

### *Литература:*

1. Черных Е.Н. Циркумпонтийская металлургическая провинция // Российская археология. – 2003. №1 с.5
2. Кондыбай С. Арғы қазақ мифологиясы 4т. – 2006. с.292
3. Абылғазы Родословная түрков с.28-29
4. Алпамыс. – 1957. стр. 12
5. Кобыланды батыр М. – 1975. с.408
6. Казиев Т.А. В центре человеческого космоса (Заметки о древностях степной цивилизации). – 2007.

## **ТҮЙІН**

Бұл мақалада Евразиялық дала көшпенділерінің ерте-кеш метал өнімдерінің көздерін тапқандарын, метал өнімдерін қалай шығарғандарын баяндайды.

## **SUMMARY**

This article contains information from Kazakh sources about doing metallurgy and producing metal productions of early and late Eurasian steppes nomads.

**Г.С. КОПЖАСАРОВА**

## **ТУРИЗМ ЖӘНЕ ҚОНАҚ ҮЙ БИЗНЕСІНІҢ ТАРИХЫ ЖӘНЕ ҚОҒАМ ӨМІРІНЕ ТУРИЗМНІҢ ЫҚПАЛЫ**

Ақтөбе «Дүние» университеті, Ақтөбе қаласы

*Туризм және қонақ үй бизнесінің тарихы және қоғам өміріне туризмнің ықпалы.* Туризм тарихы экономиканың, қоғамның тарихымен өте тығыз байланысты. Орта ғасырларда діни саяхаттар орын алды. Римдік

туристер тарих пен дінге зер сала отырып, көне заман шіркеулеріне саяхат жасады. 1829 жылы Бостанда Тремонд-Хаус ашылды. Бұл әрбір номерде өзінің қызмет түрлерімен жабдыкталған толықтай отель ретінде рәсімделген бірінші қонақ үй болды.

*Туризм және оның түрлері.* Бүкіләлемдік туристік орталықтың анықтамасы бойынша туризм француз тілінен аударылғанда "қыдыру" деген мағынаны білдіреді. Осыдан келе туризмнің келесідей заңдық аспектілерін қарауға болады:

- туристік қызметке қарағанда туризм тар мағынаға ие;
- туризм саяхаттың бір түрі болып табылады;
- туризм демалыстың бір түрі, бірақ белгілі бір жүйелі демалыс;

Туризм мен шоу бизнестің арасындағы қатынасқа тоқталар болсақ, саяхаттың кезінде концерттерге, би кештеріне баруға болады, бір жағынан шоу бағдарлама құрамына, екінші жағынан экскурсиялық, спорттық кештердің құрамына кіруге мүмкіндік бар. Туристік қызметті келесі объектілердің арасынан көруге болады:

- турфирма мен турист арасында;
- турфирма мен басқа да кәсіпорындар арасында.

Турист пен турфирма арасындағы қатынас сатушы мен сатып алушының арасындағы келісімшарт арқылы қалыптасады. сондықтан турфирмалар ұсынатын өнімнің мінездемесін қарау керек.

*Туристік қызметтер және олардың құқықтары.* Туристік фирмалардың көрсететін қызмет түрлері негізгі және қосымша болып бөлінеді. Негізгі қызмет түріне туризмнің түрін таңдау мен маршрутын, саяхат жасау күндерін, пәтерлерді таңдау категориясы, тамақпен қамтамасыздандыруды үйрету, мәдени шараларды ұйымдастыруға үйрету және белгілі бір жеңілдіктер болған жағдайда іс-сапар бағалай білу енеді. Іс-сапар күніне байланысты саяхатқа тоқталып өтейік.

*1 кесте*

**Туристік қызметтің түрлері:**

Классификациялық белгілері	Туризмнің түрлері
1. Туристің мақсаты	1.1 Демалыс. 1.2 Спорттық демалыс. 1.3 Экзотикалық демалыс. 1.4 Қайта классификациялау н/е оқу 1.5 Жанұялық туризм. 1.6 Емделу. 1.7 Экскурсиялық турлар. 1.8 Шоп турлар. 1.9 Іскерлік туризм.
2. Географиялық белгілері	2.1 отандық. 2.2 ТМД 2.3 Шет елдерде
3. Саяхатқа қатысушылардың саны	3.1 Жеке 3.2. Жанұялық. 3.3. Топтық.
4. Қозғалыс түрлері бойынша	4.1. Жаяу демалыс. 4.2. Теңіздік круиз. 4.3. Өзендік круиз. 4.3. Автокруиз. 4.5. Тау-шаңғы демалысы. 4.6. Поезда. 4.7. Аралас.

қысқа мерзімді (2-5 күн)

орта мерзімді (6-14 күн)

ұзақ мерзімді (аптадан жоғары)

Саяхат кезінде азықпен қамтамасыз етудің мынадай нұсқалары болуы мүмкін:

1-ші реттік тамақтандыру  
жартылай пансион (тәулігіне 2рет)  
пансион (тәулігіне 3рет).

Мәдени шараларды ұйымдастыруда сол елдің тарихи, мәдени, ұлттық және діни ерекшеліктері ескеріледі.

Турфирманың көрсететін қосымша қызметіне қолдау, шетелге баратын көліктің құжаттарын рәсімдеу, жүктерді кедендік органдардан өткізу, шығарып салу, багаждың және туристің сақтығын қамтамасыз ету жатады.

Турист пен турфирма арасындағы заңға сәйкес рәсімделген қызметтерді көрсету жөнінде келісімшарт жасалады. Бұл келісімшартта екі жақтың құқықтары мен міндеттері, іс-сапардың бағасы мен онымен есептеу жолдары, екіжақтың жауапкершілігі ерекше шарттары заттай түрінде тіркелген мекен-жайлары мен реквизиттері көрсетіледі.

*Туристік орналастыру.* Бүкіләлемдік туристік ұйымдардың, отандық туристік ұйымдардың нұсқаулықтарына сәйкес туристер екі категорияға бөлінеді.

1. ұйымдық
2. жеке

Қонақ үйлерде, арнайы жабдықталған ғимараттарда туристерді қарсы алу оларға деген бірден-бір құрмет болып табылады.

Қонақ үйдің ең негізгі ерекшелігі - онда номерлердің болуы. Қонақ үйдің белгілі бір құрал-жабдықтары мен қызмет көрсету ерекшеліктеріне байланысты төмендегіше бөлінеді:

- кең көлемде қызмет көрсететін қонақ үй;
- пәтер түріндегі қонақ үй;
- мотель;
- жол бойындағы қонақ үй;
- курорттық қонақ үйлер.

Қазіргі кездегі қонақ үйлер туристің өзін жақсы сезінуі үшін барлық қызметтерді көрсетуі тиіс. Қонақ үйлер ғимараты мынадай принциптерге негізделеді:

- қонақ үй ғимараты қоршаған ортаға сәйкестелуі тиіс;
- табиғи климаттық факторлар, температура, ауа ылғалдылығы т.б. ескерілуі тиіс;
- ғимарат салынған кезде архитектура, конструктивтік құрылымдары шектен тыс түспеуі тиіс;
- қонақ үй ғимаратын безендіру кезінде жарнамалық бейнелер үлкен рөл атқарады;
- ғимарат эстетикалық, техникалық, экологиялық жағдайларға сәйкестенуі керек.

Қонақ үй ғимараты конструкциялық типіне, қабат сандарына, эксплуатациялау режиміне және т.б. қасиеттеріне байланысты ажыратылады.

Оның конструкциялық типі құрылыс материалдарына тәуелді болады. Эксплуатациялау режиміне байланысты жыл бойы қолданылатын маусымдық, аралас қызметтер көрсететін болады. Қонақ үйдің орналасқан орнына байланысты: қала ішінде, қала сыртында, жол бойында және судың ортасында орналасқан деп бөлінеді.

Американдық және Ресейлік тәжірибелерге сүйенсек, туристердің сыйымдылығына байланысты: 100 орындық қонақ үй - кіші қонақ үй; 100-500 орындық - орташа қонақ үй; 500-ден жоғары орындық - ірі қонақ үй деп бөлуге болады.

### **Туризмнің қоғам өміріне ықпалы**

Туризм әр түрлі жағдайларда жергілікті халықтың өміріне, олардың материалдық және рухани жағдайына, құндылықтар элементіне, қоғамдық мүдделеріне ықпал етеді. Әлеуметтік-мәдени құлшынушылық байқалатын аймақта, яғни туристер саны жергілікті халық санынан аз болып және де мәдени деңгейлері бір-біріне шамамен сәйкес келетін болса, онда туризмнің ықпалы онша байқалмайды. Бірақ та өндірісі дамыған аймақтарда туризмнің

өсуі сол аймақтың әлеуметтік құрылымына, қоршаған орта мен жергілікті мәдениетіне маңызды өзгерістер әкелуі мүмкін. Бұл құбылыс мәдени байланыстар арасында әлеуметтік проблемаларды тануға мүмкіндік береді. Туристер мен жергілікті халық арасындағы арақатынас көбінесе мына сипатта анықталады: бірі немесе екіншісі мәдениеттің әр түрін тасушылар немесе пайдаланушылар болып табылатындар, яғни бір сәтте турист демалған болса, жергілікті халық оған қызмет көрсетеді.

*Туризмнің оң әсерлері.* Туризм жергілікті халықтың өміріне оң және теріс әсер етуі мүмкін. Оң әсеріне мыналарды жатқызамыз:

- жаңа жұмыс орнының пайда болуы;
- табыстың көп түсуі жергілікті халықтың өмір сүру деңгейлеріне әсер етеді;
- мәдени ұйымдар мен құрылымдардың қызмет түрлерінің дамуы урбанизация процесін жеңілдетеді;
- әлеуметтік және мәдени процестерді арттырады;
- жергілікті мәдени құрылымдардың тууына халық шығармашылығы, дәстүрлер, салықтар ұлттық нақыштарды одан әрі дамуына әсер етеді;
- жергілікті өндіріс тауарлары мен өнімдерге сұраным артады;
- жергілікті мәдени ескерткіштердің сақталуы мен қайта құрылуына әсер етеді;
- табиғи кешеннің кеңеюі;
- аймаққа туристер тартудың артуы;
- жергілікті мәдени орындарды жанарту.

Туризмнің теріс әсерлері. Бұған мыналар жатады:

- ұлттардың әрекет топтарының мүдделерінің коммерциялануы;
- кәсіби емес деңгейдегі еңбек бөлінісінің өсуі;
- қоғамдық тәртіптен ауытқушылықтың өсуі (бұзақылық жасау);
- отбасы эрозиясы;
- мәдениеттің коммерциялануы;
- анық туристік бағыттың жоғалуы;

- жергілікті халық пен туристердің арасындағы келіспеушіліктің туындауы.

Бұл теріс ықпалдарды жоюдың жолы - туризмді дамытудың кешенді жоспарлы және осы процестерді басқарудағы қазіргі әдістерді енгізу (жергілікті халықтың тәртіп саясатына, шаруашылықта қолданған және ресурстарды қолдануға байланысты басқаруды күшейтуді және де туризмнің ең тиімді бағыттары мен критерийлерінің жолын анықтау) керек.

*Қазақстанда туристік нарықты дамыту мүмкіндіктері мен жолдары.* Қазақстан Республикасында туризмнің экономикалық дамуы үшін барлық оң және теріс факторлар ескерілуі тиіс. Бұл үшін:

- ҚР-ң «ҚР-дағы туристік қызметтердің негіздері туралы» заңын өңдеу керек;
- ҚР-да туризмнің даму концепциясын өңдеу;
- «Туристік қызмет» бюджеттік бағдарламасын қалыптастырып, «горячая линия» құру;
- туризм объектісі ретімен Қазақстанның имиджін қалыптастыру және нығайту жөнінде мемлекет саясатын анықтау;
- туристік қызметтердің статистикалық есебін халықаралық стандарттарға сәйкестендіру;
- елдің туристік нарығын қорғау үшін антидемпингтік шаралар ұйымадастыру;
- туристік қызметтерді пайдалануда ҚҚС-ң нөлдік ставкасын қолдану;
- туристік қызметті импорттауда кеден бажын бақылау;
- әкімшілік тәртіптің жеңілдетілуі, визаларды беру, уақытында тіркеме жасау;
- туризмнің дамуы үшін міндетті талаптың болуы.

Туризмді дамыту мүмкіндіктері:

- 1) әлемдік ұйымның Орталық Азияға, оның ішінде Қазақстанға қызығушылығының артуы;
- 2) туристік қызмет түрлерінің әртүрлілігі;

- 3) туризмді дамытуға бағытталған мемлекеттік және жеке ұйымның қызығушылығы;
- 4) қызмет ортасындағы заңдылықтың өңделуі.

Кедергілері:

- 1) аймақта күшті бәсекелестіктің болуы, Ресей, Өзбекстан, Қырғызстан, Қытай;
- 2) туристік ағым аркасында әр түрлі қылмыстардың орын алуы;
- 3) ҚР-ң есірткі тасымалдау жолында тұруы;
- 4) туристік ағым себебімен көрші елдерде тұрақты тұрған азаматтардың азаттық алмай қалдырылуы;
- 5) виза ала алмауына байланысты қиыншылықтың болуы.

2002 жылдардың қарсаңында күтілетін ең әйгілі туристік бағыттар: Қытай 137,1 млн., осы кезде әлемдік туристік нарығындағы үлесі, өсу динамикасы 1995 жыл мен 2020 жыл арасындағы 8 процентке өседі.

АҚШ	102,4;	6,4;	3,5%
Франция	93,3;	5,8;	1,8%.

Туристік 2020 жылы күнделікті шығысы 5 млрд. долларды құрауы мүмкін.

#### ***Әдебиеттер:***

1. Закон РК «О туристической деятельности в Республике Казахстан»
2. Постановление РК «О лицензировании туристической деятельности»
3. Александрова А.Ю. Экономика и территориальная организация международного туризма. – М. – 1996.
4. Биржаков М.Б. Введение в туризм. – СПб. – 2001.
5. Волков Н.Ф. Введение в гостиничный и туристический бизнес. – Ростов-на-Дону. Феникс. – 2003.
6. Сенин В.С. Организация международного туризма. Учебник. – М.: Финансы и статистика. – 2003.
7. Соколова М.В. История туризма. – М: Академия. – 2004.



8. Рябова И. А., Забаева Ю. В., Драчева Е. Л. Экономика и организация туризма. – М: КНОРУС. – 2005.
9. Бабкин А.В. Социальные виды туризма. – Ростов-на-Дону. Феникс. – 2008.
10. Краковская Т.А., Карнаукова В.К. Сервисная деятельность. – М: «Март». –2006.
11. Дяхтярь Г.М. Лицензирование и сертификация в туризме. – М., «Статистика и финансы». – 2005.

## **РЕЗЮМЕ**

Инструкция туризма на данное время является одним из международных распространенных отраслей. Согласно закону между туристом и туристической фирмой является утвержденным обслуживанием.

## **SUMMARY**

This article is discussing the question of tourism nowadays Tourism is the main international filed.

**С.В. КРУПОДЁРОВА**

## **КОРРЕКЦИЯ АГРЕССИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ ПОДРОСТКОВ**

Актюбинский университет «Дуние», г. Актобе

Напряжённая, неустойчивая, социальная, экономическая, экологическая, идеологическая обстановка, сложившаяся в настоящее время в нашем обществе, обуславливает рост различных отклонений в личностном развитии и поведении растущих людей. Среди них особую тревогу вызывают не только прогрессирующая отчуждённость, повышенная тревожность, духовная опустошенность детей, но и их цинизм, агрессивность и