



**ҚАЗАҚСТАН ТУРИЗМІ: МӘСЕЛЕЛЕРІ ЖӘНЕ БОЛАШАҒЫ
V Халықаралық ғылыми-тәжірбиелік конференциясының
МАТЕРИАЛЫ**

9-11 қазан, 2014 ж., Алматы қ., Қазақстан

МАТЕРИАЛЫ

**V Международной научно-практической конференции
ТУРИЗМ КАЗАХСТАНА: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

9-11 октября, 2014 г., г. Алматы, Казахстан

<i>Тажимаева Т.Л., Полякова С.Е., Тастанова Ж.Д.</i> ВНЕДРЕНИЕ ПРИНЦИПОВ «ЗЕЛЕННОГО ОФИСА» В УНИВЕРСИТЕТАХ.....	74
<i>Ердаuletов С.Р., Кошкимбаева У.Т.</i> АГРОТУРИЗМ МЕН ОНЫҢ НЕГІЗГІ АТҚАРАТЫН ФУНКЦИЈАЛАРЫ.....	78
<i>Алиева Ж.Н., Балғын</i> ҚЫТАЙ ТУРИЗМІНІҢ ҚАЗІРГІ ДАМУ ЖАҒДАЙЫ.....	82
<i>Алиева Ж.Н., Нұрұлы Е.</i> ТУРИЗМ ИНДУСТРИЯСЫНДА ӘЛЕУМЕТТІК МЕДИА МАРКЕТИНГТІҢ АЛАТЫН ОРНЫ.....	85
<i>Алиева Ж.Н., Фархатулы М.</i> ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ЭТНОГРАФИЈАЛЫҚ ТУРИЗМДІ ДАМУЫ БОЛАШАҒЫ.....	90
<i>Байбуриев Р.М., Тойымбаева Ж.Х.</i> ҚАЗАҚСТАН ТҰРАҚТЫ ДАМУЫНДАҒЫ ЭКОЛОГИЈАЛЫҚ ТУРИЗМНІҢ РӨЛІ.....	94
<i>Шолпанқулова М.С.</i> НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ АНАЛИЗА ТУРИСТСКОГО РЫНКА РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН.....	100
<i>Тесленок С. А., Тесленок К.С.</i> ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НОВЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ПРИ РАЗРАБОТКЕ ТУРИСТСКИХ МАРШРУТОВ.....	103
<i>А.К. Seitzhanova</i> SIGNIFICANCE OF DOMESTIC TOURISM.....	109
<i>Alimova N.A.</i> ROLE OF EVENTS IN THE DOMESTIC TOURISM DEVELOPMENT IN KAZAKHSTAN.....	114
<i>Н.В. Тычков</i> ИНФОГРАФИКА КАК ПЕРСПЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ В СФЕРЕ ТУРИЗМА КАЗАХСТАНА.....	120
ТУРИЗМ И УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ РЕГИОНОВ	
<i>Искакова К.А., Каипова Ж.А.</i> ТУРИЗМ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ОТСТАЛЫХ И ДЕПРЕССИВНЫХ ТЕРРИТОРИЙ В МИРОВОЙ ПРАКТИКЕ.....	125
<i>Искакова К.А., Айжолова Г.Р.</i> Туризм как фактор развития депрессивных малых городов Республики Казахстан.....	131
<i>Кораблев В.А.</i> ОЦЕНКА ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ОЗЕРА АЛАКОЛЬ И ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЕГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ.....	137
<i>Тукубаева Ж.К.</i> РЕКРЕАЦИОННОЕ РАЙОНИРОВАНИЕ ЮЖНОГО ПОБЕРЕЖЬЯ ОЗЕРА ИССЫК-КУЛЬ.....	141
<i>Кубесова Г.Т., Турсинбаева К.С.</i> ЭТНОГРАФИЧЕСКОЕ РАЗНООБРАЗИЕ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА (НА ПРИМЕРЕ ЗАПАДНОГО КАЗАХСТАНА).....	144

ҚЫТАЙ ТУРИЗМІНІҢ ҚАЗІРГІ ДАМУ ЖАҒДАЙЫ

Ж.Н. Алиева, Балғын

әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті

Мақалада жалпы Қытай туризмінің қазіргі даму барысы, Қытай үкіметінің елдегі туризм саласының дамуына жасап отырған саясаттары мен бағдарламалары зерттелген. Сонымен қатар Қытайдағы туризм саласы елдегі басты табыс көзінің біріне айналғандығы туралы ақпараттар қарастырылған. Қазіргі таңда Қытайдағы басты туристік бағыттар, ішкі және сыртқы туризмнің негізгі аймақтары және туристік топтары қарастырылған.

Қытай Халық Республикасы қазіргі таңда экономикалық және әлеуметтік жақтан тез қарқынды дамып келе жатқан ел болып саналады. Қытай туризм саласының жоғары қарқынды дамуына байланысты, туристік ұйымдарың саласында да үлкен өзгерістер болды. Әсіресе, жақынғы он жылда, сала құрылымы үздіксіз кеңейіп, мамандар саны артып, тұтыну саласы үздіксіз кемелденіп және жақсарып, туризм саласының экономикалық өсуі жоғарылап, кәсіптенудің негізгі саласына айналды. Оны мына бірқанша жақтардан көруге болады.

Біріншіден, саланың дамуы кәсіптенудің ауқымды кеңістігін қалыптастырды. Елдегі туризм саласы еңбектің шоғырланған саласы, туристік ұйымдар туризмнің көшбасшысы, он жылдың ішінде үлкен жетістіктерге қол жеткізіп қалмастан, кәсіптенудің де ірі кеңістігін қалыптастырды. 2013 жылдың аяғына дейін, елде жалпы 10716 туристік фирма болып, (мұның ішінде халықаралық туристік фирмалар 1319, ел ішіндегі туристік фирмалар 9397) бұрынғыдан 9155-ке көбейіп, 7 есеге артқан, жылдық өсу мөлшері 21 пайыз болған. Елдегі туристік сала мамандары 192400-ге жетіп, жылына 13 пайызға артқан. Болашақта бұл жылына 15 пайыздан өседі деп есептесек, жалпы елде 2,929,600 адам осы салада қызмет ететін болады. Экскурсоводтар туризм саласының басты өкілдері бола отырып, жақынғы жылдардан бері сала мамандары көбейе түскен. 1994 ж. елде экскурсоводтардың толымдылық емтихан үрдісі жалпыласқаннан кейін, толымдылық куәлігін алған экскурсоводтар саны 2 млн-ға жетіп, жылына 23 пайызға өсіп отырған. Ал 2014 ж. ел бойынша толымдылық куәлігін алатын экскурсоводтар саны 20 мыңға жетеді деп жоспарланып отыр. Туристердің саны жыл санап артып, жылына 10 пайыздық өсу көрсеткішін көрсетіп отыр, туристік өнімнің тұтынылу мөлшері де жылына 10 пайыздық қарқынмен өсуде [1].

Екіншіден, экономикалық өсудегі туризмнің белсенділік ролі. Елдегі халықтың әлеуметтік жағдайының жақсаруына және табыс мөлшерінің артуына байланысты, туризмнің даму үрдісі де арта түсті, ішкі туризм қарқынды дами бастады. Бұдан тыс, мемлекеттің шетелмен қарым-қатынасының дамуы, үкіметтің халықаралық туризмнің дамуына саяси реттеулер жасауына орай, ел ішінен шетелге шығатын туристер саны артты, бұл экономикалық өсуге оң әсерін тигізді. Осымен қатар, туристік ұйымдардың инвестициялары да экономикалық өсуді жеделдеткен [2].

Үшіншіден, үздіксіз жаңа туристік өнімдер өндіріп, туристердің қажетін қанағаттандыру. Күн сайынғы өсіп келе жатқан туристердің қажетін қанағаттандыру үшін, мемлекеттік туризм басқармасы нарықты жетілдіруге күш салды, өнімдердің жобалануы, нарықтағы өтімділігі, туристер жағынан қабылдануы, имидждің қалыптасуы жақтарында жаңа бағыттар енгізілді. Туристік өнімдер бұрынғы жалаң өнімдерден біртіндеп алуан түрлілікке ойысты, яғни, тамашалау, демалыс күндеріндегі саяхат, ерекше саяхаттар болып, құрылымдық жақтан кени түсті. Бұл әр түрлі деңгейдегі туристер қажеттілігін арттырды [3]. Тамашалау мақсатындағы туризмде, елдің мәдени байырғы орындары, тау-өзен көріністері, дәстүрлі ұлттық көрініс

орындары, шығыс мәдениетін паш ететін тарихи туристік орындар өзінің алуан түрлілігімен ерекшеленіп, әлемдік нарықта алдыңғы орынға шықты. Нарықтық қажеттілікке бейімделуде туристік ұйымдар сапалы туристік өнімдер өндіріп, өнім сапасын біртіндеп жақсартты. Тіпті кей өнімдер брендке айналды, олар «Жю Хан Гоу үңгірі», «Чаңжяң үш қысаңына саяхат», «Батыс өңірлік саяхат», «Юннанға саяхат», «Хайнанға саяхаттар». Ал демалыс өткізу мақсатындағы сапарлардың өнімдері жағында, 1992 жылғы үкімет жарлығына сай құрылған елде 12 демалыс аймақтары ұйымдастырылған. Осымен қатар, қала дәрежелі орындарда жаңадан ашылған демалыс орындары, қала маңындағы демалыс орындары алғашқы қадамда әр сатыдағы қажеттіліктерге ұсынылатын өнімдерге айналды, мұнда, отбасымен демалу, ауылдарда демалу, теңіз жағалауларында демалу, апта соңындағы демалыстар, мереке күндік демалыстар нарықтағы сұранысы көп демалыс түрлеріне айналды. Туристік ұйымдар ұсынған, арнаулы туристік өнімдер, жаңашылдығымен, ерекшелігімен дараланады. Мәселен, Қытай тарихи мәдени қалаларына бағытталған көне қалалардың қазіргі болмысы, тау-өзендерді негіз еткен ауыл туризмі, «Ұлы жібек жолындағы» туризм, «Ұлы қытай қорғанына» сапар, батыс оңтүстіктегі аз санды ұлыттар дәстүрін тамашалауға бағытталған әйгілі маркалы сапарлар. Кейбір ірі көлемді туристік ұйымдар шетелдік туристерге «Бейжіңнің түнгі көрінісі», «Қытайша емдеу», «Бейжіңдегі үйлену тойы» сияқты жаңа туристік өнімдерді ұсынады. Ерекше сипатқа ие туристік өнім түрлері жақынғы жылдардан бері өте тез дамып, алуан түрлілікпен, кең ауқымдылықпен ерекшеленеді. Мысалы, оқу мақсатындағы сапарлар, шаңғы туризмі, іскерлік туризм, спорттық мақсаттағы туризм түрлерінен ұсынылатын турөнімдер ең көп сұраныстағы өнімдер болып саналады. Қытай экономикасының және туризмінің дамуына орай, халықтың шетелге шығу мөлшері де арта түсті, сонымен шығу туризміндегі ұсынылатын туристік өнімдер қатары да арта түсті [4].

Төртіншіден, қызмет көрсету саласына баса мән беру. Елдегі туризм саласының ел іші-сыртында қарқынды дамуына байланысты, туристік нарықтағы бәсекелестік арта түсті. Көптеген туристік ұйымдар кәсіпорындардың өзіндік дамуын қадағалап, ішкі басқаруды күшейтіп, қызмет көрсету сапасы мен қызмет көрсету танымын жоғарылатып нарықтағы басты бәсекелес күшке айналды [5].

Көптеген туристік кәсіпорындар мемлекеттік туризм комитетінің шығарған «туристік кәсіпорындардың шығу туризміндегі қызмет көрсету сапасы», «ел ішіндегі туризмнің келіссөз кітапшасы», «шығу туризмінің келіссөз кітапшасы» сияқты заңдық актілерді дұрыс атқарумен қатар, ішкі сапалық бақылауды күшейткен [6].

«Әйгілі бренд туристерді тартады, сапа алға бастырады» деген ұстаным бойынша, бір топ кәсіпорындар өз брендін қалыптастырды. Айталық, «Гуаң Жы» туристік шектеулі серіктестігі, 2010 жылы бүкіл сала бойынша алға шығып, өзіндік бренд қалыптастырды, осы арқылы өзінің жарнама орталығын да құрды. 2012 жылы елдегі туристердің алқауына бөленген бірден-бір орын болды [7].

Бірқатар орындар ISO 9001 сапалық бақылаудан өтіп, қызмет сапасының артуын кемелдендірді. Мемлекеттік туризм басқармасы ISO 9001 сапалық бақылауды жүзеге асырып, сенімді, сапалы, жоғары көрсеткіш, қауіпсіздік қатарлы жақтардан өткен кәсіпорынға арнаулы куәліктер тапсырған. Осы арқылы кәсіпорындар алғашқы қадамда сапалық көрсеткіштерін жоғарлатуға мүмкіндік алды. Кәсіпорындар туристердің ризашылығын жоғарылатуды мақсат етіп, қадырлардың қызмет көрсету сапасын күшейте отырып, қоғамға жоғары сапалы, жалпы беттік мәдениетті қызмет көрсету құрылымын қалыптастырды. Ұйымдардың қызмет мазмұнын, қызмет толымдылығын, шектеулігін қоғамға, тұтынушыларға ашып көрсетіп, қызмет көрсету деңгейінің дамуын қамтамасыз етті. Сонымен қатар тұтынушыларға арналған пікір кітапшаларындағы олардың ұсыныстарын зерттеу және үкіметтің қатысты тапсырмалары мен сындарын дұрыс қабылдап, жұмыс сапасын жоғарлатуда күш салды. Осы арқылы қызмет көрсету сапасын 98 пайызға жоғарлатты. Туризм саласындағы инвестиция мөлшерлері де артқан, бұл туризмнің дамуындағы негізгі факторлардың бірі болды. Ал,

туристік кәсіпорындардың өндірісі жағынан бұрынғыға қарағанда туристік кәсіпорындар мен тамақтану орындары сияқты туристік қызмет көрсету орындары көптеп ашылған [8].

Қытайдағы туризм саласының дамуына мемлекеттік бақылаулар мен реттеулер жүргізу нәтижесінде елдегі туризм саласы күшті дами бастады деп айтуға болады, туризмнен түскен табыс елдің экономикалық кірісінің артуына, әлеуметтік жағдайдың жақсаруына мол мүмкіндік берді. Кейінгі жылдары туризм саласынан түскен табыс деңгейі жылдан-жылға артып, әлемдік алдыңғы қатардағы туризмі дамыған елдердің көрсеткішімен барабар болды, бұл Қытай туризмінің соңғы жылдардағы дамуының үлкен көрсеткіші болып табылды, туристік табыстар ел экономикасының 2-3 пайыздық бөлігін ұстады.

Ал елдегі Хайнань аралы Қытайдың брендтіне айналған туристік нысан болып саналады. Ал Қытайдағы шығу туризмінде ең көп сұранысқа ие аймақтар болып Канада, Африка, Корея және Жапон елдері, Еуропа елдері, Гонконг, Макао елді мекендері саналады. Әсіресе соңғы екі жылдағы Қытай-Корея арасындағы мәдениет күндері екі ел арасындағы туристік барыс-келісті күшейткен.

Ал, ішкі туризм бойынша ең жоғары сұранысқа ие аймақтарға Хайнань, Ханчжоу, Суджоу, Сиань қалалары Бейжің қаласы; Оңтүстік Цинзян сияқты демалыс нүктелері кіреді. Бұл қалалар Қытай елі ішінде өз халықтарының ең көп туристік сапарлар ұйымдастыратын бағыттары болып, жыл сайын миллионға жуық ел іші туристері осы аймақтарға барады [9].

Қазіргі кезеңде Қытайдың туризм саласының дамуы жылына 7 пайыздық көрсеткішпен өсіп отыр [9]. Бұл ел экономикасының бір тіреуіші ретінде, өндірістің және әлеуметтік жағдайдың жақсаруына үлесін қосып келеді. Халықтың экологиялық туризм, орман туризмдеріне сұранысы күн санап артып келеді. Қазір, туристік тұтыну халықтың жалпы тұтыну мөлшерінің 9 пайызын ұстап отыр. Қазір қала маңына демалу, қысқа мерзімді демалыс, бір күндік сапарлар, екі күндік сапарлар барған сайын молаюда.

Қолданылған әдебиеттер тізімі

- 1 Уэньбо. Қытайдың туристік әлеуеттілігі. – Бейжің: Астана, 2011. – 90 б.
- 2 Су Ю. Қытай туризмінің даму жағдайы. – Гуанчжоу: Әдебиет, 2011. – 100б.
- 3 Шэ Бань. Қытай туризмінің болашақ даму бағыты. – Суджоу: Білім, 2009. – 88б.
- 4 Ку Линь. Қытай туризмі және оның ерекшеліктері. – Шанхай: Экономика, 2009. – 85 б.
- 5 Ма Шунь. Қытайдағы туристік ресурстар. – Пекин: Білім, 2006. – 89 б.
- 6 Кан Дэхуа. Қытайдағы туризм // Жиһангез. – 2012. – №6. – Б. 12 – 18.
- 7 Су Юфэнь. Туризмдегі технологиялар. – Шанхай: Ғылым, 2012. – 230 б.
- 8 Жян Бинь. Туризм. – Гуанчжоу: Білім, 2009. – 98б.
- 9 Жэянь. Қытай туризмінің ерекшеліктері// Ғылым. – 2010. – № 9 – 10. – Б. 25-67.