билеттерді сатып алу үшін танымал насихаттармен айналысатын танымал құралдарды ұсынады. «Жолаушылар

тасымалы» ААҚ-да поезда қызмет көрсету деңгейі, халықаралық стандарттарға сәйкес емес. Вагон паркін пайдаланудың жоғары сапасы мен көп уақытты үнемдеуі өз уақытында және қайта жаңартылуын талап етпейді. Және, егер көліктік қамсыздандыруға теміржол көлігі арқылы көмек көрсетілсе, онда туристердің ешқайсысы басқа көлікті пайдаланбаған болдар еді.. Келесі теміржол көлігімен тасымалдау:

1. Қазақстандық вагондар паркі ескірген, вагондардың көп бөлігі 15-20 жылдан астам жұмыс істейді.

2. Европаның стандарттарынан тыс жолаушыларға қызмет көрсетуге дайындық төмен.

3. Вагондардың жағдайына байланысты мұндай жағдайда автомобилмен саяхаттауға мүмкіндік береді .

Барлық бұл атрибутикасы мен бәсекелестігі ескеріледі. Дамыту үшін теміржол транспортындағы келесі іс-шараларға қатысты:

- жаңа теміржол жолдарының құрылысын жүргізу;
- жаңадан (жоғары сапалы) трамвайларды, қала арасындағы қашықтықты үнемдейтін жолдарды пайдалану;

- қатынас маршруттарын кеңейту,

- Астана, Алматы, Қапшағай, Шу, Шымкент, Қызылорда, Өскемен, Ақтау, Шучинск, Байконур және қалалық станциялардағы қалалық теміржол вокзалдарының инфрақұрылымын басқару.

Соңғы жылдары туризмде автокөлік құралдарын белсенді пайдаланады. Негізгі масса туристтері қалааралық хабарларға арналған автобус тасымалдарын ұсынатын, олар өте жағымды және ыңғайлы қызметтерді ұсынады.

Ұсынылған қызмет сапасы

Туризмді дамытуға кедергі келтіретін негізгі проблемалардың бірі туризм саласында білікті кадрлардың жеткіліксіз болып табылуы, өйткені туризм саласында қызметпен айналысатын адам ресурстарын жоспарлау ерекше маңызға ие және олардың табыстары негізінен қызметкерлерді оқыту сапасына байланысты. Туризм инфрақұрылымын дамытуға мүмкіндік берместен, көптеген туристік объектілерде қызмет көрсету сапасын төмендетеді. Бұл туризм саласы бойынша кадрларды дайындау жүйесін жетілдіру бойынша іс-шараларды жүзеге асыру үшін қажет.

Қазақстандық туристік өнімдерді дамыту

Әлемдік туристік нарықтың дамушы елдердің бірегей туристік имиджін қалыптастыру бойынша іс-шараларды іске асыруды жалғастырмай-ақ жетілдірілмеген. Туристік нарықтың бәсекеге қабілетті түрін қалыптастырудың негізгі факторы отандық туристік өнімнің дамуы бойынша тиімді жарнама кампаниясы болып табылады, бұл келешегі бар экономистикалық компаниялардың туристік және ішкі туризмін жасауға мүмкіндік береді. Туристік-белсенді елді мекендердегі туристік мүмкіндіктерге байланысты көптеген қалалардың туристік мүмкіндіктері туралы хабарларға байланысты, республикадағы кез-келген туристердің

әрқайсысы туристік қызметті бюджетке түсіріп отырады. Индустриалды сувенирлік өнімді дамыту арқылы кешенді қабылдау мүмкін емес.

Экологиялық туризмді дамыту арқылы аумақ потенциалын пайдалану.

Бір басымдыққа ие экологиялық туризмінің дамуы. Экологиялық туризмді дамытуға табиғи әлеуеттің үлкен мүмкіндіктері бар, сонымен қатар үлкен-климаттық әртүрліліктің, бірегейлілік, ландшафттармен ерекшеленетінін көрсетеді. Экотуризм, туристік аумақтарды ұлғайту үшін бағдарланған, қоршаған ортаны қорғауға мүмкіндік береді, сондықтан инвестициялық жобаларды іске асыруды талап етеді. Қазақстан аумағында 118 ерекше қорғалатын аумақ (ЕҚАА) әрекет етеді, 10 мемлекеттік ұлттық паркі, туризмді реттелетін туризмді қолдана отырып, экотуризмді дамытуға бағытталған.

Туризмнің балалар мен жасөспірімдерді бейнелеу

Бір қызығы, елдегі балалар-жасөспірімдер туризмін дамытуға мүмкіндік береді, бұл Қазақстан азаматтарының азаматтығы мен патриотизміне деген сенімі, туған елін танымдық сезіммен қамтамасыз ету, сондай-ақ балалардың денсаулығы мен өмір сүруін ойдағыдай тәрбиелеу болып табылады.

Салауатты-сауықтыру туризмін дамыту

Кеңестік уақыттағы мерекелік іс-шаралардың арқасында кеңестік-климаттық ресурстардың кең спектрін кеңейте отырып, заманауи тиімді әдістерді қолдануға, емделушілерге және емделушілерге арналған реабилитацияға қолдануға болады. Курорттық қызмет көрсетудің бағасы төмендей отырып, жоғары терапевттік әсері бар, біз бәсекелестікке қол жеткіздік және нарыққа сапалы-сауықтыру туризмнің үлкен мөлшерін бақылап отырдық. Медицина туризмінің соңғы кездері барлық үлкен популярлық көрініске ие. Тенденция, бұл әртүрлі елдерге жатқызу сапалы медициналық жәрдем алуға келеді, сондықтан адамдар үшін сапалы, сапалы және кез-келген медициналық қызметтерін көрсетуге болады.

Бақылау сұрақтары

1. ҚР туризмнің жедел дамуын тежейтін негізгі факторларды атаңыз?
2. Сіздің ойыңызша, "елдің туристік тартымдылығы" ұғымының мәні неде? Мысалдар келтіріңіз.
3. ҚР туризмін дамытудың қандай объектілеріне шетелдік инвесторлар тартылды? Бұл елдерді атаңыз.
4. Туристердің пікірінше, қонақ үй қызметтерінің деңгейі жоғары орналастыру орындарында тұру бағасы басқа елдердің жетекші туристік дестинацияларындағы ұқсас қонақүйлерге қарағанда әлдеқайда жоғары. Себебін атаңыз.
5. Елдің қандай облыстары туристік-рекреациялық ресурстармен ең көп және ең аз қамтамасыз етілген облыстарға жатады?

6. Қоғам мен табиғаттың өзара іс-қимылын неге ҚР аймақтарында туризмді дамыту мәселесі ретінде қарастыру керек?

7. ҚР табиғат ескерткіштерін атаңыз. Оларды қорғау проблемалары неде?

ҚОРЫТЫНДЫ

Туризм географиясы бойынша зерттеулер өткізілген елдердің барлығында дерлік туристік қозғалыстың ең көп шоғырланған аймақтарына ең үлкен көңіл бөлінген, алайда болашақта туристік ресурстарына ие аймақтары қарастырылды.

«Рекреация географиясы» ұғымының әдеттегі «туризм географиясынан» айырмашылығы шамалы. Себебі рекреация географиясы демалысқа байланысы бар кеңістік құбылыстарын, атап айтсақ, туризм географиясы туристік көш-қонды, туристік сұраныс орталықтары мен олардың демалыс аудандарына байланыстылығын, әртүрлі аймақтардағы туристік қозғалыс қарқындылығын, туристік шаруашылық дамуының нәтижесіндегі аумақтың өзгерістерін, аумақтың туристік сыйымдылығын, туризмнің экономикалық сипаттарын және басқа да туризмге байланысты мәселелерін зерттейді. Сонымен қатар, америка рекреациялық географиясы, АҚШ экономикалық географиясының басқа салалары сияқты, әлеуметтік мәселелерге (әсіресе туристік сұраныс зерттеулерінде) ерекше назар аударады. Барлық елдерде туризмнің қарқынды дамуы бұл құбылыста географиялық талдау қажеттілігінің артуына себеп болуда.

Туризм географиясының өте маңызды ұғымы - туристік аттрактивтілік (тартымдылық). Мұнда объективті факторлармен бірге субъективті психологиялық фактор маңызды рөл интегралдық сипаттама. Зерттеу мен жобалау жұмыстары ауқымының кеңеюіне, урбандану жағдайындағы қала маңындағы демалыстың жылдам дамуына орай әлеуметтік-географиялық зерттеулерінің көлемі тез өсуде.

Туристік қозғалыстың одан әрі дамуы оның жоспарлық реттелуі мен басқару міндеттерін қажет етті. Осыған орай әртүрлі аудандардың туристік мамандандырылуын анықтау мен рекреациялық аудандастыру қажеті пайда болды. Осының нәтижесінде туристік шаруашылығының аумақтық құрылымын реттеу бойынша зерттеулерді жүргізетін ғылыми бағыты қалыптасты.

Тартымдылығымен ерекшеленетін тарихи-археологиялық және бірегей табиғат ескерткіштері шоғырланған аудандарда инфрақұрылымдарды қалыптастырған жағдайда болашақта халықаралық дәрежедегі аумақтық туристік рекреациялық жүйе қалыптастыруға болатындығы анықталды. Жасалған талдаулар мен әдіснамалық мәселелерді шешу туралы ұсыныстар аумақтарда туристік-рекреациялық іс-әрекеттерді жүргізуге мүмкіндік береді.

АНЫҚТАМАЛАР

Оқу құралы өздеріне сәйкес анықтамаларымен келесідей терминдер қолданылды:

Антропогендік ландшафт– адамның іс-әрекеті нәтижесінде өзгертілген немесе жасанды қалыптастырылған ландшафт.

Аумақтық рекреациялық жүйе – максималды тығыз қарым-қатынасқа жететін, түрлі жүйенің кеңістік және функционалды координациясы, берілген аумақтағы рекреациялық қызметті жүзеге асыратын өзара тығыз байланысқан жүйелерден және элементерден тұратын (табиғи және мәдени кешендер, бөлім басшылары мен рекреанттарды, қызметкерлер, инженерлік құралдар) географиялық жүйе.

Географиялық ақпараттық жүйе– ақпараттарды жинап, сақтау, кеңістік мәліметтерді бейнелеуді қамтамасыз ететін интерактивтік ақпараттық жүйе.

Дестинация (ағылш. destination) – орналасқан жері – тағайындалған орын, ел, қала немесе басқа әкімшілік-аумақтық орналасу орны.

Емдік-сауықтыру немесе велнес-туризм– (health tourism, wellness tourism), ол өз алдында туризмнің танымал бағыттарының бірі болып саналады. Велнес-туризмнің бірден-бір ерекшелігі – медициналық (емдік) туризм ретінде тікелей жоғары білікті медициналық көмек беру және туристердің денсаулығын нығайту мен жақсарту (жалпы алдын алу бойынша шаралары) шаралары басты мақсаты болып табылады.

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

Ландшафт– басты жеті құраушы компоненттерден, яғни тау жыныстары, жер бедері, климат, су, топырақ, өсімдік және жануарлар әлемінің өзара бірімен бірінің тығыз байланысқан, біріне-бірі тәуелді бірліктерінен тұратын жүйе.

Кластер – бұл мамандандырылған шикізат, материал, тауар жеткізушілер мен қызмет көрсетушілер, сондай-ақ, олардың қызметіне байланысты ұйымдар (мысалы университеттер, стандарттау агенттері, кәсіби бағдар орталықтары, сауда бірліктері және т.б.) болып табылатын географиялық белгісі бойынша шоғырланған өзара байланысты ірі, шағын және орта компаниялар тобы.

Мәдени туризм – мәдени ескерткіштер және тарихи мұра орындары бойынша ұйымдастырылған турлар және гид алып жүрмейтін турлар.

Рекреация– адамның бос уақытында еңбек процесінде жұмсаған дене және рухани күштерін қалпына келтіру мен дамыту, еңбек

міндеттемелері мен күнделікті тұрмыстық қажеттіліктерімен байланысты емес тұлғаның жан-жақты дамуы.

Рекреациялық ресурстар— өндіргіш күштердің қазіргі деңгейі кезінде қоғамның рекреациялық қажеттілігін қанағаттандыру үшін және халыққа рекреациялық қызмет етуге маманданған шаруашылық саласын ұйымдастыру үшін пайдаланылуы мүмкін табиғи және антропогендік нысандар. Рекреациялық ресурстарға табиғи кешендер мен оларды құраушылар (бедер, климат, өсімдік, суқойма), мәдени-тарихи ескерткіштер, қалалар мен басқа елді мекендер, ерекше техникалық ғимараттар жатады. Курорттық, сауықтырғыш, спорттық және экскурсиялық-туристік рекреациялық ресурстар болып ажыратылады.

Рекреациялық сыйымдылық— табиғи ортаны деградациясыз белгілі бір адамдар тобын демалыспен қамтамасыз етуге жағдай жасайтын аймақ. Белгілі рекреациялық жүктемесі бар, нақты адам санымен анықталған, белгілі бір аралықта аудан бірлігіне сәйкес келетін рекреациялық нысан.

Табиғи рекреациялық аудан— табиғи ортаны деградациясыз белгілі бір адамдар тобын демалыспен қамтамасыз етуге жағдай жасайтын аймақ. Белгілі рекреациялық жүктемесі бар, нақты адам санымен анықталған, белгілі бір аралықта аудан бірлігіне сәйкес келетін рекреациялық нысан.

Табиғи-рекреациялық ресурс – табиғи рекреациялық ресурстар өндіргіш күштердің қазіргі деңгейі қоғамның рекреациялық қажеттілігін, яғни дене және рухани дамуын қанағаттандыру үшін және қалпына келтіру үшін халыққа рекреациялық қызмет етуге маманданған шаруашылық саласын ұйымдастыратын пайдаланылатын табиғи және антропогендік нысандар.

Туризм – адамның тұрғылықты мекен жайынан сауықтыру, танымдық, кәсіби-іскерлік, спорттық, діни және тағы басқа мақсатпен уақытша шығуы, (саяхат). Өз ортасынан жыраққа барып, бір жылдан аспайтын уақыттағы белсенді демалыстың бір түрі. Туризм – халықтың рекреациялық қажеттілігін (денсаулығын жақсарту, күш-қуатын қалпына келтіру, т.б.) қанағаттандырудың ең тиімді жолы.

Туристік «тәжірибе» – демалу үрдісінде туристердің ұмытылмас әсерлері мен эмоциялары.

Туристік кластер – бұл туристік өнімді жасау, өндіру, ілгерілету және сатумен, сондай-ақ туризм индустриясымен және рекреациялық қызметтермен сабақтас қызметпен айналысатын өзара байланысқан кәсіпорындар мен ұйымдардың бір шектелген аумақ аясында шоғырлануы.

ПАЙДАЛАНҒАН ӘДЕБИЕТТЕР:

- 1 Назарбаев Н.Ә.Болашаққа бағдар:рухани жаңғырту // Егемен Қазақстан. - 2017- №70(29-051).
2. Қазақстан Республикасы Үкіметінің Қаулысы. Өңірлерді дамыту: 2011 жылдың 26 шілдесі, №862бекітілген.
- 3.Закон Республики Казахстан. О туристской деятельности в Республике Казахстан: принят 13 июня 2001, №211.
- 4.Котляров Е.А. География отдыха и туризма. - М.: Мысль, 1978. - 238с
- 5.Geotourism: The New Trend In Travel 2003 Travel Industry Association of America . ISSN: 1543-4559
- 6.Зорин И.В., Квартальнов В.А. Туризм как вид деятельности. Учеб. пособие. — Мн.: Новое знание, 2003. — 632 с.
- 7.»Туристтік имиджді қалыптастыру бойынша шаралар пакеті туралы» қаулы қабылдады. Қазақстандық туристік қауымдастығы (ҚТА) құрылды. 1993.
- 8.Ердаулетов С.Р. и др.Оценка рекреационных ресурсов как основа устойчивого развития индустрии туризма республики Казахстан // В сб.: Географическое обоснование устойчивого использования природно-ресурсного потенциала Республики Казахстан. - Алматы: Print-S, 2006. - С. 240-271.
- 9.adilet.zan.kz/kaz/docs/P1000001278
- 10.Izenbayev B., Mazbayev O., Saiken A., Tasbolat B., Atasoy E. Туризм зерттеулерінің географиялық-ресурстық негіздері // Сборник научного журнала “International Scientific and Practical Conference “World Science. - Dubai, 2016. - P 90-93.Токпанов Е.А. Жетісу Алатауы өңірінде туризмді дамытудың географиялық негіздері: географ. ғыл. канд. ... автореф. – Алматы, 2008. – 18 б.
- 11.Дирин Д.А. Ландшафтная эстетика в туризме: учеб. пособие. - Барнаул: Изд-во АлтГУ, 2013. - 148 с
12. «Жасыл көпір - ұрпақтан-ұрпаққа» атты IV Халықаралық студенттік форумының материалдар жинағы. 10-11 сәуір 2014 ж. – Алматы: Қазақ университеті, - 220 бет.
13. Кусков А.С., Голубева В.Л., Одинцова Т.Н. Рекреационная география: учебно-методический комплекс. - М.: МПСИ, Флинта, 2005. - 496 с.
14. Кусков А.С., Голубева В.Л., Одинцова Т.Н. Рекреационная география: учебно-методический комплекс. - М.: МПСИ, Флинта, 2005. - 496 с.
15. Izenbayev B.Ж., Mazbayev O.Б., Saiken A., Tasbolat B. Развитие туристического потенциала Южно-Казахстанской области // European Conference on Innovations in Technical and Natural Sciences: proceedings of

the 10th International scientific conf. / “East West” Association for Advanced Studies and Higher Education GmbH. – Vienna, 2016. – P. 101-112.

16. Сапаров Қ.Т., Құлжанова С.М. Туризмді дамытудың рекреациялық-географиялық бағалау негіздері // ҚР Ұлттық ғылым академиясының хабаршысы. - 2014. - №3. – Б. 44-48

17. Пирожник И.И. Основы географии туризма и экскурсионного обслуживания. - Минск: Изд-во Университетское, 1985. - 207 с

18. Ердаuletов С.Р. География туризма: история, теория, методы, практика. – Алматы: Ғылым, 2000. – 336 б.

19. Папирян Г.А. Международные экономические отношения Экономика туризма.- М.: Финансы и статистика, 2000. - 208 с.

20. Кваральнов В.А. Туризмдегі стратегиялық басқару. - М .: Interpress, 2008.

21. Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2020 жылға дейінгі тұжырымдамасын бекіту Қазақстан Республикасы үкіметінің 2013 жылғы 28 ақпандағы № 192 қаулысы.

22. www.kazakhstan.travel

23. Попов В.И., Глотов С.Е., Гуляева Т.С. Методологические вопросы комплексной рекреационной оценки горных территорий // Актуальные вопросы теории и практики туризма. Алматы: Казак Университет!, 1999,- С.33-38.

24. Ландшафтный подход как основа оценки территории Уральского Прикамья для организации активного туризма Научная библиотека диссертаций и авторефератов disser Cat <http://www.dissercat.com/content/>

25. Шабельникова С.А. Оценка рекреационных ресурсов Республики Казахстан Попова В.И., Алиева Ж.Н

26. Шабельникова С.А. Оценка рекреационных ресурсов Республики Казахстан для целей развития туризма и отдыха: автореф. ... канд. географ. наук: 23.00.25. - Алматы, 2000. - 25 с.

27. Туризм және рекреация мақсатында Қазақстан аумағын зерттеу мен бағалаудың негізгі әдістері және ГИС-технология Толепбаева А.К., Оразбекова К.С. «География Институты» ЖШС, Алматы қ.

28. Багрова Л.А. Багров Н.В., Новые подходы к использованию рекреационного потенциала Крыма. // Проблемы экологии и рекреации Азово-Черноморского региона. - Симферополь: Таврида, 1995.

29. [https://massaget.kz/mangilik_el/48470/ © www.ZHARAR.com].

30. Ердаuletов СР. Индустрия туризма, условия и факторы ее развития и территориальной организации // Проблемы становления индустрии туризма Казахстана./Сб. матер, межд. конф. специалистов туризма.-Алматы, Казак, Университет!, 2002.-С 13-26.

31. Мазбаев О.Б Туризмді дамытудағы ресурстық факторлардың рөлі // Гидрометеорология және экология. – Алматы, 2009. - №4(55). - Б. 118-126.

32. Switzerland Travel and Tourism Competitiveness Index 2017

33. Мазбаев О.Б. Қазақстан Республикасы туризмнің аумақтық дамуының географиялық негіздері: геогр. ғыл. докт. ... автореф. – Алматы, 2010. – 38 б.34. Вуколов В.Н. История и теория международного бизнеса. Ч. 1,2. - Алматы, 2000. - С. 308 .
35. Режим доступа:<http://www.stat.kz/digital/turizm/Pages/default.aspx>.
36. [Www.stat.kz](http://www.stat.kz) - Статистика бойынша Қазақстан Республикасының статистикасы.
37. www.stat.kz - Статистика бойынша Қазақстан Республикасының статистикасы.
38. Источник: http://www.ratanews.travel/news/news_9102015_5.stm
39. [Www](http://www.stat.kz) Қазақстан Республикасының Ұлттық Атласы. Том I. Природные условия и ресурс. Алматы, 2006г. - 125 с
40. aic.kz - ҚР Ақпарат және байланыс министрлігі .
41. Биндевальд О. В. Аймақтардағы оқиғалар туризмі Қазақстанның. Материалдар ҮШ Халықаралық ғылыми конференциялар студенттер мен жасөспірімдердің «Ғылым және білім - 2013» .- С.306-310.
42. Қазақстан туризмі - Статистика комитеті <https://stat.gov.kz/getImg?id=WC16200032337>
43. Инвестициялар және даму министрінің 2014 жылдың 5 қарашасындағы №126 бұйрығымен бекітілген Кендірлі жобасы мен Маңғыстау облысындағы туризмді дамыту жобасы жөніндегі жұмыс тобының мүшелеріне және мүдделі мемлекеттік органдарға келісуге дайындаған хаты (2016 жылдың 19 тамызындағы 1 04-2-14/664019 хат)
44. Қазақстан Республикасы үкіметінің 2016 жылдың 9 қаңтарындағы №11-8/04-145//01-7.2 дәрісін.
45. Доронин Алексей. Туризм покоряет. № 8, 2006г. - с. 125- 128.
46. <https://stud.kz/referat/show/65098>
47. <https://egemen.kz/article/165515-balalar-turizmin-damytu-manhyzdy>.Egemen.kz.сайты
48. www.enu.kz/downloads/.../esengabylova-annotaciya-kz.doc...
49. Ким А.Г. Рекреационная оценка территории и развитие туристско-рекреационного хозяйства в Казахстане.А. 1997.
50. Туризмнің мәні әлеуметтік- экономикалық категория ретінде - Stud.kz
<https://stud.kz/referat/show/6213>
- 51 В.И. Кружалин, Н.С. Мироненко, Н.В. Зигерн-Корн, Н.В. Шабалина география туризма учебник Москва 2014
52. Қазақстандағы ішкі туризмнің қазіргі жағдайы, перспективалары ...
netref.ru/1-azastandafi-ishki-turizmini-azirgi-jafdaji-perspekt.
53. Чудновский А. Д., Жукова М. А., Сенин В. С. Управление индустрией туризма: Учебное пособие. — М.: КНОРУС, 2004.
54. Романов А.А., Саакянц Р.Г. География туризма Учебное пособие. - М.: Советский спорт, 2002. - 464 с. .

55. Бредихин А.В. Рекреационные функции рельефа // Туризм и рекреация. М., 2006.

56. Карасев А. С., Мажар Л. Ю. Методы исследования туристско-рекреационных ресурсов. - М.: Мысль, 1986. - 237 с.

57. Кандор И.С., Д.М. Демина, Ратнер Е.М. Физиологические принципы, санитарно-климатическое районирование территории СССР.- //Сб.: Медицина. М.: 1974.-С. 45-63.

58. Данилова Н.А., Биоклиматическое оценка черноморского побережья для цели отдыха //Вопросы географии.-М.: 1973, -Вып.89. – С.65-70.

59. Байбакова Е.М., Невраев Г.А., Чубков А.А. Методика оценки климата курортов и метеорологических условий климатологии //Очерки по климатологии курортов: сб. - М.: 1963. -С. 125-127.

60. Асубаев Б.Қ. Балқаш-Алакөл алабында туризмді дамытудың рекреациялық географиялық негіздері (Жазық аумақтар мысалында): географ. ғыл. канд. ... автореф. – Алматы, 2010. – 16 б.

**Аяпбекова Алия Ескермесовна
Демеуов Арман Болатович**

**ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ТУРИЗМ ГЕОГРАФИЯСЫ
Оқу құралы**

Басуға 29.10.2019 жылы қол қойылды. Қағазы көшірмелік.
Қаріп түрі «Таймс». Пішімі 60x84/16. Баспа табағы 10 бет.
Таралымы 500 дана. Тапсырыс №110.
«Тұран-Астана» баспаханасында басылған.
Мекенжай: 010000, Нұр-Сұлтан қ., Ы.Дүкенұлы көшесі 29 үй.