**13-тақырып. Қытай еліндегі туристтерге көрсетілетін әлеуметтік-мәдени сервис ерекшеліктері.**

Жоспар

4. Қытай мәдениеті және негізгі тарихи ескеркіштері.

5. Қытай еліндегі туристтерге көрсетілетін әлеуметтік-мәдени сервис ерекшеліктері.

6. Қытай елінің тәжірибесін Қазақстанда қолдану мүмкіндіктері.

1. Қытай мәдениеті және негізгі тарихи ескеркіштері.

Қытай – ежелгі мемлекеттердің бірі. Қытай елінің тұрғындары - ерекше материалдық және рухани мәдениетті жасаушылар болды. Олар өмірді - құдайдың табиғаттан тыс күштерінің сыйы екндігіне кәміл сеніп, дүниедегінің бәрі де ұдайы қозғалыста болады және жарық пен қараңғылық атты бір – біріне қарама – қарсы екі космостық күштердің өзара қақтығысының әлем ұдайы өзгерістерге ұшырап отырды деп санады.

Б.з.б. 6–3 ғасырларда конфуцийшілдік, моизм, легизм мектептерінің қалыптасуы нәтижесінде Қытай философиясы пайда болды. Қытай халқы жаратылыстану және техникалық ғылымдарының дамуына елеулі үлес қосты. Көптеген маңызды ғылыми-техникалық жаңалықтар Қытайда басқа елдерден (соның ішінде Еуропа елдерінен де) бірнеше жүз жыл бұрын пайда болған (компас, сейсмоскоп, спидометр, қағаз, оқ-дәрі жасау, кітап шығару, тағы басқа). Математика Қытайда Хань әулеті тұсында-ақ дами бастаған.Ең көне жұлдыздар каталогін (807 жұлдыз) б.з.б. 4 ғасырда Ши-Шэн құрастырған. Күннің тұтылуы туралы ең алғашқы мәлімет Қытайда б.з.б. 720 жылы жазылған. Б.з.б. 138 – 126 жылы Чжан Цяньның Орта Азияға саяхат жасауы қытайлықтардың елдің батыс жағындағы халықтарды зерттеуіне мүмкіндік туғызды және «Ұлы Жібек жолы» арқылы керуен жүргізіп, сауда жасауына жол ашты.

Қытайдың мәдени мұралары. Ұлы Қытай қорғаны – Қытайдағы ежелгі қорғаныс құрылысы. Қытай қорғанының құрылысы Қытай тарихындағы Чуньцю («Көктем және күз» б.з.б. 770 – 476 жылы) және Чжаньго («Жауласқан патшалықтар» б.з.б. 475 – 221 жылы) заманында салына бастаған. Ол кезде Хуанхэ алқабында жеті шағын патшалық жеке-дара өмір сүрді. Олар өздерінің солтүстік-ндегі ғұн және дунху сияқты көшпелі тайпалардан қорғану үшін өз шекараларына қорғаныс қамалдарын тұрғыза бастады. Б.з.б. 221 жылы тұңғыш император Цинь Шихуанди өзге алты патшалықтың басын біріктіріп, біртұтас Қытай империясын құрды. Ол әр патшалық тұрғызған үзік-үзік қорғаныс қамалдарын бір-біріне жалғастырып салдырды. Оның ұзындығы 5000 километрге жетті. Хань империясы заманында қорған-қамалдар шығыста Ляодун түбегінен батыста Линьтаоға (қазіргі Ганьсу провинциясының жерінде) дейін жеткізілді.

Қорғаныс қамалдарының бұзылып, бүлінген жерлерін Қытайды билеген әрбір патшалық жөндеп, қалпына келтіріп отырды. Әсіресе Мин әулеті солтүстігіндегі көршілері – шүршіттер (маньчжур) мен моңғолдардан қорғану үшін сол заманның ең озық техникасын пайдалана отырып, биік тау жоталары мен шатқалдарына және шөл далаға дейін қорғаныс қамалдары мен бекіністерін салдырып, қорғанды ұзарта түсті. Шығыста Бохай теңізінің жағасындағы Шаньхайгуань бекінісінен батыста Ганьсу провинциясындағы Цзяюйгуань бекінісіне дейін созылып жатқан қорғанның жалпы ұзындығы 10000 километрге жетті.

Қытай қорғанының бүгінгі күнге дейін бүлінбей жеткен 5000 километрден астам бөлігі сол Мин дәуірінде жөнделіп, жаңадан тұрғызылған. Мұның негізгі бөліктерінің орташа биіктігі 7 – 8 метр, табанының ені 6,5 метр, үстіңгі жағының ені 5,8 метр. Қорғанның үстінде әр 100 метр сайын 2 – 3 қабаттан тұратын қарауыл мұнарасы салынған. Онда гарнизон сарбаздары тұрған, әрі қару-жарақ, оқ-дәрі сақталған. Ал қорғаныс шебінің ең маңызды деген тұстарында ірі бекіністер, ішкі өткелдер бар.

Қорғанның ішкі, ал кейде сыртқы жағынан тау жоталарының үстіне аралары белгілі қашықтықты сақтай отырып салынған дабыл мұнараларында күндіз түтін түтетіп, түнде алау жағу арқылы бір-біріне белгі беріп отыратын болған. Осы тәсілмен бір сағаттың ішінде 500 километр алыс жерге әскери дабыл беріп, қауіп-қатерді хабарлай алған. Екі жарым мың жылдан астам тарихы бар Қытай қорғаны адамзаттың сәулет өнері тарихындағы ғажайып кереметтердің бірі. Ол Қытай тарихында белгілі дәрежеде әскери қорғаныстық және Ұлы Жібек жолындағы сауда-саттық байланысында қауіпсіздік рөлін атқарды. Алайда солтүстіктегі көшпелі жауынгер халықтарға ол ешқандай тосқауыл бола алған жоқ.

Ғұндар, түріктер, қидандар, моңғолдар мен шүршіттер (маньчжурлер) қорғаннан өтіп, отырықшы елдермен емін-еркін саяси, мәдени және сауда байланыстарын жүргізді, әуелі олар Қытай жерінде Вэй (таб-ғаш), Ляо (қидан), Юань (моңғол), Цинь (маньчжур) империяларын құрып, Қытайды көптеген ғасыр биледі. 1961 жылы ҚХР үкіметі қорғанның көптеген тұстарын қайта қалпына келтіріп, мемлекет қорғауына алды, ал 1987 жылы ол адамзаттың мәдени құндылығы ретінде ЮНЕСКО-ның бүкіл әлемдік мәдениет және табиғат ескерткіштері тізіміне кіргізілді.

Қытайдағы Гугун мұражайы – ортағасырлық қытай сәулет өнерінің бірегей ескерткіші. 1420 жылы Пекин қаласындағы Тянаньмэнь алаңының солтүстік жағына салынған Мин және Цин әулеті императорларының сарайы болды. Аумағы 723600 метр квадрат. Айналасы биіктігі 10 метр дуалмен қоршалған. 1912 жылы Қытайда патшалық билік жойылып, республика жарияланған соң сарайдың бір бөлігінде ескі мәдени жәдігерлер көрмеге қойыла бастады, 1918 жылы мемлекеттік мұражай осында көшірілді. 1925 жылы Қытай үкіметі оны Гугун мұражайы етіп қайта құрып, көпшіліктің көруіне рұқсат берді. Экспонаттардың жалпы саны 1 миллион 100 мың.

Мұражайда сирек кездесетін тарихи, әдеби, діни қолжазбалар мен ксилографиялық кітаптардың 500 мыңнан астам данасы сақтаулы. Олардың ішінде қытайшадан басқа шүршіт (маньчжур), моңғол, тибет, ұйғыр, түрік-шағатай жазуындағы кітап, қолжазбалар да мол. 1948 жылы Гоминьдан үкіметі Гугун мұражайынан әр түрлі мұралар мен сирек кездесетін қолжазба кітаптардың 230 мыңнан астам данасын Тайваньға алып кетті. 1965 жылы Тайвань – Гугун мұражайы ашылды [50].

Қазіргі уақытта біздің планетада рестораторлардың қиялы шекараны білмейді. Сіз мейрамхана иелері мүмкіндігінше көп келушілерді тарту үшін қандай шаралар қолданбайтындығына таңданасыз. Көптеген экзотикалық мекемелер бар, онда сіз әр түрлі талғампаз тағамдардан дәм татып қана қоймай, сонымен қатар бөлмелердің ішкі безендірілуіне таңдана аласыз. Бұл мекемелерді олар орналасқан аудандардың көрікті жерлері деп санауға болады.

Картон мейрамханасы Тайчунг қаласындағы картон королінің Шығармашылық саябағында (Carton king creativity Park) орналасқан (Taichung), Тайвань. Бұл мейрамхана жиһаздан бастап декорацияларға, тіпті табақтарға дейін барлығы гофрленген картоннан жасалған бірегей орын.

Егер сіз бұған дейін Тайчунгта болмасаңыз, сіз мұндай мейрамхананы әлі көрмегенсіз деп айтуға болады. Бұл мейрамханада тамақ, даяшылар мен кейбір ас құралдарын қоспағанда, барлығы картон мен қағаздан жасалған. Бұл керемет естіледі, бірақ келушілер картон орындықтарда отырады, картон стақандарынан сусындар ішеді, картон үстелдерінде тұрған картон табақтардан жейді. Пікірлерге сәйкес, мұнда тамақ өте орташа, тіпті сәл қымбат деп айтуға болады, бірақ мұндай жағдайды ескере отырып, оны күту керек. Бұл мейрамханада шынымен қуантатын нәрсе-оның қайта өңдеу мүмкіндігі. Егер бірдеңе бұзылса немесе зақымдалса, зат қайта өңдеуге беріледі. Жалпы алғанда, картон патшасының бүкіл саябағының мақсаты-картон мен қағаздың шынайы әлеуетін көрсету және адамдарды оларды орау үшін ғана емес, көптеген заттар үшін пайдалануға болатынына сендіру.

Наньцзинде (Қытайда) стресстен арылғысы келетіндерге арналған мейрамхана бар. Клиенттер ыдыс-аяқтарды, әйнектерді, үстелдерді лақтырып, сындыра алады. Кейбір жерлерде сіз тіпті даяшыларды ұра аласыз.

**2.Қытай еліндегі туристтерге көрсетілетін әлеуметтік-мәдени сервис ерекшеліктері.** Қытайдың мәдени туризмі ішкі және халықаралық туристік нарықта қарқынды дамып келеді. Бұл бағыттың стратегиялық дамуы мәдениет және туризм министрліктерінің бірлестігімен айқындалған. Туризм Қытай өңірлерінің мәдени ресурстарын дамытудың, сондай-ақ тұтастай алғанда елді ілгерілетудің маңызды құралы болып табылады.

Қытай-тарихы мен бай мәдениеті бар ел. Ұлы Қытай қабырғасы, Терракота армиясы, тыйым салынған қала – әлемдік маңызы бар мәдени нысандар. Шанхай, Шаньси, Шэньси, Чжэцзян, Нанкин, Хунань, Хубэй, Хэнань провинциялары бірегей мәдени құндылықтарға, өзіндік қолөнерге бай. Бұл аймақтарда мәдени туризмді дамыту үшін қуатты ресурстар бар. Әр аумақтың өзіндік ерекшелігі туристік саланы дамыту стратегиясын сәйкестендіруді және анықтауды қажет етеді. Бұл процесте ерекше белгілерді анықтаған кезде мәдени мұраға ғылыми тұрғыдан қарау керек. Аймақтың мәдени ерекшеліктерін ерекше белгілері бар ұлттық қазына ретінде бағалау керек.

Қытай менталитеті ғасырлар бойы дамып келеді, бірақ қазіргі заман әлі де өз түзетулерін жасады. Қытайлықтардың көпшілігі рухани емес, материалды мәдениеттке бет бұрады. Олар жақсы лауазымға ие болуға, лайықты баспана алуға, балаларды қолдауға және т.б. тырысады. Алайда, Қытайлар әлі де еуропалықтардан ерекшеленеді, онда адамдар бір-бірінен алшақ орналасқан. Қытайда тұрғандар жергілікті тұрғындардың қонақжайлылық мәдениетіне ерекше назар аударады.

Қытайлар, еуропалықтардан айырмашылығы, тек достарының тар шеңберінде достық қарым-қатынаста достық және жағымды болып саналады. Кездесуден бірнеше минут өткен соң, Қытай әңгімелесушіні дос деп атай алады.

Бұл адамдар әртүрлі деңгейде танысу, адамдарға қатысты адал және мәдени болу әдетке айналған. Келіспеушілік болса да, қытайлық адам оның себебін сыпайы түрде түсіндіре алады, соңына дейін досымен немесе досымен қарым-қатынасты бұзбауға тырысады.

Қытайлықтар мақтау айтқанды ұнатады. Шетелдіктер үнемі таңдану сөздерін жағымпаздық ретінде қабылдауы мүмкін, бірақ олай емес. Олар адамдарға жақсы сөздер мен жағымды сөздер айтқанды ұнатады, кейде тіпті себепсіз. Олар айналасында жайлы және достық атмосфера құрғысы келеді, бұл байланысты жеңілдетеді және сенімді қарым-қатынасты қалыптастыруға ықпал етеді.

Қытайлар сыртқы келбетіне өте мұқият және қонақтарға сұлулық саласында жоғары сапалы қызмет ұсынады. Мұнда сіз жан мен денеге жағымды әсер ететін емдік косметологиялық қызметтерді пайдалана аласыз.

Қытайлық туристік ағымның маңызды қозғаушы элементі-отбасы: 54% жұбайымен және балаларымен, 46% туысқанымен саяхаттайды. Сондықтан қонақ үйлер отбасылық бөлмелерді ұсынуға баса назар аударуы керек.

Мәдени айырмашылықтарға келетін болсақ: біріншіден, Қытай халқы анағұрлым айқын тілдік кедергіге ие; екіншіден, Қытай тағамдары, теледидар арналары, қытай тілінде ақпараттық қызмет көрсету, олардың дәстүрлерін сақтау қажеттілігі; үшіншіден, мінез-құлық мәдениеті және туризмді негізгі түсіну. Қытайлықтардың басқа ойлау тәсілі бар - империялық. Ол көптеген ежелгі Азия өркениеттеріне тән, - деп түсіндірді маған белгілі қытайлық ғалым. – Олардың өзіндік талғамы, күнделікті өмірде тәрбиесі мен әдеті бар – мүлдем басқа мәдениет және басқа менталитет. Олардың тарих, мәдениет және дін туралы ерекше идеялары бар[51].

Қытайдағы ең жақсы және қызықты бірегей, заманауи мейрамханалардың бірі – Ultraviolet, Шанхайда орналасқан. Мейрамхана өзінің керемет мультисенсорлық асхана тәжірибесімен әлемге әйгілі оған дәм дыбыстар иістер және тіпті визуалды жанасу кіреді. Бұл орын Керемет эксклюзивті және күніне тек 10 тұтынушыны қабылдайды. Қабырғалар жетілдірілген крандар онда үйлерді өртеуден бастап тыныш сарқырамаларға дейінгі әртүрлі көріністер көрсетіледі. Сонымен қатар, Қытай балмұздақтың отаны болып келеді.

**3.Қытай елінің тәжірибесін Қазақстанда қолдану мүмкіндіктері**. Қазақстанның екінші көршілес Қытай Халық Республикасымен қарым-қатынасы республиканың сыртқы саясатында маңызды орын алады. Олар саяси, экономикалық, коммерциялық, этникалық, шекаралық және әскери саладағы кең ауқымды мәселелерді қозғады. Қытай факторы Қазақстан Республикасының сыртқы саясатындағы тұрақты фактор болып табылады.

Қазіргі уақытта, 1990 жылдардың басындағыдай, Қазақстан аумағында да өзіндік «Қытай бумы» байқалуда. Елдер арасындағы тауар айналымының деңгейі 1991 жылдан бастап 11 еседен астам өсті. Қазақстан Орталық Азияның барлық елдері арасында Қытайдың жетекші сауда әріптесі болып табылады: екі ел арасындағы сауда көлемі 8,7 млрд долларға жетті. Қазақстанның сыртқы тауар айналымындағы Қытайдың үлесі шамамен 16% - ды құрайды. Егер тасымалды сауда көлемін ескеретін болсақ, ҚХР үлесі 22% құрауы мүмкін, бұл тек ресми статистика, бейресми деректер 30% және одан да көп санды келтіреді.

Жалпы, Қазақстан Қытайдың Орталық Азиядағы экономикалық қызығушылығының басты нысаны болып табылады. Посткеңестік кезең ішінде ҚХР-ның ҚР-ға қатысу ауқымы біртіндеп өсіп келеді және айтарлықтай болып көрінеді. Сонымен қатар, егер бастапқыда қытайлық экономикалық қызығушылық негізінен сауда саласына әсер етсе, бұл тек маңызды емес дәрежеде көлік-коммуникациялық байланыстардың дамуымен қатар жүрсе, бүгінде ҚХР-ның ҚР-дағы жобалық-инвестициялық қызметті жандандыру жөніндегі жүйелі күш-жігері айқын көріне бастады. Қазақстанда экономика салалары бойынша Қытайдың қатысуын әртараптандырудың барған сайын орнықты үрдісі байқала бастады.

Қазақстан мен ҚХР арасындағы дипломатиялық қарым-қатынас - 1992 жылы 3 қаңтардан бастап орнады. 1992 жылы ақпанда Алматыда Қытай елшілігі, Пекинде Қазақстан елшілігі ашылды. Екі ел арасында сауда-экономикалық мәдени, әскери байланыстар дами бастады.

Қазақстан тұңғыш Президенті Н.Назарбаев Пекинде, ҚХР төрағасы Цзянь Цзэмин Алматыда ресми сапармен бірнеше рет болды. 1994 жылы 26 сәуірде екі ел үкіметі шекара мәселесін түпкілікті шешу жөнінде келісімге келіп, шекара анықталды. 1996 жылы 26 сәуірде Шанхайда ҚХР, Ресей, Қазақстан, Қырғызстан, Тәжікстан басшылары шекара мәселелері бойынша Шанхай келісіміне қол қойды. 1998 жылы 3 шілдеде Шанхай келісіміне қатысушы – 5 ел басшылары Алматыда бас қосты. Сауда байланыстары тез өсіп келеді. Соңғы жылдары Қытайдан Қазақстан арқылы Еуропаға шығу (яғни Ұлы Жібек жолын қайта дамыту) перспективалары қаралуда.

2017 жыл Қазақстандағы Қытай туризмі жылы болып жарияланады. Қазақстан мен Қытай арасындағы туризмді дамытуға байланысты және саяхат мен сандар көрсеткішіне қатысты Еуразиялық Туризм қауымдастығының талдамасына тоқталсақ.

Қазіргі күні Қытай әлемдегі туризм нарығында жетекші мемлекет саналады. ҚХР Ұлттық туристік әкімшілігінің дерегі бойынша 2016 жылы сырт елдерге аттанған саяхатшылардың саны 122 млн адамды құраған. Ал 2017 жыл өзге елдерге қыдырып қайтқандардың саны 130.5 млн адамға жеткен, яғни бұл көрсеткіш өткен жылмен салыстырғанда 7% артқанын көрсетіп отыр. Осылайша көрші Қытай елі сапар шегушілер жағынан әлем бойынша бірінші орынды иеленіп отыр.

ҚР Ұлттық экономика министрлігінің статистика жөніндегі Комитетінің мәліметінше 2016 жылы Қазақстанға 117 465, 2017 жылы 94 800 қытайлық турист келген. Жалпы, бүгінде Қытай саяхатшылары әлем туризмінің тренді саналады. Оларды тартуға талпынатын, қызығушылығын тудырғысы келетін мемлекеттер көп. Себебі, Қытай сырт елдерге шығатындар саны бойынша әлемдік рекорд орнатып қана қомай, сапар барысында ең көп қаржы жұмсайтын туристердің санатына кіреді.

Қытайда біраз жылдан бері Approved Destination Status аталатын, яғни туристерді сыртқа шығару саясаты қалыптасқан. Қытайлық туристердің аталған мемлекеттерге саяхаттап баруына рұқсат беру және топпен саяхаттауға мүмкіндік жасау ADS-тің мақсаты болып табылады. Яғни, екі мемлекет арасында келісім жасалып, туристер тобының қозғалысы екі тараптан бірдей бақыланады. Екі жақтың талапқа толымды туристік операторлары өзара келісімшарт жасап, Қытай тарапынан туристерді жіберсе, Қазақстан тарапы сол туристерді қарсы алады.

ADS –келісімін Қытаймен ең алғаш болып 1983 жылы Гонконг пен Макао бекітті. Бүгінде оған қол қойған мемлекеттер саны 150-ге жетті.

Қытайлық туристерді топпен қабылдауға стратегиялық жақтан дайын болмаған кейбір мемлекеттер көптеген проблемаларға тап болды. Ал бұл келісімнің шарттарын о бастан нақтылап алған елдер туристер тобын кіргізу жөніндегі ынтымақтастықтың нәтижесінде керемет табыстарға қол жеткізуде. Мысалы, Оңтүстік Корея мен Жапонияны ADS-келісімі бойынша Қытаймен тығыз әрі табысты жұмыс істейтін мемлекеттер санатына қосуға болады. Осы екі ел 70% саяхатшылардың таңдауы болған Гонконг пен Макаодан кейінгі туристер ең көп баратын мемлекет болып саналады. Себебі, виза рәсімдеу барысы ыңғайлы, әуе қатынасы қолайлы, шопинг пен демалысқа үлкең мүмкіндіктер бар және мықты маркетингтік компаниялар жұмыс жасайды. Ресми дерек бойынша, 2017 жылы Оңтүстік Кореяға 4 169 353 турист, Жапонияға 7 355 800 Қытай азаматы барып қайтқан.

Қазақстан мен Қытай ADS келісіміне 2015 жылдың 14 желтоқсанында қол қойған болатын. Құжатқа сай Қазақстан мен Қытай тарапы туроператорлар тізімін белгілейді және осыдан кейін туристерге топтық виза беріледі, операторлар өз кезегінде саяхатшыларды қатаң түрде алдын ала берілген тізім бойынша кіргізіп, қайта шығарып салуы тиіс. Бірақ, кейінгі деректерге қарап Қазақстан көрші елдің туристерін қызықтыра алмағанын аңғаруға болады. 2014 жылы бізге Қытайдан 228 617 саяхатшы келсе, 2017 жылы 94 800 саяхатшы келген. 2016-2017 жылдары 3447 турист ADS келісімі бойынша топтық визамен келген. Бұл Қазақстан мен Қытай арасында жаппай және топтық туризмнің дамымағанын көрсетеді.

Қазақстан бұл келісімді мақұлдағанымен, туристер тобын тарту жөнінде ауқымды шаралар ұйымдастырған жоқ. Нақты стратегия әзірленбеген, қазір біз тек ADS- келісімімен шектелудеміз. ADS мазмұнын әлі де толықтыру керек. Себебі, тек қытайлар ғана емес, қазақстандық туристер де Қытайға топпен және жеңілдетілген визамен кіре алатын дәрежеге жетуі тиіс.

ҚР туризмін дамыту туралы 2023 жылға дейінгі тұжырымдамаға сай Қытай туристік нарығы маңызды мемлекет ретінде көрсетілген. Әлем елдері қазірде оларды өздеріне тартып жатыр. Егер бізде де туристер тобын ұйымдастыру жолға қойылса одан тек пайда келеді. Сондықтан топтық визаны электрондық жүйеге көшіру қазіргі заман талабы, әрі туристер үшін аса қолайлы. Сондай-ақ, ол мемлекеттік органдардың бақылауына ыңғайлы.

Қытай технология жағынан өте дамыған елдер қатарында, елшілікке туристер өздері барып уақытын бөлгісі келмейді. Олардың Қазақстаннан басқа саяхаттап баратын елдері көп, қай елдің визасы қолайлы, сол елге саяхатқа жол тартады.

Халықаралық зерттеулер бойынша Қытай туристері үшін ең бастысы саяхат емес, сатып алу болып табылады. Олар өздерінің уақыты мен ақшасының басым бөлігін саудаға арнайды, бұл сапар құнының 56% құрайды. Бұл дегеніміз сауда орталықтарына, компанияларға үлкен кіріс алып келеді. Мәселен, оларды киім-кешек, аяқ киім, әлемдік брендтердің аксессуарлары қызықтырады. Жуырда Астанада Еуропалық бағалармен Louis Vuitton сынды люкстік бренд сауда орталықтарын ашу жоспарланған. Оның үстіне қытайлықтар сан түрлі сувенирлерді сатып алғанды ұнатады. Әсіресе, Астанадағы «Хан Шатыр» сауда орталығындағы сувенирлер дүкені және эксклюзивті сыйлықтар саудаланатын «Талисман» салоны Қытай туристерінің ең көп баратын жері. Гидтердің айтуынша жуырда бір ғана қытайлық турист бірнеше миллион теңгенің саудасын жасаған. Сонымен қатар жергілікті азық-түлік өнімдеріне (шоколад, бал, ұн, жарма) сұраныс көп. Себебі, Қазақстанның өнімдері жасыл өнім болғандықтан, химиялық қоспалар қосылған Қытайдың азық-түліктерінен әлдеқайда жоғары бағаланады. Қазақстандық туроепараторлар екі жылдан бері қиындықтарға тап болуда. Өйткені, 2017 жылы қытайлықтарға визалық қолдау көрсету ҚР СІМ Консулдық қызмет департаментінен ҚР ІІМ-нің көші-қон полициясына берілді. Бірақ, олар қызметкерлер мен тәжірибенің тапшылығына байланысты жаңа функцияларды орындауға дайын болмады. Бұл өз кезегінде туристер сапарына кері әсерін тигізді. Оның үстіне бізде Қытай тілін жетік меңгерген гидтер тапшы. Олар негізінен Астана мен Алматыда, басқа өңірде жоқ деуге болады. Көп жағдайда туристер тобына Қытайдан келген қазақтар қызмет көрсетеді, бірақ олар Қазақстан туралы толық әрі жан-жақты мәлімет бере алмайды, ал бұл қонақтарды қызықтырмауы мүмкін. Еуразиялық туризм қауымдастығы қазір осыған терең мән беруде. Сонымен қатар Қытайда Қазақстандық маркетинг жолға қойылмаған, сондықтан сұраныстың төмен болуы заңдылық. Жуырда ғана Қазақстан туризмінің Елшісі атанған Димаш қалыптасқан жағдайға оң әсерін тигізеді деген сенімдеміз. Алғашқы фан-тур ұйымдастырылып, елімізге «Димаштың Отаны» атты сапар жасалмақ.

Қытаймен туризмді дамыту үшін Қазақстанның өзіндік стратегиясы және өңірлердің қанша турист қабылдау мүмкіндігі бар екендігі туралы нақты жоспар болу керек. Маңыздысы ADS келісімінің мазмұнын екі жаққа бірдей тиімді етіп толықтырып, туристер үшін виза алуда қолайлылық жасау. Әр облыстар мен қалаларда мамандандырылған гидтерді көптеп дайындау, транферлердің жетіспеу мәселесін шешу, сауда үйлерін дайындап, WeChat Pay-ді қолдануға мүмкіндік беріп, маркетингті кеңейтіп, Қазақстанның өз брендін жасауды қолдау керек [52].

**Бақылау сұрақтары**

1. Қытайдың туристік және рекреациялық аймақтардың орналасуы мен мәдени ерекшеліктері?

2. Қытай елі тәжірибесін Қазақстанда қолдану мүмкіндіктерін атаныз?

3. Сервис көрсету ерекшеліктерінің туризмді дамытуға әсер қандай?