

аймақтардың даму орталықтарынан қашықтығы, демек, соңғы туристік өнімді жасау кезінде көлік шығындарының жоғары құрамдас бөлігі деңгейі және жағдайы қазіргі туристік нарық талаптарына сәйкес келмейтін орналастыру орындарының және мәдени-сауық мақсаттарының жеткіліксіз саны. Бұл проблемалардың барлығы шетелдік қаржыландырудың көмегімен кешенді тәсіл мен дәйекті шешімді қажет етеді. Туризмге шетелдік инвестицияларды тарту үшін өте маңызды:

1) биліктің жарнама және ақпараттық қызмет саласындағы қызметі (туристік-рекреациялық әлеуетті бұқаралық ақпарат құралдарында, оның ішінде шетелдік басылымдарда және телеарналарда жариялау);

2) туризмдегі шетелдік инвестициялық бастаманы ынталандыратын прогрессивті әкімшілік және салық саясаты (туристік әлеует тұрғысынан маңызды болып табылатын инфрақұрылымдық жобаларға күрделі салымдар салу кезінде салықтық жеңілдіктер);

3) туризмдегі сау бәсекелестік ортаны қолдауға бағытталған тиімді қылмыстық және сыбайлас жемқорлыққа қарсы саясат.

Солайша, шетелдік инвестициялар бірінші кезекте туристік инфрақұрылымды дамытуға бағытталуы қажет: қолайлы жағдайларды қамтамасыз ететін қонақүйлер мен басқа орналастыру орындарының желісін құру және шетелдік қонақтардың көзқарасы бойынша қызықты туристік маршруттарды қалыптастыру. Туристік инфрақұрылым кешенің дамытудың маңыздылығын атап өту керек, ол тек орналастыру орындарын ғана емес, сонымен қатар туристік көрнекті орындарды, көлік, қоғамдық тамақтану орындарын, кәдесыйлар, байланыс және басқа да көрсеткіштерді қамтиды. Сонымен қатар, инвестициялық жобаларды жүзеге асырудың маңызды факторы - жолдар, газ және сумен жабдықтау, ағынды суларды тазарту және энергиямен жабдықтау жүйелері инфрақұрылымдарын дамыту болып табылады, оларсыз туризм индустриясын құру және дамыту мүмкін емес[3].

Қазіргі кезде Қазақстанда туризм саласындағы инвестициялық қызметті ішкі қаржыландыру үшін жеткілікті мүмкіндіктер жоқ. Елеулі инвестициялық қажеттілікті ішкі резервтер есебінен қанағаттандыру мүмкін болмағандықтан, шикізат секторына ғана емес, сонымен қатар туристік индустрияға шетелдік инвестицияларды тартуды барынша күшейту қажет.

Қолданылған әдебиеттер тізімі:

1. Бүкіләлемдік туристік ұйымның ресми сайты: <https://www.unwto.org/>
2. Авдеева, Е. А. Отечественный и зарубежный опыт привлечения инвестиций в туристскую сферу на местном уровне / Е. А. Авдеева. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2016. — № 22 (126). — С. 132-134.
3. Усубалиева С. Иностранные инвестиции - инструмент развития туризма в Республике Казахстан, 2015.

ӘОК 338.4

COVID-19 ЖАҒДАЙЫНЫҢ ТУРИЗМГЕ ӘСЕРІ (ӘУЕ ТАСЫМАЛЫ МЫСАЛЫНДА)

Ұмбетова Аружан(Тур-41)

aruzhan_5@mail.ru

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

COVID-19 пандемиясы денсаулық дағдарысы ғана емес, сонымен қатар экономикалық, әлеуметтік және гуманитарлық дағдарыс. Пандемия өршуін тоқтату және халықтың денсаулығын қорғау жөніндегі жаһандық күш-жігердің бір бөлігі ретінде әлемдегі үкіметтер құлыптау режимдерін енгізді, шекараларды жауып, саяхатқа қатаң шектеулер

енгізілді. Бұл шаралар әуе тасымалына сұраныстың бұрын-соңды болмаған төмендеуіне әкеліп соқтырғандықтан, авиация ең қатты соққы алған салалардың біріне айналды.

Әуе саяхатының күрт қысқаруы авиациялық салада өтімділіктің қатты жетіспеушілігін тудырды, оның қаржылық өміршеңдігіне қауіп төндірді және салаға тәуелді миллиондаған жұмыс орындарына қауіп төндірді. Авиация саласындағы барлық мүдделі тараптар, соның ішінде, атап айтқанда, әуекомпаниялар, әуежайлар, аэронавигациялық қызметтерді жеткізушілер және аэроғарыш өндірушілері, сонымен қатар қосылған құнға ие өндірістік циклдің барлық қатысушылары өздерінің қызметінің үздіксіздігін және, мүмкін, олардың өмір сүруін қамтамасыз ету проблемаларына тап болады.

ИКАО-ның COVID-19-ның азаматтық авиацияға экономикалық әсеріне жүргізген соңғы талдауы көрсеткендей, 2020 жылы әлемдік жолаушылар ағыны шамамен 60% -ға төмендеді, бұл 2019 жылмен салыстырғанда шамамен 2,7 миллиард адамның жолаушылар санының төмендеуіне тең. Трафиктің күрт төмендеуі әуекомпанияның жалпы кірісінің 370 миллиард долларға төмендеуіне алып келеді деп болжануда, ал әуежай мен кірістерінің шығыны сәйкесінше 115 және 13 миллиард долларға жетеді. Қысқа мерзімді болжамдар өнеркәсіптің ұзақ уақыт бойы әлсіз көлік сұранысына тап болатынын көрсетеді [1].

Күн сайын Еуропа континентіндегі авиация саласы 2020 жылы шамамен 200 миллион еуро жоғалтты. Өнеркәсіптің жинақталған шығыны биыл 80 миллиард еуродан асады.

«Дағдарыс барлығын дерлі жапқан кезді сәуір айында бүкіл әлемге 70 мыңнан астам ұшақ қонды. Содан бері әуекомпаниялар өз ұшақтарын енді ғана аспанға шығарып жатыр. Соңғы бірнеше аптада айтарлықтай қысқартушылық байқадық жерде тұрған ұшақтардың саны азайды. Қазір әлемде ұшақтардың шамамен 46% -ы ғана әуежай тұрақтарында негізделген», - дейді Симонас Барткус, Ch-aviation GmbH (Германия) өкілі.

Оның айтуынша, Азия флотын пайдалану бойынша көш бастап тұр - ұшақтардың тек 37% -ы ұшпайды. Солтүстік Америкада - 40%, бірақ мұнда оның өзіндік ерекшелігі бар, дейді Барткус. Көптеген американдық авиакомпаниялар әуе паркінің маңызды бөлігіне оны рейстерге пайдаланбай қызмет көрсетуде жалғастыруда. Еуропада шілденің аяғында 3,5 мыңға жуық ұшақ қана белсенді қолданылды.

Басқа тасымалдаушылар да слоттар проблемасына тап болды. ЕО заңдарына сәйкес, әуе компаниялары әуежайларда бөлінген слоттардың 80% пайдалануы керек, әйтпесе оларды жоғалту қаупі бар. Бір айға жуық уақыт ішінде Ұлыбритания тасымалдаушылары коронавирустың салдарынан бос болатын (40% -дан аз жүктемесімен; елес рейстері деп аталатын) ұшақтармен ұшуға мәжбүр болды, отыруға, тұраққа арналған слоттарды жоғалтпау үшін.

Соған қарамастан коронавирустың таралуы мен сұраныстың төмендеуіне байланысты әуекомпаниялар бірінен соң бірі рейстер санын қысқартуда. Lufthansa өзінің ұшу бағдарламасын 50% төмендететінін мәлімдеді. Air France-KLM наурызда 3600 рейстен аспайды (Еуропада тек 25% -ы тоқтатылған). British Airways Қытайға рейстерді тоқтатуды 31 наурызға дейін ұзартты. Австралияның Qantas Airways компаниясы коронавирустың Еуропа мен Солтүстік Америкада таралуына байланысты алдағы алты айға жоспарланған рейстердің төрттен бірін тоқтатады [4].

АҚШ тасымалдаушылары - United, JetBlue, Alaska Airlines, Delta, American Airlines - рейстерін тоқтатты. Әмірліктер Қытайға (Пекиннен басқа), Иранға және Сауд Арабиясына ұшқан жоқ; Бахрейн, Гонконг және Сингапурға рейстер санын қысқартты. Ұшу тоқтатылғаннан кейін және әуе кемесі жерге қондырылғаннан кейін компаниялар қызметкерлерді ақысыз демалыс алуға немесе жеңілдетілген мөлшерде жұмыс істеуге шақырады [4].

Украинада 2020 жылы авиакомпанияның шығыны шамамен 1,3 миллиард долларды құрайды, егер авиация және 80 мыңнан астам жұмыс орындары жоғалды.

Канада: Ұзақ уақытқа созылған халықаралық саяхатқа тыйым тамызда Air Canada авиакомпаниясынан 1,75 миллиард CAD шығынға ұшырады, содан кейін олар саяхаттағы шектеулерді жеңілдетуге шақырды [2].

Қытай: 2020 жылғы ақпанда Қытайға ұшатын және шығатын халықаралық рейстердің шамамен үштен екісі тоқтатылды. Жапония мен Қытай арасындағы рейстер 60 пайызға, ал АҚШ пен Қытайдағы рейстер 86 пайызға төмендеді. Сол сияқты, Қытайдың ішкі рейстерінің үштен екісі тоқтатылды, тәулігіне шамамен 10 000 рейс, ал қалған рейстерге билеттердің бағасы төмендеді. Жолаушылар тасымалы 25 қаңтардан 14 ақпанға дейін 75 пайызға төмен болды [3] (сурет 1).



Ескертпе – автормен жасалған

Сурет 1. Қаржылық қолдаудағы әсер ететін формалар

Дағдарысқа жауап ретінде әуекомпаниялар жедел экономикалық жағдайдың салдарын жеңілдету және қаржылық және операциялық тиімділікті сақтау бойынша шаралар қабылдады. Алайда, кірістердің күрт төмендеуі көбінесе сала қабылдаған шығындарды қысқарту жөніндегі ең қатаң шаралардың шеңберінен тыс қалды. Күтілгеннен үлкен және ұзақ қаржылық шектеулер авиациялық бизнеске нақты қауіп төндірді және көптеген жұмыс орындарына қауіп төндіріп, банкроттық пен төлем қабілетсіздігі қауіпін тудырды.

Көптеген мемлекеттер өздерінің ұлттық экономикаларындағы авиация саласының маңыздылығы мен стратегиялық сипаттын, сондай-ақ оның негізгі экономикалық қызмет үшін жағдай жасаудағы рөлін мойындайды. Авиация саласын тұрақтандыру қажеттілігін ескере отырып ұлттық экономиканы ынталандыру және жұмыспен қамтамасыз етуде өзінің сындарлы рөлін жалғастыру үшін, сектор мемлекеттік қолдаудың әртүрлі түрлеріне ие болды (қаржылық, реттеуші немесе екеуінің жиынтығы).

Жалпы, қаржылық қолдау бюджетке және қарызға әртүрлі әсер ететін келесі формаларда жүзеге асырылады (сурет 1):

- гранттар түріндегі капитал салымы;
- жарғылық капиталға мемлекеттің үлестік қатысуы;
- мемлекеттік несиелер және несиелік кепілдіктер;
- қайта құрылымдауды қаржыландыру;
- нақты бағыттарға арналған субсидиялар;
- жалақы кепілдіктері;
- салық ауыртпалығын жалпы төмендету
- авиацияға байланысты салықтардың, алымдар мен баждардың төмендеуі;
- қаржылық қолдау шараларының кешенді пакеті.

Қорытындылай келе, Үкіметтің қаржылық мүмкіндігіне байланысты денсаулық дағдарысы мен саяхаттағы шектеулерді жеңілдетуден ерте қалпына келтіру үшін елдің авиациясы мен экономикасын дұрыс жолға қою үшін одан әрі қаржылық қолдау қажет болуы мүмкін. Қолдаудың мақсаттары мен тәсілдері әр мемлекетте әр түрлі болғандықтан, жекелеген мемлекеттердің қолдау мөлшері мен көлемі болашақта әлемдік азаматтық авиация жүйесіне айтарлықтай әсер етеді. Covid-19, сөзсіз, авиация саласын өлтірмейді, бірақ толып кету дәрежесін айтарлықтай төмендетеді!

Пайдалынған әдебиеттер тізімі:

1. Economic Impacts of COVID-19 on Civil Aviation[Электронды қор],- Кіру тәртібі: <https://www.icao.int/>
2. Air Canada Posts Loses of 1.75 Billion, Urges Easing of Travel Restrictions [Электронды қор],-Кіру тәртібі: <https://www.forbes.com/>
3. Two- thirds of international flights from China canceled amid coronavirus outbreak[Электронды қор],- Кіру тәртібі: <https://qz.com/>
4. Эпидемия в воздухе. Как коронавирус ударит по авиаиндустрии[Электронды қор] ,- Кіру тәртібі: <https://carnegie.ru/>

УДК 338.48

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КОМПЛЕКСА ПРОДВИЖЕНИЯ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРИСТСКИХ КОМПАНИЙ

Хамзина Жанара Ғазизқызы
zhako-1999@mail.ru

Студент кафедры Туризма ЕНУ им. Л.Н.Гумилева, Нур-Султан, Казахстан
Научный руководитель – К. Мусина

Прошлый год был очень сложным для индустрии туризма из-за пандемии COVID-19. Туризм - один из наиболее пострадавших секторов с самолетами на земле, закрытыми отелями и ограничениями на поездки, введенными практически во всех странах мира [1]. Вот почему очень важно оставаться на плаву в этот период, а комплекс продвижения - успешный способ сохранить узнаваемость в период после пандемии. Это своего рода вызов туристской отрасли и в этой статье комплекс продвижения рассматривается как способ преодоления трудностей в туристских компаниях.

Основная цель комплекса продвижения - стимулировать целевую аудиторию. Туристским компаниям рекомендуется использовать комплекс промоушна для создания узнаваемого и заслуживающего доверия имиджа и эффективных продаж тур пакетов. Изучение текущей ситуации с комплексом продвижения в туристских компаниях позволяет нам понять уровень продвижения и тенденции в области маркетинга для туристической индустрии. Более того, отсутствуют исследования по определению проблем продвижения деятельности