

Осы жоғарыда қарастырылғанды қорытындылайтын болсақ, қызмет көрсету маркетингі кешенінің қосымша үш элементін сипаттаумен сәйкес, жоғарыда айтқанымыздай, ішкі және өзара әрекет ету маркетингі бар. Ішкі маркетинг ол тұтынушыларға қызмет көрсету сапасын жоғарылату мақсатымен кәсіпорын жұмысшыларын оқыту және ынталандыру жұмыстарын қарастырады. Өзара әрекет ету маркетингі персоналдың қызметті тұтынатын тұтынушыларға қызмет көрсетуін қарастырады. Маркетинг өзінің қызметтерін тұтынушылармен қарым-қатынасқа ерекше акцент бере отырып кеңейтеді. Қажеткерлермен ұзақ мерзімді қарым-қатынас және жаңа қажеткердің фирма қызметіне деген қызығушылығын күшейті үшін маркетинг туристік фирманың барлық персонал философиясының бөлінбейтін бөлігі болуы тиіс, ал маркетингтің функциясын барлық қызметкерлер орындауы қажет.

1. Нысанбаев С.Н., Садыханова Г.А. Маркетинг негіздері. – Алматы. – 2002. - 254б.

2. Хруцкий В.Е., Корнеев И.В. Современный маркетинг: Настольная книга по исследованию рынка: Учеб.пособие. – 3-е изд., перераб.и доп. – М.: финансы и статистика, 2003. – 560 с.

3. Шеденов У.К., Ильясов Д.К. Теория маркетинга и менеджмента в сфере услуг. – Алматы: Казак университеті, 2002.-320с.

4. Ветинтев А.М. Маркетинг санаторно-курортных услуг //Учебное пособие. – М.: Медицина, 2001.

В данной статье определяется понятие маркетинга, раскрываются особенности комплекса маркетинга в туризме. Автор обращает внимание на то, что комплекс маркетинга в санаторно-курортной сфере занимает ключевую роль.

This article defines the concept of marketing, revealed features of the marketing mix in tourism. The author notes that the marketing mix in the health resort area occupies a key role.

А.Ш. Аликулова

7-ШІ ҚЫСҚЫ АЗИЯ ОЙЫНДАРЫНЫҢ ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНЫҢ ТУРИСТІК САЛАСЫНА ЫҚПАЛЫ

Туризмді дамыту қай жағынан алып қарасақ та еліміздің экономикасына тиімді әсерін береді. Себебі, туризм арқылы ресурстарымызды үнемдеп, өндірістен тыс пайда табуға болады. Қазақстан Республикасы халықаралық аренада шикізат көзі ретінде танылған мемлекет, осы стереотипті бұзу үшін елімізде туристік саланы дамыту керек. Туристік сала өзінің ерекшелігіне орай экономиканың басқада салаларын дамытуға ынталандырады.

Осындай жоғары мәнді саланың қазіргі даму жағдайы қажетті деңгейде емес. Егер де мемлекет тарапынан туристік саланы дамыту дұрыс жолға қойылса, болашақта Қазақстан әлемге туристік орталық ретінде танылуы мүмкін. Қазіргі таңда Қазақстан Республикасына туристік жағынан қызығушылық күннен күнге өсуде. Себебі, республикамыздың туристік байлығы мол: сегіз қорық, он төрт ұлттық табиғи саябақтар, көптеген мәдени тарихи объектілері бар. Осыған орай елімізде туризмнің бірнеше түрі жұмыс атқарып жатыр, соның ішінде: мәдени танымдық, спорттық, емдік, эко туризм және т.б. түрлері.

Еліміздегі туристік саланы дамыту мақсатымен мемлекет көптеген шараларды атқаруда. Солардың ең күрделілерінің бірі, бұл еліміздің қысқы Азия ойындарын өткізу құқығын жеңіп алуы.

Азиялық олимпиадалық қозғалыстың тарихы ХХ ғасырдың бірінші жартысынан басталады. 1986 жылынан бастап Азиялық ойындар Халықаралық олимпиадалық комитеттің қадағалаумен жұмыс істеді, және де Олимпиадалық Азия кеңесімен реттелді. Азия кеңесінің

мүшелері болып 1994 жылы бұрынғы кеңес республикалары да кірді ол: Қазақстан, Өзбекстан, Түрікменстан және Тәжікстан [7]. Қысқы Азия ойындары дәрежесі жағынан, қысқы Олимпиядалық ойындардан кейінгі сатыда болып табылады. Қысқы Олимпияда ойындарына бүкіл дүние жүзінің спортшылары қатысады, және ауқымы жағынан бұл жарыстардың беделдігі зор.

Қазақстан Республикасы алғашында болған екі қысқы Азия ойындарына қатыспаған болатын. Төменде көрсетілген 1 кестеде қысқы Азия ойындарының қандай мемлекетте және қандай қалада болғаны көрсетілген. Сонымен қатар өткен жеті қысқы Азия ойындарында Қазақстан спортшыларының алған медалдар саны көрсетілген. Ал бүгінгі таңда еліміз жетінші Қысқы Азия 2011 ойындарының егесі болып тұр.

Мұндай жетістік елімізге көптеген жағымды әсерлер әкелуі ықтимал. Соның ішінде туризм саласын дамытуға үлесі мол.

1-кесте

Қазақстан Республикасының спортсмендерінің қысқы Азия ойындарындағы жетістіктері [6]

№	Мемлекет	Жыл	алтын	күміс	кола	барлығы
1	Саппоро, Жапония	1986	-	-	-	-
2	Саппоро, Жапония	1990	-	-	-	-
3	Харбин, Қытай	1996	14	9	8	31
4	Кангвон, Корея	1999	10	8	7	25
5	Аомори, Жапония	2003	7	7	6	20
6	Чангчунг, Қытай	2007	6	6	6	18
7	Қазақстан	2011	32	21	17	70

Қысқы Азия ойындарын өткізу, үлкен мөлшердегі қаржы сомасын, жоғары дәрежелі спорттық менеджментті талап етеді. Азия ойындарын дәстүр бойынша өте дамыған, жетекші елдер «азиялық жолбарыстар» жүргізетін еді. 7ші Қысқы Азия ойындарының Қазақстанда жүргізілетіні, Орталық Азиялық өлкедегі мемлекеттердің біздің республиканы мойындауы болып табылады. Мұндай масштабты шараның жүргізілуі мемлекетіміздің барлық салаларына ықпалы болады. Азида елімізге үлкен тәжірибеге ие болуға мүмкіндік береді. Қазақстан спортының алға дамуына үлкен мүмкіндіктер береді. Осы шараны іске асыру мақсатымен мемлекет тарапынан, көптеген бағдарламалар іске асырылды.

Қысқы Азия ойындарын жоғары деңгейде жүргізу үшін бірнеше құрылыстар бой көтерді. Солардың ең негізгілері: жабық футбол стадионы, конькимен сырғанау жабық стадионы, Қазақстан спорт сарайы, республикалық велотрек. Алматы қаласында Балуан Шолақ атындағы спорт және мәдениет сарайы, «Медеу» жоғары таулы спорт кешені қайта жөндеуден өткізілді.

Бұл құрылыс жобалардың барлығы қазіргі заманға сай, жоғары дәрежелі деңгейде жасалынды. Жабық футбол стадионының төбе құрастырмасының жылжымалылығымен бірегей, қыстың күні мұнда спорттың барлық ойын түрлерін өткізуге болады. Бұл стадионның сыйымдылығы отыз мың көрермен орнын құрайды. Айта кететін жай, осы стадионда Қысқы Азия 2011 ойындарының ашылу салтанаты өткізілді. Бұл кешенде осы секілді түрлі спорттық, мәдени, танымдық және тағы басқадай шараларды өткізуге болады. Туристік тұрғыдан алғанда, мұндай ғимараттарды қолдану түрлі шараларды қолға алуға мүмкіндік береді.

Қысқы Азидаға қатысу мақсатымен, елімізге бес мың азамат келеді деп жоспарланды, солардың ішінде: спортшылар, жаттықтырушылар, журналистер және т.б. Бүгінгі күнде Қазақстан дүние жүзіндегі барлық мемлекеттермен әу қатынастары дамыған. Мемлекетіміздің компанияларынан бөлек шетелдік әу компаниялары туристерге қызмет көрсетеді. Елімізде 1500 ден астам туристік ұйымдар жұмыс жасайды, олардың әлемдегі 80 елден астам шетел әріптестері бар [5].

Әкімшілік дереккөздердің және туристік қызметке жүргізілетін статистикалық зерттеулердің деректері бойынша 2009 жылғы қорытындылар бойынша алдыңғы жылмен салыстырғанда елімізге келушілер саны 3,9%-ға көбейді. Ішкі туризмдегі көрсеткіш саны

5,3% азайды және 4028,1 мың адамды құрады [1]. Бұл көрсеткіштердің өзгерісіне Азиаданың ықпалы болуы мүмкін. Қысқы Азия ойындарына байланысты Алматы қаласында қонақ үйлерге тоқтаушылар саны 80% құрады, мысалы 2009 жылы қаңтар айында қонақ үйге тоқтаушылар саны 22,3% құрады [5].

Қысқы Азиада біздің мемлекетімізде өтіп жатқаны, елімізге үлкен мәртебе десе де болады. Және де бұл қысқы ойындар еліміздің туристік өнімін популяризациялау инструменті десек болады, басқаша айтқанда еліміздің туристік өнімін жарнамалау, агитациялау.

Әр мәселені қарастырғанда екі жағы болады, ол дұрыс пен бұрыс жағы. Азиаданың керіс жағын қарастыратын болсақ ол өте үлкен қаражат сомасымен байланысты. Азиада жоғарыда айтылғандай Олимпиада ойындардан төмен деңгейлі шаралар.

Азия өлкесінде қысқы ойындар түрлері жоғары дәрежелі дамыған қатарына жатпайды, сондықтан ел арасында танымал болмауы да мүмкін. Осыған орай жұмсалған қаржы қаражатың еліміздің бюджетіне қайтарылу ықтималдылығы төмен. Ал бірақ жасалған қаражатты ұзақ мерзімді жоба ретінде қарастыратын болсақ, еліміздің жас өспірімдерінің спортқа баулу, дене шынықтыру дәрежесін өсіру мәселесін қарастырсақ, бұл үлкен шара болып табылады.

Дамыған елдер осы ойындарды өткізу құқығына ие болу үшін, көптеген шаралар жасауда, бұл бекер емес шығар. Қазақстан үшін аталмыш ойындар туристік бизнеске әсері болу үшін, келесідей ұсыныстар жасауға мүмкіндік береді:

1. Соғылған жаңа спорттық кешендерді дұрыс пайдалану үшін, мақсатына қарай іске асыру үшін сапалы кадрларды дайындау;

2. Маркетингтік шараларды толық ауқымда жүргізу, және дұрыс жүргізу;

3. Турөнімдерді дамыту;

4. Қауіпсіздікті қамтамасыз ету;

5. Туристік жағымды бейнесін қалыптастыру;

6. Туризм индустриясын дамыту, сервисті жоғарлату;

7. Спорттық нысандарды одан ары көбейту, спортты өмірді үгіттеу, насихаттау.

Осы шаралардың барлығы Қазақстан Республикасының туристік өнімін жоғарлатады. Елімізді тек шикізатқа бай мемлекет қана емес мәдени, табиғи тұрғыдан бай мемлекет ретінде көрсетеді. Және де отанымызда болып жатқан қысқы Азия ойындары, біздің елімізде басқада шараларды өткізуге мүмкіндік беріп тәжірибе жинақтауға зор ықпалын береді.

Болашақта қысқы Олимпиада ойындарын өткізу құқығына ие болуға, арналған сайыстарға қатысуға мүмкіндік береді.

1. Қазақстан туризмі 2005-2009 жыл аралығы. Статистикалық жинақ.

2. Мотышина М.С., Большаков А.С., Михайлов В.И. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме.- Ростов-на –Дону, 2008.-445с.

3. Саак А.Э., Пшеничных Ю.А. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме. – СПб.: Питер, 2008. - 512с.

4. Чудновский А. Д. Менеджмент туризма. Учебник для вузов. – М.: Финансы, 2002. - 100 с.

5. ҚР Спорт және туризм министрлігінің сайты www.mts.gov.kz

6. www.astana-almaty2011.kz

7. www.olympic.kz

В данной статье рассмотрены особенности зимней Азиады Астана – Алматы 2011 года. А также возможное влияние проведения зимних Азиатских игр на туристский продукт Республики Казахстан.

In given article features of winter Aziady Astana – Almaty of 2011 are considered. And also possible influence of carrying out of winter Asian games on a tourist product of Republic Kazakhstan.