



ХҒТАР 06.71.57

<https://doi.org/10.32523/2789-4320-2025-3-383-396>

Мақала түрі: ғылыми мақала

Қазақстанның туристік индустриясын цифрлық трансформациялаудың экономикалық аспектілері

А.С. Омарова^{*1}, З.Н. Борбасова², С.Н. Улаков³

^{1,2,3}Қазтұтынуодағы Қарағанды университеті, Қарағанды, Қазақстан

(E-mail: ¹aiganym128@mail.ru, ²borbasova@mail.ru, ³s_ulakov@mail.ru)

Аңдатпа. Туризм – бұл әлемдік экономиканың маңызды, жоғары рентабельді және қарқынды дамып келе жатқан саласы. Туризмнің тиімді өсуі экономиканың маңызды салаларына, соның ішінде көлік және коммуникация, сауда, құрылыс, ауыл шаруашылығы және тұтыну тауарларын өндіруге айтарлықтай әсер етеді. Сондықтан дамыған туристік секторды құру Қазақстан Республикасының экономикасын құрылымдық қайта құрудың негізгі стратегиясы ретінде өте маңызды.

Мақалада туризм саласындағы цифрлық технологиялардың ықпалымен болған өзгерістер талданады. Мобильді қосымшалар, онлайн брондау жүйелері, QR-кодтар, виртуалды турлар мен цифрлық навигацияны қолдану үрдістері қарастырылады. Тұтынушы мінез-құлқының өзгеруі және дәстүрлі сатылым арналарынан цифрлық платформаларға көшу үрдісі сипатталады. Қазақстандағы туристерді орналастыру, қонақүй кірістері және онлайн сатылымдардың динамикасы бойынша статистикалық деректер келтірілген. Онлайн бедел, пікірлердің туристік шешім қабылдауға әсері, жекелендірілген және қауіпсіз қызмет көрсету тәжірибесі зерттелген. Цифрлық өзара әрекеттесудің ерекшеліктері мен тиімділігі көрсетілген. Туризм саласын цифрландыруға бағытталған мемлекеттік бағдарламалар мен ақпараттық платформалардың маңызы аталып өтеді. Мақалада цифрлық орта туризмнің бәсекеге қабілеттілігін арттырудың және тұрақты дамуының маңызды факторы ретінде қарастырылады. Қызмет көрсету сапасын арттырып, ішкі және келу туризмін дамыту үшін инновациялық шешімдерді кеңінен қолдану қажеттігі қорытындыланды.

Түйін сөздер: туризм индустриясы, жасанды интеллект, инфрақұрылым, цифрлық экономика, цифрлық технологиялар.

Received 18.02.2025. Revised 29.07.2025. Accepted 21.08.2025. Available online 30.09.2025

Кіріспе

Қазіргі жылдам өзгеріп жатқан ортада технологияның туризм индустриясына ықпалы ерекше маңызға ие. Цифрландырудың кең таралуы дәстүрлі туристік агенттіктердің азаюына, ал онлайн агенттіктердің (ОТА) санының артуына әкеліп отыр. Бұл өзгерістер туризм саласындағы экономикалық қатынастарды түрлендіріп қана қоймай, компаниялардың технологиялық жетістіктерге бейімделу қажеттілігін айқындай түсуде. Мобильді қосымшалар, веб-сайттар және әлеуметтік желілердің дамуымен қатар, туристердің қызметтермен әрекеттесу тәсілдері мен саяхат туралы шешім қабылдау үдерістері де елеулі түрде өзгерді. Осыған байланысты туризм кәсіпорындары үшін ақпараттық технологияларды (ІТ) белсенді енгізу – қызмет сапасын арттыру мен тұтынушы сұраныстарына икемді жауап беру үшін аса маңызды. Бұл әсіресе ІТ интеграциясы баяу жүріп жатқан елдерде өзекті.

Соңғы жылдары цифрлық технологиялар экономиканың барлық салаларына, соның ішінде туризмге де терең әсер етуде. Жаһандық цифрландыру жағдайында туристік сала тек тұтынушылармен өзара әрекеттесудің жаңа тәсілдерін меңгеріп қана қоймай, сонымен қатар басқару, қызмет көрсету және маркетинг жүйелерін жаңаша қарастыруды талап етеді. Цифрлық экономика мен инновациялық қызмет көрсетуге қатысты ғылыми зерттеулер жеткілікті болғанымен, дамушы мемлекеттердегі, атап айтқанда Қазақстандағы туризм индустриясының кешенді цифрлық түрленуі әлі де толық зерттелмеген. Бұл мәселе терең ғылыми және практикалық талдауды қажет етеді.

Зерттеу нысаны – Қазақстан Республикасының туризм индустриясы, ал зерттеу пәні – осы саладағы цифрландыру үдерістері. Зерттеудің мақсаты – туризм саласына цифрлық технологияларды енгізудің экономикалық салдарын анықтау және қолданыстағы құралдардың тиімділігін бағалау. Осы мақсатқа жету үшін келесі міндеттер қойылды: еліміздегі туризм саласының цифрлану деңгейін талдау, негізгі үрдістер мен кедергілерді анықтау, онлайн ортадағы тұтынушы мінез-құлқы мен қаржылық көрсеткіштерге әсерін бағалау.

Зерттеудің әдіснамалық негізін салыстырмалы, мазмұндық, статистикалық және аналитикалық талдау әдістері құрайды. Олар ресми статистикалық деректерге, бағдарламалық құжаттарға және халықаралық тәжірибеге сүйенеді. Зерттеу тәсілі цифрлық процестерді тұрақты дамудың факторы ретінде жүйелі және пәнаралық көзқарас негізінде қарастырады. Зерттеу гипотезасы – цифрлық технологияларды белсенді енгізу Қазақстандағы туризм саласының бәсекеге қабілеттілігін арттырып, оның тұрақты экономикалық дамуына ықпал етеді деген тұжырымға негізделеді. Зерттеудің теориялық және практикалық маңыздылығы алынған нәтижелерді мемлекеттік стратегияларды әзірлеуде, сондай-ақ туристік компаниялардың цифрлық трансформациясын жүргізуде қолдануға болатындығымен айқындалады.

Әдеби шолу

Цифрландыру үдерісі қазіргі таңда экономиканың барлық секторларына кеңінен таралып, туризм саласына да елеулі ықпалын тигізуде. Туризм индустриясындағы

цифрлық трансформация тек бизнес-процестердің икемділігін арттырумен шектелмей, сонымен қатар оны қазіргі заман талаптарына сай бәсекеге қабілетті етуге бағытталған. Қонақжайлылық саласына цифрлық технологияларды енгізу тұтынушыларға сапалы қызмет көрсету арқылы жоғары қанағаттану деңгейіне қол жеткізуге мүмкіндік береді, ал туристік кәсіпорындар үшін бұл табыстылықты арттырудың тиімді құралы болып табылады. Қазіргі кезеңде әлемдік туристік индустрияның дамуына әсер етуші негізгі үрдістердің бірі – интернет-технологиялардың кеңінен қолданылуы. Басқаша айтқанда, туризм саласының даму траекториясы толықтай цифрлық парадигма аясында қалыптасып отыр. Осыған байланысты, туризмнің түрлі тарихи кезеңдеріндегі тиімді даму факторларын цифрлық экономика тұрғысынан талдау – қазіргі ғылыми зерттеулер үшін өзекті мәселелердің бірі болып отыр. Бұл бағыттағы теориялық және практикалық зерттеулер туризмді тұрақты дамытудың жаңа модельдерін әзірлеуге негіз бола алады.

Соңғы жылдары туризм саласының цифрлық трансформациясы және оның ұлттық экономикаларға әсері отандық және шетелдік зерттеушілердің назарын аударуда. Айсина Р.А. [1] Қазақстандағы туризмді цифрландыру жағдайында дамыту перспективаларын қарастырып, мемлекеттің рөлін ерекше атап өтеді. Автор туризм индустриясын жетілдіруде заманауи технологиялардың маңыздылығын көрсетеді.

Осы тақырыпты жалғастыра отырып, Utegenova A. және әріптестері [2] Қазақстандағы туризмнің цифрлық трансформациясының мүмкіндіктері мен қауіп-қатерлерін талдап, саладағы негізгі трендтерді сипаттайды. Олар цифрландырудың тиімділігімен қатар, қауіпсіздік пен инфрақұрылым мәселелеріне де назар аударады.

Калиасқарова А.А. мен Турсынғалиева Л.А. [3] өз еңбегінде туризм саласындағы мемлекеттік басқару тетіктерін зерделеп, нормативтік-құқықтық база мен реттеу мәселелеріне көңіл бөледі. Зерттеу нәтижесінде тиімді мемлекеттік саясаттың саланы тұрақты дамытудағы маңыздылығы дәлелденеді.

Дүниежүзілік Туризм Ұйымының (UNWTO) 2023 жылғы есебінде [4] әлемдік туризм нарығындағы соңғы үрдістер мен экономикалық көрсеткіштер талданған. Онда пандемиядан кейінгі қалпына келу қарқыны мен халықаралық туристік ағындардың қайта жандануы баяндалады.

Кусаинов А.А. пен Тургунов А.Б. [5] туризмді цифрландырудағы негізгі мәселелер мен мүмкіндіктерді ашып көрсетіп, цифрлық қызмет түрлерінің дамуына кедергі келтіретін факторларды анықтайды. Зерттеу нәтижесінде инновациялық шешімдер мен ІТ-жобалар ұсынылады.

WTTC-тің 2023 жылғы экономикалық шолуында [6] әлемдік және ұлттық деңгейдегі туризмнің ЖІӨ-ге, жұмыспен қамтуға және инвестицияларға қосқан үлесі сараланған. Қазақстан бойынша деректер де келтірілген, бұл ұлттық туризм саясатын дәлелді жоспарлауға мүмкіндік береді.

Бакаева Ж.А. [7] туризмдегі басқару процесіне цифрлық технологиялардың әсерін зерттей отырып, сандық платформалар мен мобильдік қосымшалардың тұтынушылармен өзара әрекеттесу сапасын арттыратынын көрсетеді.

Халықаралық зерттеушілер – Lee S. және әріптестері [8] қонақүй бизнесіндегі Big Data технологияларының тиімділігіне тоқталып, олардың табыс пен бәсекеге қабілеттілікке әсерін эконометриялық әдістермен негіздейді.

Нұрғалиева Д.Ж. [9] ішкі туризмнің даму үрдістерін сипаттап, мемлекеттік бағдарламалардың тиімділігіне баға береді. Ол сондай-ақ, аймақтық туристік әлеуетті пайдаланудың өзекті мәселелерін де атап өтеді.

Abikenov A. және Kairatkyzy A. [10] Орталық Азия, соның ішінде Қазақстандағы Smart Tourism концепциясының дамуын талдайды. Авторлар ақылды технологиялардың туристік тәжірибені дараландыру мен қызмет көрсету сапасын арттырудағы рөлін көрсетеді.

Цифрландыру және инфрақұрылымның қолжетімділігі экономикалық қызметке қатысушылардың толық өзара іс-қимылын қамтамасыз етеді. Цифрлық экономиканың айрықша белгілеріне дербестендірілген қызмет көрсету үлгілерінің болуы, сондай-ақ тұтынуды ортақ пайдалану мен қызметтермен алмасудың дамыған экономикасы жатады (The Digital Future of the Tourism).

Цифрландыру процестері әсіресе қызмет көрсету саласы үшін өзекті. Сауда және көлік компанияларына, туризм және қонақжайлылық индустриясының кәсіпорындарына, қоғамдық тамақтану орындарына өздерінің мақсатты аудиториясы мен қолжетімділігін кеңейтуге, қызмет көрсету сапасын жақсартуға және жаһандық цифрлық экономикада бұл компаниялар жылдам қарқынмен дамуына мүмкіндік берілді. Оның арсеналында сандық платформалардың көп саны мен сапасы бар.

Зерттеу 2019 жылы Халықаралық деректер корпорациясы (International Data Corporation, 2019) 2,1 триллион АҚШ долларын құрайтын жаһандық цифрлық түрлендіру шығындарының жыл сайынғы 16,8%-ға артқанын көрсетеді.

Boston Consulting Group 2035 жылға қарай цифрлық экономика 16 триллион долларға жетеді деп есептейді. Цифрландырудың маңызды бөлігі тұтыну секторында (қызметтер, онлайн сауда, офлайн сатып алулар және онлайн іздеу) - 63 миллиард АҚШ доллары, онда Интернет заттары үлкен рөл атқарады. Бұл сегменттің дамуын цифрлық трансформацияның жаһандық үрдістерінен тыс қарастыруға болмайды. 2030 жылға қарай заттар интернетінің жаһандық экономикаға жылдық үлесі 4 және 11 триллион АҚШ долларын құрауы мүмкін.

Қазақстан жалпы цифрландыру аясында туризм секторын цифрландыру бойынша жұмысты бастады. «Цифрлық Қазақстан» мемлекеттік бағдарламасы 2017 жылғы желтоқсанда Қазақстан Республикасы Үкіметінің № 827 қаулысының қабылдануымен басталды. Бұл цифрлық технологиялар арқылы еліміздің әрбір азаматының өмір сүру деңгейін арттыруға бағытталған маңызды кешенді бағдарлама. Бағдарламаның негізгі міндеттері Республиканың экономикалық даму қарқынын жеделдету болып табылады Қазақстан және оның азаматтарының өмір сүру сапасын жақсарту, сондай-ақ экономиканың цифрлық экономиканың жаңа жолына өтуін жеңілдететін қолайлы жағдайлар жасау. Қазақстан Республикасындағы туризм мен қонақжайлылықты цифрландыруды және осы салада «Индустрия 4.0» тұжырымдамасын енгізіп жатқан елдердің тәжірибесіне көңіл бөлу.

Зерттеу әдістері

Мақаланың теориялық және әдістемелік негіздері туризмді дамыту саласындағы көрнекті отандық және шетелдік зерттеушілердің зерттеулеріне негізделген. Әлемдегі

туризм индустриясының қазіргі жағдайы, Қазақстан Республикасындағы даму, туризм секторын цифрландырудың заманауи үрдістері, «Цифрлық Қазақстан» мемлекеттік бағдарламасы», 2018-2022 жж. ҚР Ұлттық статистика бюросының есебі пайдаланылды. Зерттеу барысында сандық та, сапалық та әдістер қолданылды, атап айтқанда: салыстырмалы және динамикалық талдау, статистикалық талдау, мазмұнды талдау.

Халықаралық туристік басылымдарда жарияланған мақалалар Қазақстанның туристік әлеуетін жалпы жағымды сипатта бейнелейді. Бұл материалдар елдің өзіндік мәдени-тарихи ерекшеліктерін, табиғи әртүрлілігін және туристік тәжірибесін таныстыра отырып, шетелдік оқырмандардың қызығушылығын арттыруға бағытталған. Қазақстан саяхаттауға қолайлы, қонақжай халқы бар, бірегей мәдени мұрасы мен көркем табиғаты үйлескен мемлекет ретінде сипатталады. Сонымен қатар, аталған мақалалар ел аумағында саяхаттаудың қауіпсіздігі мен инфрақұрылымдық жайлылығына ерекше назар аударады.

Қазіргі таңда Trip Advisor, Booking.com және Expedia сынды онлайн шолу платформалары туристік тұтынушылардың шешім қабылдау процесінде маңызды рөл атқарып отыр. Journal of Hospitality Marketing & Management ғылыми басылымында жарияланған зерттеулерге сәйкес, туристердің 90%-дан астамы брондау жасамас бұрын онлайн пікірлермен танысады. Орта есеппен алғанда, әлеуетті тұтынушы түпкілікті шешім қабылдағанға дейін бірнеше ондаған шолуды оқып шығады.

Атап айтқанда, қонақ үй индустриясында онлайн шолулардың беделдік және экономикалық көрсеткіштерге әсері айқын көрінеді. Мысалы, Trip Advisor платформасындағы тұтынушылық пікірлер қонақ үйдің нарықтағы көріну деңгейіне, нөмірлердің брондалу көлеміне және жалпы табыстылығына ықпал етуі мүмкін. Позитивті шолулар брондау белсенділігін арттырса, жағымсыз пікірлер кері әсер етуі ықтимал. Journal of Hospitality Marketing & Management журналында келтірілген деректерге сәйкес, Trip Advisor сайтында қонақ үйдің орташа рейтингінің бір балға артуы бөлме бағасының шамамен 9%-ға және толтырым деңгейінің 26%-ға өсуіне ықпал етеді [1].

Төмендегі кестеде бүкіл әлем бойынша саяхаттау және демалу үшін ең танымал веб-сайттарда тіркелген, ең көп баратын қалалардың кіші топтары бар Қазақстандағы орналастыру объектілерінің саны көрсетілген.

Кесте 1. TripAdvisor, Booking.com және Expedia сайттарына тіркелген қонақ үйлер саны

Аймақтар	Қонақ үйлер саны		
	TripAdvisor	Booking.com	Expedia
Қазақстан	591	350	140
Астана	118	66	39
Алматы	152	94	46
Атырау	33	22	10
Шымкент	33	21	12

Ескерту: [1] негізінде авторлар құрастырған

Сонымен қатар, интернеттегі шолулардың да объективтілігін әрдайым қамтамасыз ету мүмкін еместігін ескеру қажет. Онлайн платформаларда пікірлер жалған ақпаратпен, әдейі бұрмаланған бағалаулармен немесе манипулятивтік тәсілдермен толықтырылуы ықтимал. Осыған байланысты, қонақ үй бизнесі өкілдерінің интернеттегі беделін белсенді түрде басқаруы аса маңызды. Бұл — тұтынушы пікірлерін үнемі бақылап отыру, оларға уақтылы жауап беру, қонақтарды пікір қалдыруға ынталандыру және негізсіз теріс пікірлердің алдын алу сияқты кешенді шаралар арқылы жүзеге асырылады.

Онлайн шолу платформаларының тұтынушылардың шешім қабылдауына әсерін әртүрлі теориялық тәсілдер арқылы түсіндіруге болады. Солардың бірі — қабылданатын тәуекел теориясы, бұл тұжырым тұтынушылардың белгілі бір өнімге немесе қызметке қатысты белгісіздік деңгейін төмендету мақсатында ақпарат іздеуге ұмтылатынын негіздейді. Осы тұрғыдан алғанда, онлайн шолулар өзге тұтынушылардың тәжірибесіне негізделген мәліметтерді ұсыну арқылы тұтынушының болжамды тәуекелін азайтуға септігін тигізеді. Қабылданатын тәуекел — тұтынушылық мінез-құлық пен шешім қабылдау процесіндегі негізгі айқындаушы факторлардың бірі болып саналады.

Тағы бір маңызды әдіснамалық негіз — әлеуметтік ықпал ету теориясы. Бұл тұжырымдамаға сәйкес, тұтынушылардың мінез-құлқы мен шешімдері басқалардың көзқарасы мен әрекеттеріне тәуелді. Онлайн шолу платформалары сараптамалық пікірлер мен рейтингтерді қолжетімді ету арқылы әлеуетті тұтынушыларға әлеуметтік әсер ету арнасын қалыптастырады. Литвин және әріптестерінің зерттеуінде әлеуметтік ықпалдың тұтынушылық шешім қабылдауға айтарлықтай әсер ететіні дәлелденген.

Сонымен қатар, күту-растау теориясы (expectation-confirmation theory) да тұтынушылардың қанағаттану деңгейін түсіндіруде маңызды рөл атқарады. Бұл теорияға сәйкес, тұтынушының қанағаттануы – бастапқы күтулер мен нақты алынған тәжірибе арасындағы салыстыру нәтижесі. Онлайн шолу платформалары өзге тұтынушылардың тәжірибесі туралы мәліметтер ұсыну арқылы осы күту процесіне әсер етеді: оң пікірлер бастапқы үмітті ақтап, жоғары қанағаттану деңгейін қамтамасыз етсе, теріс пікірлер керісінше әсер етуі мүмкін.

Онлайн шолулардың қонақ үйлердің жұмыс көрсеткіштеріне де әсері орасан зор. Сян және әріптестерінің жүргізген зерттеуі көрсеткендей, тұтынушылардың 90%-дан астамы брондау туралы шешім қабылдас бұрын онлайн шолулармен танысады. Аталған зерттеу шолулардың қонақ үй қызметінің тиімділігіне тікелей ықпал ететінін дәлелдеді.

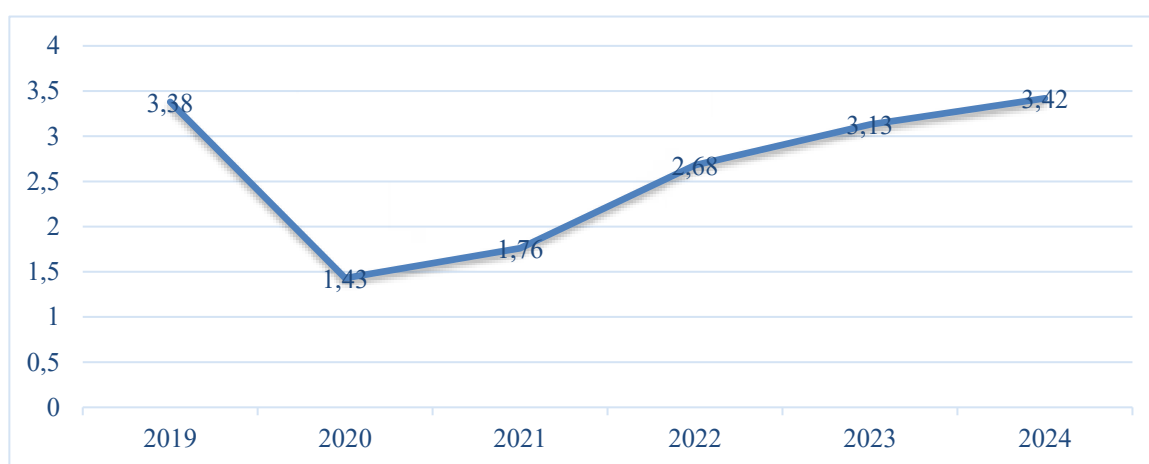
Бұдан бөлек, интернеттегі шолу платформалары қонақ үйлер үшін бәсекелік артықшылық көзіне айналуы мүмкін. Vermeulen мен Seegers-тің зерттеу нәтижелері бойынша, шолу бағасы жоғары қонақ үйлер бөлмелерді толтыру коэффициенті және нөмірлік табыс (RevPAR) көрсеткіштері бойынша бәсекелестерінен озық көрсеткіштерге қол жеткізеді.

Нәтижелер мен талқылау

Қазақстан жыл сайын айтарлықтай туристік ағынды қабылдай отырып, өзінің бай табиғи ландшафттары мен мәдени әртүрлілігін паш етеді. Елдің қонақжайлылық индустриясын талдау туристік нысандардың технологиялық даму деңгейін және

тұтынушылардың артықшылықтарын зерделеуге мүмкіндік береді. Бұл бөлімде келтірілген талдау орналастыру орындарының санына, келушілер динамикасына және кірістердің өзгерісіне ерекше назар аудара отырып, нақты статистикалық деректерге негізделген.

2020 жылы COVID-19 пандемиясының салдарынан қонақ үй қызметтерін пайдаланушылар саны күрт төмендеп, 1,43 миллион адамға дейін қысқарды. Алайда, кейінгі жылдары біртіндеп қалпына келу үдерісі байқалды: 2021 жылы бұл көрсеткіш 1,76 миллион адамдықұрады. Бұл өсім карантиндік шектеулердің жеңілдеуі мен тұтынушылар сенімінің артуымен түсіндіріледі. Қалпына келу динамикасы 2022 жылы да жалғасын тапты — келушілер саны 2,68 миллион адамға жетті. 2023 жылы бұл көрсеткіш одан әрі өсіп, 3,13 миллион адамға дейін жетті (1-сурет), бұл туристік саладағы тұрақты оң өзгерістерді айғақтайды.



Сурет 1 2019-2024 жылдар аралығында Қазақстандағы қонақ үйлерге келушілер саны (млн. адам)

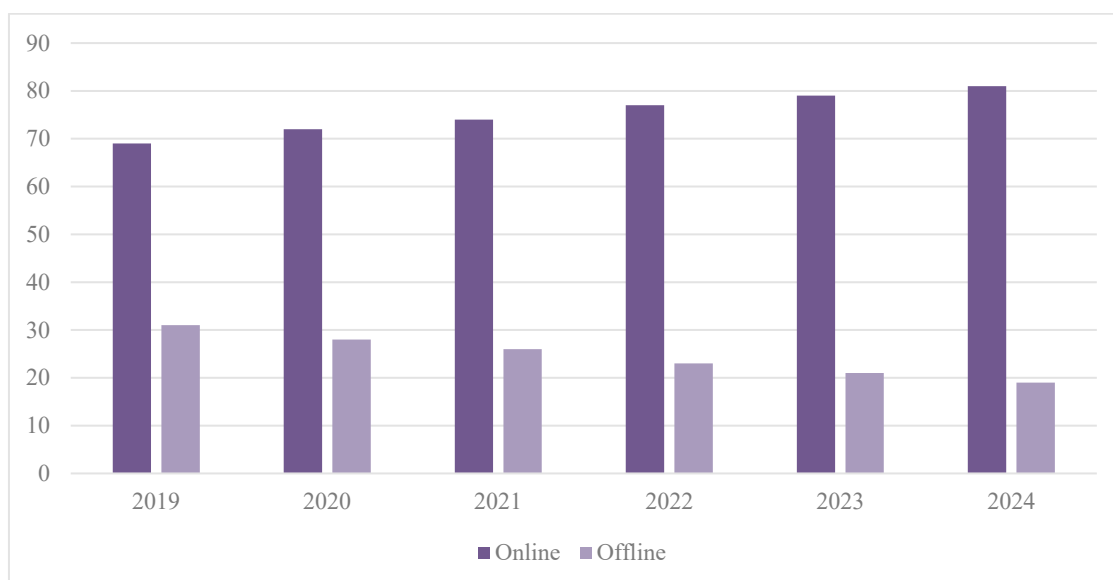
Ескерту: [11] негізінде авторлар құрастырған

2024 жылғы жағдай бойынша республика аумағында жалпы 83 883 бөлмесі бар 3 914 туристік орналастыру нысаны жұмыс істейді. Орналастыру орындарының саны бойынша өңірлер арасында Ақмола облысы алдыңғы орында тұр. Одан кейінгі орындарды Абай және Шығыс Қазақстан облыстары бөлісуде. Орналастыру объектілерінің типологиясы әртүрлі тұру форматтарын қамтиды: мейрамханасы бар және мейрамханасыз қонақ үйлер, демалыс базалары, пансионаттар, балалар лагерьлері, ауылдық үйлер, коттеждер, пәтерлер, туристік орталықтар, кемпингтер және жатақханалар. Мұндай алуан түрлілік әртүрлі тұтынушылық қажеттіліктерді қанағаттандыруға мүмкіндік береді – элиталық сервисті қалайтын туристерден бастап, табиғи және ауылдық ортада демалуды жөн көретіндерге дейін. Қазіргі таңда Қазақстанда «5 жұлдыз» санатындағы 26, «4 жұлдыз» санатындағы 58 және «3 жұлдыз» санатындағы 47 қонақ үй тіркелген [11].

2023 жылдың бірінші жартыжылдығында орналастыру объектілері көрсеткен қызметтердің жиынтық көлемі 98,7 млрд теңгені құрады. Бұл кезеңде бір келуші орта есеппен 27,4 мың теңге жұмсаған. Ақмола облысы бір туристен түсетін кіріс көлемі

бойынша көш бастап тұр – 38,8 мың теңге, бұл көрсеткіш Алматы қаласының деңгейінен (35,2 мың теңге) де жоғары. Өзге өңірлерде бұл көрсеткіштер едәуір төмен.

2-суретте 2019-2023 жылдар аралығында Қазақстандағы қонақүйлерде қолданылатын онлайн және офлайн сату арналарының салыстырмалы көрсеткіштері ұсынылған. Бұл деректер онлайн арналар үлесінің жыл сайын тұрақты өсіп отырғанын, ал офлайн сату арналарының үлесі керісінше азайып келе жатқанын айқын көрсетеді. 2019 жылы онлайн сатылымдар қонақүйлердің жалпы сатылымының 69%-ын құраса, офлайн арналарының үлесі 31% деңгейінде болған. Мұндай құрылымдық өзгеріс электрондық коммерция платформаларына деген тәуелділіктің артып келе жатқанын білдіреді, әсіресе COVID-19 пандемиясы кезеңінде, қашықтықтан қызмет көрсетуге көшу мен әлеуметтік оқшаулау талаптары онлайн төлем жүйелерін жедел енгізуге итермеледі. 2024 жылы онлайн сату арналарының үлесі ең жоғары деңгейге жетіп, жалпы сатылым құрылымында 81%-ды құрады, ал офлайн арналар 19%-ға дейін қысқарды. Бұл үрдіс цифрлық платформалар арқылы қызмет алуға тұтынушылардың қызығушылығының үздіксіз артып келе жатқанын көрсетеді.



Сурет 2 2019-2024 жылдар аралығында Қазақстандағы онлайн және офлайн сату көрсеткіштері

Ескерту: [11] негізінде авторлар құрастырған

Қазақстандағы қонақ үй индустриясында офлайн сатылымнан онлайн арналарға көшу үрдісі бірнеше маңызды факторлардың ықпалында қалыптасып отыр. Смартфондардың кеңінен таралуы мен интернеттің қолжетімділігінің артуы саяхатшылардың қонақ үй нұсқаларын зерттеп, салыстырып және брондау үшін интернет-платформаларға жүгінуіне ықпал етті. Әсіресе, 2020 жылы басталған COVID-19 пандемиясы бұл үдерісті жеделдетті: карантин шаралары мен денсаулыққа қатысты қауіптер адамдарды байланыссыз брондау және төлем тәсілдерін қолдануға итермеледі, соның нәтижесінде онлайн тапсырыстар айтарлықтай артты.

Қонақ үйлер бұл өзгерістерге жауап ретінде өздерінің онлайн платформалардағы белсенділігін күшейтіп, мобильді құрылғыларға бейімделген веб-сайттарды дамытты, сондай-ақ туристік онлайн агенттіктермен серіктестік орнату арқылы тұтынушылар аясын кеңейтуге тырысты.

Соған қарамастан, офлайн сатылым арналары да белгілі бір жағдайларда маңыздылығын жоғалтқан жоқ. Кейбір туристер, әсіресе ерекше сұраныстары барлары, туроператорлар немесе қонақ үй өкілдерімен тікелей байланыс орнатуды жөн көреді.

Онлайн сату арналарының дамуы жалғаса беретіндіктен, қонақ үйлер цифрлық кеңістікте тұтынушының өзгермелі сұранысына сай бейімделу стратегияларын жетілдіруі қажет.

Туризм тек экономикалық ғана емес, әлеуметтік-мәдени және экологиялық аспектілерге де әсер етеді, бұл өз кезегінде туристік ағымдарға ықпалын тигізеді. Google зерттеуі нәтижесінде дүниежүзілік туристердің 65%-ы демалыс орнын таңдағанда онлайн ақпарат көздеріне сүйенетіні анықталған. Цифрлық технологиялар Қазақстанның туристік саласының ажырамас бөлігіне айналуға қазіргі таңда виртуалды 3D турлар арқылы еліміздің әйгілі туристік орындарын тамашалау, сәулет нысандарымен және тарихи-мәдени мұралармен танысу мүмкіндігі бар. Мәселен, «kazakhstan.travel» ұлттық порталында «Altyn Orda», «Tourstat.kz» және «E-qonaq» секілді цифрлық сервистер қолжетімді. Тағы бір мысал – 2022 жылдың тамыз айында Бейжің қаласында өткен «Жібек жолы голограммасы: Қазақстанға цифрлық туризм – технологиялар мүмкіндіктерді кеңейтеді» атты көрме. Онда толықтырылған және виртуалды шындық, кеңістікті модельдеу сынды заманауи технологиялар қолданылды. Бір ай бойы қытайлық көрермендер еліміздің тарихи және мәдени нысандарын цифрлы форматта тамашалап, виртуалды саяхат жасай алды. Бұл жоба көрмеге келгендердің Қазақстанға саяхаттауға деген қызығушылығын оятып, цифрлық мүмкіндіктердің туризм саласына ықпалын көрсетті.

Цифрлық туризм саласында кеңінен таралып келе жатқан және қолдануға ыңғайлы инновациялардың бірі – QR кодтарды күнделікті тәжірибеде пайдалану. QR код (ағылш. Quick Response – «жылдам жауап») – ақпаратты жедел түрде алу үшін планшет немесе смартфон камерасы арқылы сканерлеуге болатын екі өлшемді матрицалық код болып табылады. Бұл технологияны түрлі қызмет көрсету салаларына енгізу – көлік жүйелері, қоғамдық тамақтану орындары, қонақ үй бизнесі, сондай-ақ туристік нысандар туралы ақпаратты ұсыну сияқты бағыттарда тиімді шешім ретінде танылып отыр.

Тарихи-мәдени мұра объектілеріне QR кодпен жабдықталған ақпараттық тақталарды орнату туристерге сол нысан туралы толыққанды деректер алуға мүмкіндік береді. Бұл ақпараттар көптілді форматта, мәтіндік, визуалды немесе аудиожазба түрінде ұсынылуы мүмкін. Көптеген демалыс аймақтары бүгінде геолокациясы көрсетілген цифрлық карталарға енгізіліп, экскурсиялық маршруттардың маңызды элементіне айналып отыр. Осы арқылы туризм индустриясында жаңа ақпараттық-навигациялық жүйе қалыптасуда. Бұрын кең қолданылған буклеттер, қағаз түріндегі карталар мен бағыт көрсеткіштер қазіргі уақытта өзектілігін жоғалта бастаған.

QR кодтардың артықшылықтарының бірі – ақпарат көлемінің шексіз болуы және қосымша мәліметтерге қолжетімділікті қамтамасыз етуі. Мысалы, картадан туристік объектілерді іздеу, маршруттар құрастыру, ауа райы туралы ақпарат алу, сондай-ақ туристік ресурстарға сілтемелер сияқты қосымша мүмкіндіктерді қамтиды. Бұл бастамалар жастардың тарихи-мәдени мұраға деген қызығушылығын арттыруда маңызды рөл атқаруда.

Қазіргі таңда арнайы жасақталған ақпараттық порталдар мен интерактивті карталар арқылы туристік ақпаратты ұсыну кеңінен дамып келеді. Мұндай платформаларда нысан туралы нақты мәліметтер ұсынылғанымен, брондау, тамақтану секілді басқа қызмет түрлері қамтылмайтын жаңа формат қалыптасқан. Гаджеттер мен интернет технологияларды біріктіру нәтижесінде саяхатшылар өз құрылғылары арқылы қажетті ақпаратқа жедел қол жеткізу мүмкіндігіне ие болды.

Сонымен қатар, мобильді құрылғыларды қолдану арқылы туристік қызметтерге деген сұраныс та артып отыр. 2016 жылмен салыстырғанда 2019 жылы смартфон арқылы көлік қызметтерін іздеген пайдаланушылар саны 62%-ға, ал турларды іздегендер саны 65%-ға өсті. Жалпы мобильді құрылғылар арқылы жасалатын сұраныстардың үлесі 40%-ды құрады. Бұл құрылғылар арқылы іздеу жүргізген саяхатшылардың шамамен жартысы сол арқылы қызметке тапсырыс берген. Осы тенденцияны толыққанды пайдалану үшін пайдаланушыларға іздеу және төлем жасау үдерістерін жеңілдететін қолайлы мобильді сервистерді ұсыну өзекті болып отыр.

Жалпы алғанда, туристік ақпараттық-навигациялық жүйелерді қолдану олардың сапалы құрылуына, мобильді қосымшаларды әзірлеу мүмкіндігіне және өзге жүйелермен тиімді интеграциялануына тікелей байланысты. Сондықтан да интернет кеңістігіндегі тиісті порталдар мен сайттарға деген сұраныс арта түсті.

Қазақстанда цифрлық туризмнің кеңінен таралуы ақпараттық технологиялардың дамуы мен Web-сайттардың әртүрлі туристік орындарда белсенді қолданылуымен тығыз байланысты. Қонақ үйлер өз сайттарында ұсынылатын қызметтер, бағалар мен орналастыру шарттары туралы толық ақпаратты орналастырады. Потенциалды туристер үшін интернет саяхат бағыттарын, көрікті жерлерді және тұру орындарын алдынала зерттеуге қолайлы құралға айналды. Уақыт өте келе саяхатшылар электрондық виза мен электрондық билеттер сияқты цифрлық жаңалықтарды белсенді пайдалана бастады. Бұл үрдістер цифрлық туризмнің даму қарқыны жоғары екенін көрсетеді.

Цифрлық туризм – әлеуметтік-экономикалық дамуға серпін беретін, күрделі әрі құрылымды сала ретінде табиғи ресурстарды тиімді пайдалану арқылы адамдардың өмір сапасын жақсартуға ықпал ете алады. Мұндай оң өзгерістер туристік ағымның ұлғаюына, сондай-ақ әлеуметтік, қаржылық және ұйымдастырушылық бағыттарда да әсер етеді.

Қорытынды

Туризм әлеуметтік-экономикалық дамудың катализаторы болып табылатын күрделі құрылымды сала табиғатты экономикалық мақсатта тиімді пайдаланудың негізінде адамдар өмірінің жоғары деңгейін қамтамасыз ете алады. Қазіргі шақта туризмде жаһандандыру, цифрландыру процесі белсенді жүріп жатыр, оған Қазақстан да еніп отыр. Қазақстанға келген туристер саны жылдан жылға артып келеді. Халықаралық туризм шетел валютасының белсенді көзі болып табылады және де ол мемлекеттің төлем балансына әсер етеді. Туристік ресурстар мен туристерге көрсетілетін қызметтер көлемінің сапалы болуы әрбір келген туристке өте маңызды. Турист өзінің жайлылығына байланысты туристік орындарды таңдау арқылы өз бағасын береді. Қазақстанға келген әрбір турист елдің туристік жағдайына және көрсетілетін қызмет сапасына қарап

саяхатын жоспарлайды. Осыған байланысты мемлекет тарапынан туризм саласын халықаралық деңгейге жеткізу мақсатында қарастырды.

Цифрлы туризмдегі қазір кең тарап келе жатқан қолдануға ыңғайлы инновация - QR кодтарды күнделікті пайдалану. QR кодтарды қолдану туризм индустриясында жедел дами бастауы онымен сабақтас салалардың да интеграциялық түрде туристерге қызмет көрсетулерін тез арада жолға қоюға мүмкіндік берді. Бүгінгі күні ақпаратты орналастырудың ерекше ыңғайлы тәсілі соған ғана бейімделген маманданған ақпараттық порталдардың пайда болуы интерактивті карталар мен анықтамалық мәліметтермен қоса ұсынылады. Саяхатшылар қолдарындағы бар гаджет арқылы объектілер жөнінде ақпарат алуға мүмкіндік беретін, интернет технологияларды заманауи байланыс құралдарымен біріктіру басқа да жобалардың пайда болуына әкелді. Жалпы алғанда, туристік ақпараттық навигациялық жүйесін қолдану оның құру сапасына, мобильді қосымшасын жасау мүмкіндігіне және басқа жүйелерді ұйымдастыруға тікелей байланысты болғандықтан интернеттегі тиісті сайттар мен порталдар үлкен сұранысқа ие бола бастады.

Бұл тұрғыда Қазақстанның позициясын жақсарту және нығайту әлемдік туристік аренада жақсы позицияларды алуға, Қазақстанға туристер ағынын арттыруға әкеледі және жалпы туризм индустриясының дамуына ықпал етеді.

Жоғарыда айтылғандарды талдай отырып, 2025 жылға дейінгі «Цифрлық Қазақстан» мемлекеттік бағдарламасын іске асыру туризм индустриясының цифрландыру жағдайында бұрын арнайы сұранысқа ие болмаған бірқатар іргелі мәселелерін шешуге кірісуге мүмкіндік береді деп қорытынды жасауға болады. назар. Осының негізінде туризмді дамыту елеулі интенсификацияның жаңа кезеңіне өтуі мүмкін, бұл сайып келгенде ел экономикасына айтарлықтай оң әсер етеді.

Алғыс айту, мүдделер қақтығысы

Авторларда мүдделер қақтығысы жоқ. Мақала дайындауда зерттеу үдерісі жеке қаражат негізінде жүзеге асырылды. Авторлар зерттеу барысында кеңес берген Қазтұтынуодағы Қарағанды университетінің «экономика және кәсіпкерлік» кафедрасы ұжымына алғыс білдіреді.

Авторлардың қосқан үлесі

Омарова А.С. – ақпарат жинау, тақырып аясында әдебиетке шолу жасау, талдау жүргізу, мәліметтерді жүйелендіру, қорытындылау, мақаланы рәсімдеу, хат-хабар авторы ретінде редакциямен байланыс жүргізу.

Борбасова З.Н. – статистикалық ақпаратты талдау, мақаланың мазмұнына сыни талдау жүргізу, зерттеу әдіснамасын нақтылау, мақаланың соңғы нұсқасын рәсімдеу.

Улаков С.Н. – әдебиеттік шолу, статистикалық және де басқа сандық мәліметтерді жинастыру және жүйелендіру, мәліметтерді өңдеу, салыстырмалы талдау жүргізу.

Әдебиеттер тізімі

1. Айсина Р. А. Перспективы развития туризма в Республике Казахстан в условиях цифровизации // Вестник экономики и права Казахстана. – 2021. – № 2(58). – С. 112–119.

2. Utegenova A., Mukanova M., Abdimomynova A. The digital transformation of tourism in Kazakhstan: opportunities and threats // Central Asian Economic Review. – 2021. – No. 5. – P. 45–56.
3. Кәліасқарова А.А., Тұрсынғалиева Л.А. Государственное регулирование туристической отрасли: казахстанский опыт // Государственное управление. – 2020. – № 3. – С. 74–81.
4. World Tourism Organization (UNWTO). International Tourism Highlights: 2023 Edition. – Madrid: UNWTO, 2023. – 56 p. URL: <https://www.unwto.org/statistics> (accessed: 11.10.2024).
5. Кусаинов А.А., Тургунов А.Б. Цифровизация туризма: вызовы и перспективы // Экономика и статистика. – 2022. – № 1. – С. 34–41.
6. WTTC. Travel and Tourism Economic Impact 2023. – London: World Travel and Tourism Council, 2023. URL: <https://wtcc.org/research/economic-impact> (accessed: 15.10.2024).
7. Бакаева Ж.А. Влияние цифровых технологий на управление туристским бизнесом // Экономика и предпринимательство. – 2022. – № 8(145). – С. 85–88.
8. Lee S., Xie K.L., Zhang Z. The impact of big data analytics on hotel performance // International Journal of Hospitality Management. – 2021. – Vol. 94. – Article 102847. – doi:10.1016/j.ijhm.2020.102847.
9. Нұрғалиева Д.Ж. Тенденции развития внутреннего туризма в Казахстане // Вестник университета «Туран». – 2023. – № 1(101). – С. 122–127.
10. Abikenov A., Kairatkyzy A. Smart Tourism Development in Central Asia: Case of Kazakhstan // Journal of Tourism Futures. – 2023. – Vol. 9(2). – P. 134–145. – doi:10.1108/JTF-10-2022-0207.
11. Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігі Ұлттық статистика бюросы [Электронды ресурс]. - URL: Ұлттық статистика бюросы (stat.gov.kz)

А.С. Омарова*, З.Н. Борбасова, С.Н. Улаков

Карагандинский университет Казпотребсоюза, Караганда, Казахстан

Экономические аспекты цифровой трансформации туристической индустрии Казахстана

Аннотация. Туризм – важная, высокорентабельная и динамично развивающаяся отрасль мировой экономики. Эффективный рост туризма оказывает значительное влияние на важные отрасли экономики, включая транспорт и коммуникации, торговлю, строительство, сельское хозяйство и производство потребительских товаров. Поэтому создание развитого туристского сектора очень важно, как основная стратегия структурной перестройки экономики Республики Казахстан.

Статья посвящена анализу современных изменений в туристической отрасли под влиянием цифровых технологий. Рассматриваются тенденции использования мобильных приложений, онлайн-бронирования, QR-кодов, виртуальных туров и цифровой навигации. Отмечается изменение моделей поведения потребителей и переход от традиционных каналов продаж к цифровым платформам. Приводятся статистические данные о размещении туристов, доходах гостиниц и динамике онлайн-продаж в Казахстане. Освещены вопросы цифровой репутации и влияние отзывов на туристический выбор. Проанализированы особенности цифрового взаимодействия с клиентом, а также использование персонализированных и безопасных сервисов. Подчеркивается значение государственных программ и информационных платформ, направленных на поддержку цифровизации туризма. В статье делается акцент на роли цифровой среды как фактора роста конкурентоспособности и устойчивого развития туристических

услуг. Сделан вывод о необходимости широкого применения инновационных решений в целях повышения качества сервиса и привлечения внутреннего и въездного туризма.

Ключевые слова: индустрия туризма, искусственный интеллект, инфраструктура, цифровая экономика, цифровые технологии.

A.S.Omarova*, Z.N.Borbasova, S.N.Ulakov

Karaganda University of Kazpotrebsoyuz, Karaganda, Kazakhstan

Economic aspects of the digital transformation of Kazakhstan's tourism industry

Abstract. Tourism is an important, highly profitable and dynamically developing branch of the global economy. The effective growth of tourism has a significant impact on important sectors of the economy, including transport and communications, trade, construction, agriculture, and consumer goods production.

The article analyzes recent changes in the tourism sector driven by digital technologies. It discusses trends in the use of mobile applications, online booking systems, QR codes, virtual tours, and digital navigation tools. Shifts in consumer behavior and the transition from traditional sales channels to digital platforms are highlighted. Statistical data are provided on tourist accommodation, hotel revenues, and online sales dynamics in Kazakhstan. The study examines the role of online reputation and customer reviews in shaping travel decisions. It also outlines the growing use of personalized and secure services and the effectiveness of digital customer interaction. Attention is given to national digital programs and the development of information platforms supporting tourism digitalization. The article emphasizes the digital environment as a key factor in boosting competitiveness and ensuring sustainable development of tourism services. It concludes that the adoption of innovative technologies is essential for improving service quality and expanding both domestic and inbound tourism.

Key words: tourism industry, artificial intelligence, infrastructure, digital economy, digital technologies.

References

1. Aisina R.A. Perspektivy razvitiya turizma v Respublike Kazakhstan v usloviyakh tsifrovizatsii [Prospects for the development of tourism in the Republic of Kazakhstan in the context of digitalization]. Vestnik ekonomiki i prava Kazakhstana [Bulletin of Economics and Law of Kazakhstan]. 2(58), 112–119 (2021). [in Russian]
2. Utegenova A., Mukanova M., Abdimomynova A. The digital transformation of tourism in Kazakhstan: opportunities and threats. Central Asian Economic Review. 5, 45–56 (2021).
3. Kaliasqarova A.A., Tursyngalieva L.A. Gosudarstvennoe regulirovanie turisticheckoi otrasli: kazakhstanskii opyt [State regulation of the tourism industry: Kazakhstan's experience]. Gosudarstvennoe upravlenie [Public Administration]. 3, 74–81 (2020). [in Russian]
4. World Tourism Organization (UNWTO). International Tourism Highlights: 2023 Edition. Madrid: UNWTO, 56 p. (2023). Available at: <https://www.unwto.org/statistics> (accessed 11.10.2024).
5. Kusainov A.A., Turgunov A.B. Tsifrovizatsiya turizma: vyzovy i perspektivy [Digitalization of tourism: challenges and prospects]. Ekonomika i statistika [Economics and Statistics]. 1, 34–41 (2022). [in Russian]

6. WTTC. Travel and Tourism Economic Impact 2023. London: World Travel and Tourism Council (2023). Available at: <https://wttc.org/research/economic-impact> (accessed 15.10.2024).
7. Bakaeva Zh.A. Vliyaniye tsifrovyykh tekhnologii na upravleniye turistskim biznesom [The impact of digital technologies on tourism business management]. Ekonomika i predprinimatel'stvo [Economics and Entrepreneurship]. 8(145), 85–88 (2022). [in Russian]
8. Lee S., Xie K.L., Zhang Z. The impact of big data analytics on hotel performance. International Journal of Hospitality Management. 94, Article 102847 (2021). <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102847>
9. Nurgalieva D.Zh. Tendentsii razvitiya vnutrennego turizma v Kazakhstane [Trends in the development of domestic tourism in Kazakhstan]. Vestnik universiteta «Turan» [Bulletin of Turan University]. 1(101), 122–127 (2023). [in Russian]
10. Abikenov A., Kairatkyzy A. Smart Tourism Development in Central Asia: Case of Kazakhstan. Journal of Tourism Futures. 9(2), 134–145 (2023). <https://doi.org/10.1108/JTF-10-2022-0207>
11. Qazaqstan Respublikasy Strategiyyalyk zhosparlau zhane reformalar agenttigi Ulttyq statistika byurosı [Agency for Strategic Planning and Reforms of the Republic of Kazakhstan, Bureau of National Statistics]. Available at: <https://stat.gov.kz> (accessed 2024). [in Kazakh]

Авторлар туралы мәлімет:

Омарова А.С. – хат-хабар авторы, 3 курс PhD докторанты, Қазтұтынуодағы Қарағанды университеті, Академическая көш. 9, 100000, Қарағанды, Қазақстан.

Борбасова З.Н. – э.ғ.д., профессор, Қазтұтынуодағы Қарағанды университеті, Академическая көш. 9, 100000, Қарағанды, Қазақстан.

Улаков С.Н. – э.ғ.к., профессор, Қазтұтынуодағы Қарағанды университеті, Қазақстан, Академическая көш. 9, 100000, Қарағанды, Қазақстан.

Омарова А.С. – автор-корреспондент, докторант PhD 3 курса, Карагандинский университета Казпотребсоюза, ул. Академическая 9, 100000, Караганда, Казахстан.

Борбасова З.Н. – д.э.н., профессор, Карагандинский университета Казпотребсоюза, ул. Академическая 9, 100000, Караганда, Казахстан.

Улаков С.Н. – к.э.н., профессор, Карагандинский университета Казпотребсоюза, ул. Академическая 9, 100000, Караганда, Казахстан.

Omarova A.S. – the author of correspondence, 3rd year PhD student,, Karaganda University of Kazpotrebsoyuz, 9 Akademicheskaya St., 100000, Karaganda, Kazakhstan.

Borbassova Z.N. – Doctor of Economic Sciences, Professor, Karaganda University of Kazpotrebsoyuz, 9 Akademicheskaya St., 100000, Karaganda, Kazakhstan.

Ulafov S.N. – Candidate of Economic Sciences (PhD), Professor, Karaganda University of Kazpotrebsoyuz, 9 Akademicheskaya St., 100000, Karaganda, Kazakhstan.



Copyright: © 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY NC) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).