

Қолданылған әдебиеттер тізімі

1. Қазақстан Республикасы Ұлттық экономика министрлігі. Статистика комитеті [Электрондық қор].
2. Қазақстан Республикасы Ұлттық экономика министрлігі. Статистика комитеті [Электрондық қор].
3. Қазақстан Республикасы Ұлттық экономика министрлігі. Статистика комитеті [Электрондық қор]. – Кіру тәртібі: <https://stat.gov.kz/api/getFile/?docId=ESTAT257185>

ӘОЖ 338.48

ПАНДЕМИЯНЫҢ ТУРИЗМ САЛАСЫНА ӘСЕРІ ЖӘНЕ ВИРТУАЛДЫ ЭКСКУРСИЯНЫҢ ДАМУЫ

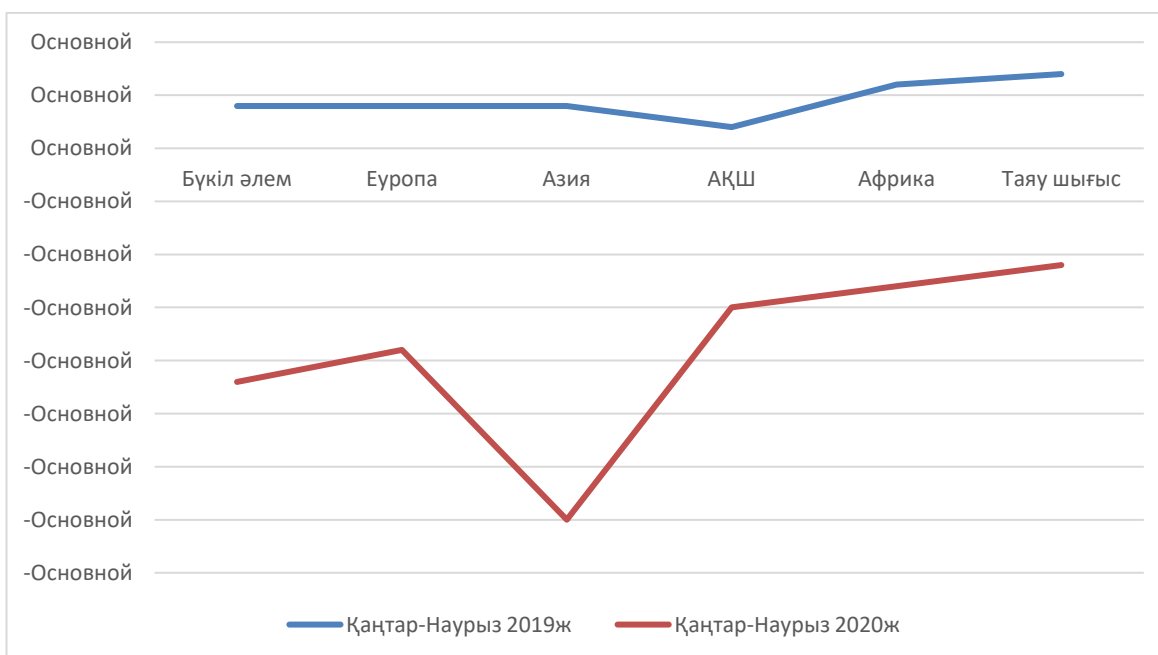
Жақсылыкова Аяулым Жакенқызы

ayaulym00@yandex.ru

«Туризм» мамандығының 3-ші курс студенті,
Л.Н. Гумилев атындағы ЕҰУ, Нұр-Сұлтан, Қазақстан
Ғылыми жетекшісі - А.Т. Тлеубаева

Коронавирустық эпидемия ғаламдық ауқымдағы ғасырдың ең ірі экономикалық дағдарысын тудырды. Туризм covid-19 пандемиясынан ең көп зардап шеккен салалардың бірі болды, бұл экономикаға айтарлықтай әсер етті. Туризм әлеуметтік-экономикалық қызметтің маңызды бағыты болып табылады және көптеген елдерде мемлекеттік бюджеттің кірісіне айтарлықтай үлес қосады. 2020 жылдың 9 айының қорытындысы бойынша шығу туризміндегі көрсеткіштердің 73% -ға (2 865 мың адам) және кіру туризмнің 76% -ға (2 034 мың адам) төмендеуі байқалды [1].

COVID-19 коронавирустық пандемиясы өзінің бүкіл тарихындағы туристік индустрия үшін ең маңызды проблемаға айналды. ДТҰ-ның қазан айындағы «Болашақ үшін туризмді қалпына келтіру» баяндамасында айтылғандай, 2020 жылдың аяғында халықаралық туризм экономикасы шамамен 80% -ға қысқарды.



Сурет 1 - 2020 жылғы қаңтар-наурыз кезеңіндегі халықаралық келу динамикасы

Ескертпе - 2020 жылдың қаңтарынан наурызына дейінгі кезеңге 2019 жылдың сәйкес кезеңімен салыстырғанда халықаралық туристік келу динамикасы [2].

Бірінші суретте көрсетілген Дүниежүзілік туристік ұйымның мәліметтері бойынша 2020 жылдың қаңтарынан наурызына дейінгі кезеңге 2019 жылдың сәйкес кезеңімен салыстырғанда халықаралық туристік келу динамикасы көрсетілген. Бәрінен бұрын Азияға туристік ағым төмендеді (-35% немесе 31,9 миллион адам), Еуропа екінші орында (-19% немесе 22,9 миллион адам), одан кейінгі Америка (-15% немесе 8,1 млн. Адам), Африка елдері келушілердің 13% - ын жоғалтты (1,9 млн. Адам), Таяу Шығыс елдері келгендердің 11% (1,8 млн. Адам) [2, б. 2].

Бұл дағдарыс дамыған елдер үшін үлкен соққы болды және халықтың ең осал топтары мен дамушы елдер іс жүзінде төтенше жағдайға тап болды. Туризм миллиондаған адамдардың өмір сүруін қамтамасыз етеді, ал миллиардтаған адамдар өз халқының және басқа елдер халықтарының мәдени ерекшелігін, сондай-ақ табиғат байлығын бағалауға мүмкіндік береді.

Карантин біздің күнделікті өмірімізде жаңа технологиялар мен бұқаралық ақпарат құралдарының маңыздылығын дәлелдеді. Қазір миллиондаған адамдар үйде карантинде отырғандықтан, тұрақты аудитория үшін мәдени тәжірибені алға жылжыту үшін қолайлы сәт. Осы кезеңде мәдениет өзінің жоғары маңыздылығын дәлелдеді, мұражайларға, мәдени мұра объектілеріне, театрлар мен қойылымдарға виртуалды қол жеткізуге деген сұраныс бұрын-соңды болмаған деңгейге жетті. Цифрлық әлемге көшу кезінде туризм мен мәдениет саласындағы тұрақты әлеуетті арттыру жөніндегі онлайн бағдарламаларына қол жетімділікті жақсарту үшін техникалық компаниялармен және жеке сектордың өкілдерімен одақтар құра алады.

Мәдени ұйымдардың табысы да күрт төмендеді. Дағдарыс кезінде елдердің 90 пайызы Дүниежүзілік мұра нысандарын толығымен және 85000-ға жуық мұражай уақытша жабылды. Туризм адамдар арасындағы өзара іс-қимылға негізделген сектор ретінде мәдениетті насихаттаудың және мәдениетаралық диалог пен өзара түсіністікке жәрдемдесудің негізгі құралдарының бірі болып табылады. ЮНЕСКО-ның Әлемдік мұра нысандарының 90% - дан астамының жабылуы миллиондаған мәдениет мамандарының өмір сүруіне үлкен қауіп төндірді [3]. Егер туризмге мәдени сектордың, яғни кино, өнер және оның көптеген басқа сегменттерінің өмір сүруіне үлес қосу міндеті жүктелсе, ол туристік бағыттардың мәдени сәйкестігі мен брэндин нығайтуы керек.

Карантин кезінде әлем музейлері, галереялар, опера және балет театрлары, көптеген еуропалық қалалардың гидтері Instagram немесе YouTube-те онлайн-экскурсияларды белсенді жүргізе бастады. Әлемнің барлық жерінде адамдар өз үйлерінен шықпай-ақ Лувр, Метрополитен мұражайы және т.б. залдар арқылы виртуалды саяхатқа шығуға мүмкіндік алды, әлемнің көрнекті жерлерінен интерактивті бейнені 360° -та көруге болады. Сондай-ақ, Парижде, Стамбулда, Лондонда және басқаларында виртуалды экскурсияларға бару мүмкіндігі болды. Дүниежүзілік театрлар, мысалы Үлкен театр, «Астана Опера» және басқалары көрнекті спектакльдердің онлайн-трансляциясын жүзеге асырды.

Барлық мәдени мекемелердің жабылуымен - ең ірі мұражайлардан және опера театрларынан бастап музыкалық клубтарға, кинотеатрлар мен кішкентай галереяларға дейін - интернетте қарқынды дамуда.

Отандық кітапхана жүйесі ел азаматтарының біліктілігін арттыруда маңызды рөл атқарады, оқырмандарға жедел және оңтайлы қызмет көрсету үшін цифрлық технологиялар мен инновациялық әдістер енгізілуде. Бүгінгі таңда Қазақстанның ұлттық электронды кітапханасының сегментінде 60 мыңнан астам электронды әдебиеттер бар. Кітапханалардың интернет-ресурстарын пайдаланушылардың саны 1,7% -ға өсті және 1,1 млн-нан астам адамды құрады [4].

Жұмыстағы әріптестерімен, туыстарымен, достарымен және таныстарымен күнделікті араласудан айырылған азаматтар теледидар мен интернетке бейімделуі керек болды. Екінші жағынан, қазір сіздің жан-жақты дамуыңызға, адамдар үшін жаңа нәрсе үйренуге мүмкіндік бар. Мысалы, Алматыдағы Қазақстан Республикасының орталық мұражайына виртуалды тур жасау - ол Қазақстанның ғана емес, бүкіл Орталық Азияның көне және ірі мұражайларының

бірі. Мұражайдың қор коллекцияларында 300 мыңға жуық сақтау бірлігі бар. Сондай-ақ, мұражай экспонаттарының виртуалды әлеміне 3D-тур жасауға болады "Жетісу 360° жобасы". Мұнда Талдықорғанның екі виртуалды музейі - М. Тынышпаев және І. Жансүгіров, "Анаға тағзым мұражайы", Жамбыл мұражайы және Қазақстанның басқа да мешіттері, сәулет және мәдени көрікті жерлері бойынша виртуалды саяхат жасай алады. Жетісудың киелі жерлеріне, Шарын каньонына, Көлсай, Қайыңды көлдеріне және басқа да туристік нысандарға турлар бар. Мұражайлар мен табиғат інжу-маржандарын HD сапасында, 360° бұрышта тексеруге болады [5].

Сондай-ақ, ЮНЕСКО-ның дүниежүзілік мәдени мұралар тізіміне енгізілген Түркістан облысындағы "Әзірет Сұлтан" тарихи-мәдени мұражай-қорығымен виртуалды түрде танысуға болады. Бұл біздің тарихымыздың 100 гектарға жуық жарқын сәулет ескерткіші, Түркістан қаласының басты көрікті жері болып табылады.

ТМД-ның ең жақсы виртуалды мұражайларының қатарына Нұр-Сұлтандағы Қазақстан Республикасының Ұлттық және Алматыдағы Қазақстан Республикасының Орталық мемлекеттік мұражайлары кірді.

Виртуалды туризм тез дамып келеді, өйткені ол қызметті тұтынушы үшін де, өндіруші үшін де бірқатар тартымды қасиеттерге ие. Тұтынушы үшін ең маңызды тартымды аспектілерін атап өтсек:

1) Жеке ресурстардың ең аз шығыны. Уақыт пен ақша - виртуалды турлар қазіргі уақытта тегін, сонымен қатар, кез-келген уақытта мұндай сапарды тоқтатуға болады, содан кейін ыңғайлы уақытта жалғастыруға болады.

2) Офлайн сапарда қолжетімсіз өңірлер мен объектілерге бару мүмкіндігі. Осы тармақты талқылай отырып, виртуалды туризмнің мүмкіндігі шектеулі адамдар үшін ашатын перспективалары көп.

3) Қауіпсіздігі. Виртуалды турлар өмірдің маңызды бөлігіне айналғанымен, ондағы кейбір қауіп-қатермен де кездесуге болады. Егер сіз интернеттегі қауіпсіздік ережелерін сақтамасаңыз, банктік шоттарыңыздан ақша жоғалтуыңыз мүмкін делік. Алайда, кез-келген жағдайда виртуалды тур саяхатшының өмірі мен денсаулығына қауіп төндірмейді.

4) Аймақпен байланыссыз танысу тәсілі. Бұл шет тілдерін білмейтін саяхатшылар үшін ыңғайлы, өйткені ол байырғы халықпен тікелей ауызша қарым-қатынасты білдірмейді және осылайша тілді білмеуге байланысты қиындықтарды болдырмауға мүмкіндік береді. Кейбір адамдар үшін виртуалды туризм - бұл нақты сапарға дайындық.

Сонымен, мәдениет пен спортты дамыту - мемлекеттің әлеуметтік саясатының маңызды құрамдас бөлігі, ал олардың даму көрсеткіштері азаматтардың өмір сапасының негізгі көрсеткіштерінің бірі болып табылады.

Жоғарыда айтылғандардың бәрін қорытындылай келе, коронавирус тудырған пандемия бұрын-соңды болмаған жағдай, бұл барлық елдердің өмірлеріне, экономикасына түбегейлі әсер етті деп қорытынды жасауға болады. Пандемия цифрлық технологиялардың қарқынды дамуына ықпалын тигізді. Пандемиядан кейін туризм нарығы салыстырмалы түрде тез қалпына келуі мүмкін, себебі адамдарға жағымды эмоциялар қажет болады. Әрине, нақты болжам жасау мүмкін емес, әсіресе айырбас бағамының өзгеруі жағдайында. Сонымен қатар, жалпы өмірге деген көзқарас өзгеруі мүмкін - онлайн-қашықтықтан байланыс тәсілдері үйреншікті жағдайға айналады. Туризмдегі цифрлық жобалар сегменті жандана түсуде, бұл кейінге қалдырылған сұраныстың қалыптасуына көмектеседі және туристік саяхаттардағы барлық шектеулер жойылған кезде жұмыс істейді. Шынында да, соңғы жылдары туристік қызмет көрсету нарығында электронды ақпараттық жүйелер мен платформаларды пайдаланудың маңыздылығы арта түсті. Туризмдегі цифрландыру тенденциясы нарықтың барлық қатысушыларының біртіндеп қаржылық ағындарды қайта бағыттаумен және туризм индустриясының табыстылығын арттырудың алғышарттарын құра отырып, онлайн-салаға қайта бағытталуын білдіреді.

Пайдаланған әдебиеттер тізімі

1. Как коронавирус меняет мировую туристическую индустрию // <https://www.interfax.ru/world/741811>
2. Влияние пандемии коронавируса на индустрию туризма // https://phsreda.com/ru/article/96432/discussion_platform
3. Культурный туризм и covid-19 // <https://news.un.org/ru/news/topic/culture-and-education>
4. Туризм // <https://www.primeminister.kz/>
Туризм как феномен городской культуры // <https://elar.urfu.ru/>

ЭОЖ 379.85

ЭКСКУРСИЯЛЫҚ ҚЫЗМЕТТЕГІ ИННОВАЦИЯЛАР

Жамбиев Айдос

e-mail: men_aidos@mail.ru

«Туризм» мамандығы студенті

Ғылыми жетекші – Б.У. Сыздықбаева

Инновациялық қызмет-инновацияларға алып келетін ғылыми, технологиялық, ұйымдастырушылық, қаржылық, коммерциялық іс-шаралар кешені [1].

Егер қоғамда кеңінен сұранысқа ие нәтижеге қол жеткізу үшін жаңа білім, технологиялар, әдістер, тәсілдер әкелсе, қызмет инновациялық болып табылады. Туристік кәсіпорынның инновациялық қызметін инновацияны құруға және енгізуге бағытталған барлық жұмысшылардың бірлескен жұмысы ретінде анықтауға болады. Экскурсиялық инновациялық өнімді әзірлеуге маркетингтік, жарнама мамандары, әдіскерлер, кәсіби гидтер, ғылым мен мәдениеттің өкілдері қатысады.

Инновациялық қызмет жүйелі сипатқа ие, жүйені қоғам және инновациялық қызмет субъектілері құрайды.

Экскурсиялық қызметтегі инновациялар нарықта сәтті ілгерілеуге ықпал ететін бір экскурсияның екіншісіне қарағанда артықшылығын береді. Инновациялар әрқашан адамдарды қызықтырды, дұрыс таңдалған мақсатты аудитория маңызды рөл атқарады. Инновация - бұл адамның іс-әрекетінің өнімі, оны жасау ғана емес, оны дұрыс қолдану да маңызды.

Экскурсиялар гидтің қарабайыр әңгімелерінен бастап ерекше театрлық және 3D экскурсияларына дейін ұзақ эволюция жолымен өтті. Жаңа технологиялардың көмегімен виртуалды экскурсиялар, экстремалды турлар, мультимедиялық бағдарламалар, электронды гидтер жасалды.

Туризмдегі инновациялық процесс сәйкес дамиды:

- туристік өнімді әлеуетті сатып алушылар сұранысының өзгеруімен;
- мамандардың заманауи шығармашылық және технологиялық әзірлемелерімен;
- туристік ұйымдардың, Қонақжайлылық индустриясы кәсіпорындарының, көлік кәсіпорындары мен мемлекеттік құрылымдардың іс-әрекеттері.

Экономикалық саладағы кез-келген өзгерістер сияқты, инновациялар бірнеше негізгі принциптерге сәйкес келеді [2].

1. *Ғылымдылығы.* Туристердің бүгінгі қажеттіліктеріне жауап беретін инновациялық туристік өнімдер мен қызметтерді құру және енгізу кезінде ғылыми білім мен әдістемелік әзірлемелер қолданылады. Әр түрлі салалардағы инновациялық экскурсиялар тарихшы мамандардың, археологтардың, геологтардың, географтардың, биологтардың қатысуымен жасалады. Көбінесе бір жаңа экскурсиялық жоба архивтерде, мұражайларда бірнеше ай жұмыс істейді, ғылыми экспедициялардағы жұмыстардың ерекшеліктерімен танысады.

2. *Жүйелілік.* Әзірленіп жатқан инновациялық экскурсиялар және өзге де туристік іс-шаралар әрбір өңірдің табиғи, тарихи және әкімшілік ерекшеліктерін, туристік өнімге қолда бар сұранысты, туристік инфрақұрылым деңгейін, жолдардың жай-күйін, қажетті мамандардың болуын, ақша салу мүмкіндігін ескере отырып құрылады. Инновацияларда жүйелілік принципін сақтау үшін ұзақ маркетингтік зерттеулер жүргізіледі.