

Қорытындылай келе, туризм саласы пандемия әсерінен өте үлкен шығындарға ұшырады және алдағы уақыттарда да саланың тоқырауы жалғаса беруі мүмкін. Бұл экономикаға да үлкен соққы болып табылады. Әлемдегі санитарлы-эпидемиологиялық жағдай тұрақталмайынша, шет елге шекаралардың ашылуы, халықаралық туристік ағымдардың қалыпқа келуі белгісіз. Сол себепті, отандық туристік саланы дамыту үшін ішкі туризмге басымдық беру, сол арқылы туризм саласының дамуын жалғастыруға бағытталу қажет. Еліміздің жері кең байтақ, туристік ресурстарға бай, сол ресурстарды туризм мақсатында қолдануға, ішкі туристік инфрақұрылымды жақсартуға және саланың жарнамалануына басымдылық берілу керек. Бірақ, ең басты мәселе сол туристік объектінің экологиялық жағдайына баса назар аударып, бақылау және сақтау шараларын міндетті түрде айқындалып, қадағалануы қажет.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі

1. Қазақстан Республикасы стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігі Ұлттық статистика бюросы [Электрондық ресурс]: <https://stat.gov.kz/official/industry/22/statistic/7>
2. Как пандемия повлияла на туристическую отрасль в Казахстане [Электрондық ресурс]: https://www.inform.kz/ru/kak-pandemiya-povliyala-na-turisticheskuyu-otrasl-v-kazahstane_a3742745
3. Как Казахстан намерен восстанавливать сферу туризма после пандемии [Электрондық ресурс]: <https://ru.sputnik.kz/society/20210119/16067481/kak-kazakhstan-nameren-vosstanavlivat-sferu-turizma-posle-pandemii.html>
4. Восстановление туризма в центральной азии после пандемии [Электрондық ресурс]: <https://www.usaid.gov/ru/central-asia-regional/success-stories/dec-2020-preparing-post-pandemic-tourism-central-asia>

ӘОК 338.012

ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ПАНДЕМИЯ КЕЗІНДЕГІ ТУРИСТІК САЛАНЫҢ ЖАҒДАЙЫ

Темірбекова Қаракөз Русланқызы

karakoooz@mail.ru

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті,
«Туризм» мамандығының 4 курс студенті, Нұр-Сұлтан, Қазақстан
Ғылыми жетекшісі – э.ғ.к., доцент А.Баймбетова

Әлемдік пандемия халықаралық компаниялардың тарихы мен бизнес-жоспарларын түбегейлі өзгертті. Соған байланысты бизнес клиенттерді сақтау үшін дағдарысқа қарсы стратегияларды қайта құрды. Оның ішінде ең көп зардап шеккен салалардың бірі – туризм.

2020 жылдың қорытындысы бойынша халықаралық туристік келушілердің саны 58-ден 80% - ға дейін қысқарды. Әлем бойынша халықаралық туризм 850млн – 1млрд-қа дейін шығынға түсті. Онымен қоса 100-120 млн жұмыс орындары босады. Карантиннен толық шыққан кезде туризм саласында үлкен сұраныс жиналды. Үйде демалудан шаршаған адамдар саяхатқа баруға қуанышты болды. Туристердің 74,1% - ы күзде шет елдерге бара алады деп санайды. Бұған onetwotrip саяхатын жоспарлау қызметін зерттеу нәтижелері дәлел бола алады, оған 2,4 мың респондент қатысты. Соған қарамастан, алайда дүниежүзілік экономикалық дағдарысқа тап болған туристердің ақша жинақтары азайды және сатып алу қабілеті төмендейді.

ЕО Еуропалық комиссиясы туристік нысандар үшін критерийлерді әзірледі. Соның арқасында туристер коронавирусты жұқтыру қаупі аз танымал жерлерге қауіпсіз бара алады. Адамдар жеткілікті хабардар болып, демалысты жоспарлай алуы үшін ЕК әр ел мен өңірлердегі эпидемиологиялық жағдайды көрсететін интерактивті карта жасайды. Карта қауіпсіздік ережелері, әр қонақ үй, мейрамхана және іс-шараны ұйымдастырушылар ұсынатын гигиена стандарттары туралы мәліметтерді ұсынады. Олар картаны жазғы демалыс маусымы басталғанға дейін іске қосуды жоспарлап отыр.

Туристiк фирмалар мен курорттық қонақ үйлер карантиннен кейiн шынымен өте жоғары деңгейде қызмет көрсетуге күш салу керек болды. Туристiк бизнестiң мiндетi-алғашқы туристердiң тарту, содан кейiн оларды сақтау болды. Бұл ретте жұмысын "денсаулық сертификаты" бар қонақ үйлер қызметiн жандандыра алды — бұл құжатпен қонақ үй басшылығы қызметкерлер мен қонақтар үшiн әлеуметтiк қашықтықты сақтауға, бөлмелердi үнемі дезинфекциялауға, қызметкерлердiң денсаулығын бақылауға және оларды жеке қорғаныс құралдарымен қамтамасыз етугеi кепiлдiк бередi [1].

2020 жылғы келетiн болсақ қарашада кiру келушiлерiн iрiктемелi зерттеуi COVID-19 пандемиясына байланысты резидент еместердiң кiруi үшiн шекаралардың жабылуына байланысты кiру келушiлерiн iрiктемелi зерттеу тек Нұр-Сұлтан және Алматы қалаларының әуежайларында жүргiзiлдi. Гендерлiк бөлiнiсте резидент еместердiң жалпы санынан зерттеуге 34,2% әйелдер және 65,8% ерлер қатысты. Бұл ретте келушiлердiң негiзгi тобы 35-тен 44 жасқа дейiн 41,3%-ды, 25-тен 34 жасқа дейiн 25,3%-ды құрады. Негiзiнен келушiлер жеке мақсатпен келдi - 68,4%, ал қалған 31,6% - iскерлiк және кәсiби мақсатта.

Кiру келушiлердiң ең көп саны Ресейден – 30,2%, Өзбекстаннан – 18%, Қырғызстаннан – 12,3%, Түркиядан – 11,3%, Украинадан – 8,5% болды. Келушiлер шығыстарының негiзгi бабы халықаралық тасымалдарға арналған көлiк шығыстары - 65,8% және орналастыру орындарында тұру шығыстары – 12,7% болып табылады. Шығыстардың елеусiз бөлiгi тауарларды сатып алуға - 8,7% және тамақтануға – 8,3% келедi [2]

Пандемиямен байланысты жағдай елдердiң өз курорттарын яғни iшкi туризмдi дамыту қаншалықты маңызды екенiн көрсеттi. Шекара жабылғаннан кейiн көптеген туристер өз елдерiнiң үшiнде саяхаттай бастады. 2019 жылы 5,1 млн. қазақстандық Ел iшiндегi туристiк қызметтердi пайдаланды, деп статистика деректерi куәландырады. 2020 жылы олардың саны көбейдi көбiсi елде қалуға мәжбүр болды немесе қалады. Туристер өз денсаулықтарын ойлап, еркiн түрде шет елдерге саяхаттауды тоқтатты. Оған қарағанда ел iшiнде немесе жақын орналасқан шет елдерге саяхаттау сенiмдiрек болды. Шекаралар жабық болғандықтан ғана емес, қаржылық дағдарысқа байланысты. Жалпы, демалыс үшiн туристiк қызметтерге тұтынушылық сұраныс төмен болды.

Туризм бүкiл тарихындағы ең қиын кезеңдердi бастан өткердi. Пандемия Қазақстан экономикасында аса маңызды емес (ЖiӨ-нiң 6%), бiрақ қарқынды өсiп келе жатқан саланы өртенген өрiске айналдырды. Төтенше жағдай режимiне бiрнеше ай қалғанда шетелдiк топтармен жұмыс iстеген компаниялар зардап шектi. Қаңтар айында В2В серiктестерi шетелдiк қонақтардың тапсырыстарын жаппай еске түсiре бастады, ал шекаралардың жабылуымен және визалардың толық жойылуымен Бұл бизнес тоқтап қалды. Комитетте келу туризмi саласындағы шығындар 70-80% - ға бағаланады. Мәселен, егер 2019 жылы туристiк қызметтер экспортында ел шамамен \$2,5 млрд тапқан болса, осы жылдың соңына қарай күгiлетiн табыс \$600 млн деңгейiнде болады, ал туркомпаниялар мен орналастыру орындарының пайдасы 300 млрд теңгеден 60-80 млрд теңгеге дейiн төмендейдi [3].

Осы жылдың басында мемлекеттiк тiзiлiмде 1484 туроператор және 4385 турагент болды. Бұл ретте олардың тек 20% - ы ғана iшкi туризмге бағдарланған болатын. Пандемия жүздеген компанияларды өз қызметiн тоқтатуға немесе негiзiнен Алакөл, Каспий теңiзi мен Бурабайға жергiлiктi турларға қайта бағдарлауға мәжбүр еттi. "Түрлi бағалаулар бойынша мұндай фирмалардың саны 300 – ден асады.

Пандемия кезiнде iшкi туризм бастау алып келе жатқанын көрiп, көптеген компаниялар өз қызметтерiн өзгерттi соған байланысты iшкi туризмге бағытталған өнiмдердi ұсынуды бастады. Адамдар төрт жүз адамға той жасауға дағдыланған, бiрақ карантин кезiнде оларға тыйым салынды немесе қатаң түрде шектетiлдi. Соған орай туристiк компаниялар— жеке шағын iс-шаралар өткiзудi ұсына бастады. Мысалы, Хан Тәңiрi тауының базалық лагерiнде немесе Шарын шатқалында екiден жиырма адамға дейiн неке қию рәсiмiн жасап отырды. Сонымен қатар, Ресейден үш орынды байдаркаларды сатып алу арқылы және Жетiсуда су туризмiн жүргiзе бастады. Қазiр көптеген туркомпаниялар, әсiресе үлкен штаты бар және [елден] шығуға жұмыс iстеген iрi компаниялар iшкi туризмге қайта бағдарланды. Жабық

шекаралармен барлығы өз клиенттеріне Қазақстан, Алматы облысы бойынша турлар ұсынды. Ішкі туризмді дамыту үшін екі нәрсе – инфрақұрылым және Қазақстанда тұрудың жоғары бағасы кедергі болатыны анық. Келу туризмі бірқатар жағдайлар бойынша шығу туризмін алмастыра алмайды. Біріншісі-лагерьлердің , орналастыру орындарының, жалпы қонақ үйлердің деңгейлері. Дәл сол Алакөлдi алатын болсақ: бiз деңгей [шетелге қарағанда]

әлдеқайда төмен екенін жақсы түсінеміз. Бұл жағдайда бағалар қызмет деңгейімен сәйкес келмейді. Алакөлдегі үйді жалға алатын баға-бұл Түркиядағы all inclusive төрт жұлдызды қонақ үйдің бағасы. Әрине, ұшусыз, бірақ Қазақстан ұсынатын деңгей адамдардың шетелде алатын деңгейімен салыстыруға келмейді.

2020 жылы Ақтауда тамақтанумен, all inclusive және тиісті инфрақұрылыммен жабдықталған алғашқы бес жұлдызды Rixos қонақ үйі ашылды, бірақ "қазіргі уақытта бағалар біршама қорқынышты: бағасы шетелге барудан жоғары". "Қазақстандықтардың басым көпшілігі үшін бұл қолжетімді емес [4].

Маусымның жаңа тренді-2020-гиперлокалды туризм: халық өз аймағынан тыс жерде жүрмеуді жөн көреді. Бұл трендті Ұлттық экономика министрлігі Статкомитетінің соңғы деректері де растап отыр: Қазақстанда жолаушылар айналымы бірінші жартыжылдықта 45% -ға қысқарды. Темір жол қатынастары, өңірлер арасындағы тұрақты автобус тасымалдары және барлық авиамаршруттар тек 1 маусымға дейін қалпына келтірілді. Жағажай бағыттарының көпшілігі жабық немесе шектеулі жағдайда жұмыс істейтінін ескере отырып, нарықта экотурлар мен демалыс турларына сұраныс артты. Алайда олардың сорттары айтарлықтай азайды. Мысалы, ақпан айында алдағы маусымға 70 бағыт әзірленді, олардың жартысынан көбі мүлдем жаңа және өте перспективалы болып көрінді. Бұл, мысалы, Алматы облысы бойынша агротуралар. Бірақ кейінірек олардан бас тартуға тура келді. Бүгінде компания туристерді тек 12 бағыт бойынша тасымалдайды.

Мамандар Көбейтүз қызғылт көлі, Бұйратаудағы Сұңқар таулары, Бестөбе Сілеті каньондары, көл сияқты аз зерттелген бағыттарға тұтынушының қызығушылығын байқауда. Сарыоба (Ақмола облысы), Қиын-Керіш шатқалы (ШҚО), Индер тұзды көлі (Атырау облысы), қарын-Жарық ойпаты (Маңғыстау облысы) Т. Туристер жабайы, яғни өздері көліктеріне барады, ал бұл жерде қызметтер аз немесе мүлдем жоқ (тамақ, жабдықты жалға алу, ванна бөлмелері мен урналар) және дестинацияны бақылау. Сонымен қатар, Қазақстан бойынша ең танымал топ-5 бағытқа бұрынғысынша Алакөл көлі, Бурабай, Каспий теңізі кіреді. Балқаш және Алматы тау кластері. Демалушылардың ең көп саны, егер өз өңірінен тыс жерлерге шығатын болса, Нұр-сұлтан, Алматы, Шымкент және Атырау тұрғындарына келеді. Алакөл мен Бурабайдағы жұмыс істеп тұрған демалыс базалары мен қонақ үйлер негізінен жазғы туристік маусымның соңына дейін жұмыс істеді. Дегенмен, бір ай бұрын басталған Маусымда Алакөлде 50 мыңнан астам қазақстандық демалды. Салыстыру үшін-өткен жылғы маусымда Алакөл жағалауына шамамен 1,3 млн адам келген болатын.

Қорытындылай келе пандемия туризм саласын көп шығынға ұшыратты. Бірақ пайдасыда болды деп есептеймін. Осы кезде біз ішкі туризмнің маңызды екеніне тағыда көзіміз жетті. Көпшілік халық қала сыртында дамдардың көп жиналмаған жерлерде болуды жөн көрді. Соған байланысты көптеген жалдамалы үйлерде бос болмады. Тек шығу туризмін бағыттап жүрген туристік компаниялар дереу ішкі туризм бойынша турлар ұйымдастыруға көше бастады. Сонымен қоса пандемияның арқасында көптеген онлайн қызметтер, технологиялар пайда бола бастады. Туристік қызметтің әр саласындағы қызметкерлер жаңа қызмет көрсету стандарттарына сәйкес оқытылды. Қазір қонақүйлер стандартты қабылдаулардан бас тартып, қызметкерлер қонақтарды планшет арқылы тіркеген кезде жеке тұруды жөн көреді. Еуропаның көптеген қонақ үйлерінде өзін-өзі тіркеу дүңгіршектері орнатылған, олар арқылы қосымша таңғы ас немесе спа қызметтеріне тапсырыс беруге, сондай-ақ нөмірді ауыстыруға болады. Ұзақ мерзімді перспективада тұтынушылар үшін қауіпсіздіктің жаңа технологиялары пайда болады: ұялы телефон арқылы қашықтықтан басқарылатын креслолар; пандемия мен кезектерді болдырмауға көмектесетін қатаң отырғызу ережелері. Әуежайлар қызметкерлер мен жолаушыларға отырғызу талондарына қол тигізбеу үшін бетті бақылау және тану технологияларын қолдана бастады. Бұл пандемия COVID-19 туризмді біршама өзгертті. Сонымен қатар, әлемдегі жағдай технологияны дамытуға және бизнесті ғаламторға аударуға мүмкіндік берді. Қызметтер тұтынушы үшін автоматтандырылған және ыңғайлы бола бастады.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі

1. Туризм во время пандемии. Каким будет сервис и что ждет туристическую отрасль. [Электрондық ресурс]. – Кіру тәртібі: [https://vc.ru/u/207618-anna-reznik/129815-turizm- vo-vremya-pandemii-kakim-budet-servis-i-cto-zhdet-turisticheskuyu-otrasl](https://vc.ru/u/207618-anna-reznik/129815-turizm-vo-vremya-pandemii-kakim-budet-servis-i-cto-zhdet-turisticheskuyu-otrasl)
 2. О туризме. [Электрондық ресурс]. – Кіру тәртібі: [https://www.zakon.kz/4961485-inostrannyh-turistov-v-rk-vse-bolshe.html#:~:text=Туризм%20в%20РК%20развивается%20по,5%20С8%25%20\(до%204%20С6%20млн%20туристов\)](https://www.zakon.kz/4961485-inostrannyh-turistov-v-rk-vse-bolshe.html#:~:text=Туризм%20в%20РК%20развивается%20по,5%20С8%25%20(до%204%20С6%20млн%20туристов))
 3. О туристском бизнесе. [Электрондық ресурс]. – Кіру тәртібі: Inbusiness.kz
 4. Туризм после пандемии. [Электрондық ресурс]. – Кіру тәртібі: <https://vlast.kz/biznes/39828-turizm-posle-pandemii.html>
- Казахстанский туризм – статус «выжить». [Электрондық ресурс]. – Кіру тәртібі: <https://inbusiness.kz/ru/news/kazahstanskij-turizm-status-vyzhit>

УДК 338.48

РАЗВИТИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

Токмурзина Камила Рустамовна

Karata2411@gmail.com

Студентка кафедры Туризм ЕНУ им. Л.Н.Гумилева, г.Нур-Султан, Казахстан

Научный руководитель – К.П. Мусина

На сегодняшний день технологический прогресс не обошел стороной ни одну отрасль, в том числе туризм. Современный человек не может представить свою жизнь без использования электронных технологий и без доступа в Интернет. Так, в сфере туризма это проявляется тем, что путешественники предпочитают сегодня самостоятельно заниматься организацией и составлением туристического маршрута. Цифровой мир позволяет совершить все необходимые для путешествия процедуры в один клик. Начиная с выбора дестинации, заканчивая покупкой авиабилетов и бронированием номера в отеле онлайн – все это человек может сделать, не выходя из дома. Интернет стал неотъемлемой частью жизни современного путешественника.

Любое путешествие начинается с вдохновения, оно может быть вызвано прочитанной историей в книге, увиденной фотографией в Инстаграм, цепляющим кадром из известного фильма или сериала. Перед выбором дестинации, турист рассматривает множество других вариантов, планирует, читает отзывы других туристов, получает консультацию – все это может происходить исключительно через интернет. Затем турист может совершить покупку тура онлайн, а после приезда в страну продолжит искать необходимую информацию в интернете, а также будет делиться фотографиями и впечатлениями в социальных сетях и оставит отзыв на туристских сайтах [1].

Таким образом, турист проходит через все пять стадий путешествия: Вдохновение, Планирование, Бронирование, Путешествие (получение впечатлений), и стадия Пост-путешествия (публикация впечатлений) (Рисунок 1). Данная модель стадий путешествия была выпущена Google для того, чтобы интернет-маркетологи могли максимально расширить охват, умело нацеливая свою аудиторию на каждом из этапов.