

## Қолданылған әдебиеттер тізімі

- 1 Рейтинг стран мира по уровню глобальной конкурентоспособности // <https://gtmarket.ru/ratings/the-imd-world-competitiveness-yearbook/info>
- 2 Лучший путь к модернизации сознания — развитие туризма // <https://365info.kz/2017/08/luchshij-put-k-modernizatsii-soznaniya-razvitiye-turizma>
- 3 Дурович А. П., Копанев А.С. Маркетинг в туризме: Учеб. пособие. – Минск: Экономпресс, 1998.
- 4 Сенин В. С. Организация международного туризма: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2000.
- 5 Факторы формирования и развития рынка туристических услуг // [http://tourlib.net/statti\\_tourism/kunicyn.htm](http://tourlib.net/statti_tourism/kunicyn.htm)
- 6 Туризм. Основные показатели за 2005-2020 годы // [http://stat.gov.kz/faces/wcnav\\_externalId/homeNumbersTourism.jsessionid](http://stat.gov.kz/faces/wcnav_externalId/homeNumbersTourism.jsessionid) Главные факторы влияющие на развития туризма // <http://tourfaq.net/travel-business>
- 7 В 2019 году Казахстан посетили 8,5 млн туристов. Зачем они приезжали и сколько денег оставили? // <https://informburo.kz/stati/v-2018-godu-kazahstan-posetili-85-mln-turistov-zachem-oni-priezzhali-i-skolko-deneg-ostavili-.html>
- 8 Қазақстандағы туризм түрлері <https://kazakhstan.travel/publications/kk/125/opportunities-for-skiing-and-snowboarding-in-kazakhstan>

ӘОЖ 338.48

## ПАНДЕМИЯДАҒЫ ТУРИЗМ ИНДУСТРИЯСЫНЫҢ ЖАҒДАЙЫ

**Камалова Дияра Одилжановна**

*[diyara\\_kamalova@mail.ru](mailto:diyara_kamalova@mail.ru)*

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

COVID-19 коронавирустық инфекциясының алғашқы жағдайлары Қазақстанда 2020 жылы 13 наурызда тіркелді. Ресми статистикаға сәйкес, 2021 жылғы 25 наурыздағы жағдай бойынша Қазақстанда зертханалық расталған 236 200 жағдай анықталды, 213 743 адам сауығып, 2 952 адам қайтыс болған болатын. Аурудың таралуын болдырмау үшін 2020 жылдың 16 наурызы мен 11 мамыры аралығында елде төтенше жағдай енгізілген болатын. Елге кіруге және шығуға шектеулер енгізілді, барлық аймақтарда карантиндік немесе басқа шектеу шаралары іске қосылған болатын. Іс-шаралар, ірі азық-түлік емес сауда орындарының, кинотеатрлардың, кафелердің, сауда орталықтардың және басқа адамдар жаппай жиналатын орындар жұмысы уақытша тоқтатылған еді.

Сонымен, 2020 жылы 5 шілдеде Қазақстанда қатаң оқшаулау режимі жұмыс істей бастады. Азық-түлік дүкендерінен, дәріханалардан, кафелерден әлеуметтік арақашықтық сақталып отыру көзделді. Әуежайлар мен вокзалдар, ішкі рейстердің барлығы жабылған болатын. Мектеп оқушылары және де студенттер онлайн түрде оқитын болды. Егер коронавирус эпидемиясы тек 2020 жылдың басында саяхаттарды, іссапарларды және іс-шараларды шектесе, онда Қазақстанның төтенше жағдай енгізу және шекараларды жабу туралы шешімі туристік бизнес үшін үлкен қиналыс туғызды және іс жүзінде туристік компаниялардың жұмысын тоқтатты. Клиенттермен расталған сапарлар мен іс-шаралардың шамамен 98% -нан бас тартылды. Өнеркәсіп тұрғысынан қиынға түскендер нарықтан кетіп қалды. Ал жоғарғы үкімет өкілдері мен туристік агенттіктер тез арада барлық қызметкерлерді ақысыз демалысқа жіберді. Көптеген компаниялар кеңселерінен көшіп кетті. Қызметкерлердің біраз бөлігі қазір «онлайн» түрінде жұмыс жасауда [1].

Коронавирустық пандемияның немесе COVID-19-дың әсерінен 2020 жылдың басында әлемдік экономиканың, соның ішінде туризмнің барлық салаларының жай-күйіне және одан әрі дамуына үлкен әсер еткен болатын. Туризм бизнесіндегі мұндай ауыр дағдарыс екінші дүниежүзілік соғыстан бері байқалмаған. Алайда кез-келген дағдарыс тек жағымсыз салдарға әкеліп соқтырмайды. Мақалада бүкіл туристік нарық үшін осы маңызды сынақтың жаңа мүмкіндіктері мен қиындықтары қарастырылған. Осы мүмкіндіктер мен қиындықтардың қатарына туристік қызметтерді цифрландырудың үдеуі, заманауи технологияларды белсенді енгізілуі (мысалы, үлкен деректер, жасанды интеллект, аралас және толықтырылған шындық және т.б.), экономикалық тәжірибе идеяларын пайдалану, клиентке деген жеке көзқарастың өзектілігі, сонымен қатар туристік өнімнің экологиялық аспектісі, туристік маршруттар географиясын кеңейту және т.б.

Сонымен қатар, сапар қауіпсіздігі сияқты фактордың маңыздылығы мен санитарлық-эпидемиологиялық жағдайды қоса алғанда жақсы жаққа ұлғаяды деп күтілуде. Туристер ішкі курорттардағы шағын топтардағы жеке турларға артықшылық бере бастайтын болады. Сондай-ақ, мақалада 2020 жылғы көктемде біздің еліміздегі туристік бизнес субъектілеріне көрсетілетін мемлекеттік қолдаудың нақты шаралары талқыланады, олардың тиімділігі олардың қазіргі жағдайдан шығуы көбіне байланысты болғанын айтуға болады. ЮНВТО мәліметтері бойынша, тек қаңтардан тамызға дейін халықаралық туризмнен түсетін кірістің төмендеуі 2019 жылдың сәйкес кезеңімен салыстырғанда 730 млрд. долларды құрады. Бұл әлемдік экономикалық және 2008-2009 жылдардағы қаржылық дағдарыс. Содан кейін, экономиканың құлдырауына, жанармай бағасының өсуіне және билеттер мен туристік пакеттерге сұраныстың төмендеуіне байланысты бүкіл әлем бойынша ондаған авиатасымалдаушылар мен тuroпeраторлар нарықтан кетіп қалды. COVID-19 пандемиясы қалалардың тез бейімделетінін және болашаққа жақсы дайындалуы керектігін көрсетті. Қалалық туризм - ХХІ ғасырдың басты тенденцияларының бірі. Туризм секторын цифрландыру пандемиядан әлдеқайда бұрын басталды. Skyscanner, Booking.com, Airbnb сияқты қызметтер туристерге саяхаттарды өздігінен жоспарлауды жеңілдетті, ал одан да көп адамдар пакеттік турлардың орнына жеке экскурсияларды артық көрді. Цифрлық технологиялар нарыққа жаңа туристік өнімдерді шығарып қана қоймай, ел ішіндегі салааралық ынтымақтастықты арттыруға ғана емес, сонымен қатар халықаралық ынтымақтастықты сақтауға мүмкіндік берді [2].

Пандемия және оны ауыздықтауға бағытталған жаһандық күш-жігер халықаралық туристік экономиканы 45-70% төмендетуі мүмкін екендігін ескеру керек. Пандемия ішкі туризм салаларына да әсер етеді, өйткені шектеу шаралары қозғалыс еркіндігін шамамен әлем халқының жартысы шектейді. Дегенмен, ішкі туризм халықаралық туризм индустриясына қарағанда тезірек қалпына келеді деп күтілуде. Қонақ үйлер, мейрамханалар, тuroпeраторлар, авиатасымалдаушылар және круиздік компаниялар өз қызметін белгісіз уақытқа тоқтатты. Қонақ үй мен мейрамхананың кіші секторларында 51 миллион кәсіпкер жұмыс жағдайына қатты әсер етіп, өте қиын бизнес жағдайына тап болған болатын. Экономикалық белсенділіктің күрт төмендеуі кезінде, көп жұмыс күшін қажет ететін туризм индустриясының қызметкерлері жұмыс уақытының апатты қысқаруымен, мүмкін жұмыс орындарын жоғалтуымен және лайықты жұмыс үшін қиындықтармен бетпе-бет келуде. Өзін-өзі жұмыспен қамтыған жұмысшылар мен шағын кәсіпорындарда жұмыс істейтіндер бірлесіп барлық қонақүйлер мен мейрамханалар жұмысшыларының шамамен 60% құрайды, бұл екі экономикалық сектордың қазіргі экономикалық дағдарыс алдындағы осалдығын көрсетеді.

Шағын бизнес бүкіл әлемде жұмыспен қамту көзі ретінде маңызды рөл атқарса да, әсіресе төмен және орташа табысы бар елдерде, олар көбінесе несиеге қол жеткізе алмайды, активтері аз болады және егер олар мақсатты болмаса, экономикалық ынталандыру пакеттерінен аз пайда көреді. Шағын бизнес қазіргі кезде әсіресе осал болып отыр, себебі үкіметтер барлық негізгі емес операцияларды жабуға бұйрық берді, және көптеген компанияларда операциялық шығындарды уақытша азайтудан басқа таңдау қалмады. Шағын кәсіпорындар үшін дағдарыстың шығындары олардың ресурстарының шектеулі болуына және

капиталға қол жеткізудегі қиындықтарға байланысты пропорционалды емес жоғары болуы мүмкін. Әлемдік қаржы дағдарысының салдарына қарағанда, COVID-19 пандемиясы аяқталғаннан кейін жарияланатын банкроттық толқынынан кейін шағын кәсіпкерліктің саны азаюы мүмкін. Сондай-ақ қалпына келтіру баяу жүруі мүмкін ортада инвестиция мен өндірісті жандандыру үшін көп уақыт қажет.

Туризм айтарлықтай мультипликативті әсер ететін барлық салаларға, соның ішінде азаматтық авиацияға, қолөнерге, ауыл шаруашылығына және тамақ пен сусындармен қамтамасыз етуге терең әсер етеді. Рейстердің тоқтатылуы және әуежайлардың жабылуы 10 миллионнан астам азаматтық авиация жұмысының уақытша жоғалуына алып келді. Тағы бір қиындық - бұл туристік сектордағы бейресми жұмыспен қамтылудың жоғары деңгейі, оның ішінара оның маусымдық сипатына байланысты, бұл әлсіз реттеу мен мәжбүрлеу режимімен және жұмысшылар ұйымының деңгейінің төмендеуі. Шамадан тыс жұмыс уақытында, жалақының төмендігінде, әлеуметтік қорғаудың болмауында және гендерлік дискриминацияда көрінетін лайықты жұмыс тапшылығы бейресми экономикада көрінеді. Еңбекші-мигранттар, әйелдер мен жастар бейресми және кездейсоқ жұмысқа бейім. Пандемиядан кейін әлемді қабылдау және тұтастай алғанда тұтыну психологиясы күрт өзгеруі керек, сонымен қатар туризмдегі бәсекелестіктің жаңа кезеңі басталады, бұл осы нарықта ресурстардың мүлдем жаңа бөлінуіне әкеліп соғатын болады.

Туристік индустрия COVID-19 дағдарысынан бірнеше рет қайталанбас шақтан шықпайды. Алайда, ол экономикалық құлдырау мен дағдарысқа қарсы тұру қабілетімен танымал, өйткені бұл 2003 жылы SARS эпидемиясы кезінде және 2008–09 әлемдік қаржы дағдарысы кезінде болған. Пандемиядан кейінгі «бұрынғыдан да жақсы қалпына келтіру» мәселесі туризмді тұрақты даму мақсаттарымен тығыз байланыстырып, барлығына лайықты жұмыспен жасыл, инклюзивті және төзімді индустрия құра алады. Тағы да мектеп оқушылары мен студенттер мәселесіне тоқтала келсек, көптеген қиыншылықтарға әкеліп соқты. Әсіресе бірінші сынып және бірінші курс оқушыларына. Осындай жағдайда біз өзімізді, отбасымызды, жақын адамдарымызды қорғауымыз және барша қойылған талаптарды орындауымыз керек [3].

Қорытындылай келетін болсақ, біз, бұл өмірде әрдайым әр жағдайға дайын болуымыз керек екені туралы айта кету жөн. Себебі, бұл жағдай көптеген отбасыларға өте ауыр жағдай болып келді. Қазіргі кезде көптеген адамдар бір күнді ойлап өмір сүреді. Бұл өте дұрыс емес жағдай. Алайда, пандемияның жақсы жақтары да кем емес. Мысалға, көптеген адамдар бір-біріне мейірімді бола бастады, адамдар ертенгі күнін ойлайтын болды, табиғатымыз жақсы жаққа жаңарған болатын. Сол үшін әр нәрсенің жақсы жағы бар екенін ұмытпауымыз керек. Коронавирустық пандемия кезінде көптеген адамдар қайырымдылық жасады. Мәселен, түрлі блогерлер әр қилы «challenge» ұйымдастырды. Олармен қоса түрлі әншілер, актёрлар да қалыспады. Олар үйлері жоқ, тамаққа ақшалары тапшы, дәрілерге ақшалары жетпейтін адамдарға барынша қолдау көрсетті. Кейбір меценаттар жағдайы жоқ отбасыларына үйлерін де алып беріп қолдау көрсеткен болатын. Осы аталмыш пандемия кезінде біз бала кездерімізді еске алып, табиғи тағамдар, түрлі шөптердің, ұлттық тағамдарымыздың шет елдік дәрілерінен де жақсы әсерлері бар екенін еске түсіріп, түсіндік. Ертеде ата-бабаларымыз түрлі шөптермен, табиғи жеміс-жидектермен, қойдың майымен, жалпы үй жануарлары өнімдерінің арқасында дені сау болған болатын. Тағы да, айта кетсек, көптеген отбасылар бір-біріне жақын бола бастады. Адамдарда бір-біріне деген мейірімі арта түсті.

### **Пайдаланған әдебиеттер тізімі**

1. Туризм индустриясы // <https://cyberleninka.ru/article/n/industriya-turizma-v-usloviyah-pandemii-koronavirusa-vyzovy-i-perspektivy> 20.02.2021
2. Қазақстанда COVID-19 таралуы // <https://www.unicef.org/kazakhstan/kk/> 21.02.2021
3. Қазақстан туризміне коронавирус әсері // <https://www.azattyq.org/a/kazakhstan-coronavirus-covid-19-pandemic-tourism/30621951.html> 20.02.2021