

А.Б. Амангожаева¹

Н.Е. Петрищева²

С.Ж. Пралиева³

^{1,3}Тұран университеті, Алматы, Қазақстан

²Халықаралық бизнес университеті, Алматы, Қазақстан

(E-mail: a.amangozhayeva@turan-edu.kz¹,
nina_petrisheva@mail.ru², s.praliyeva@turan-edu.kz³)

Қазақстан Республикасындағы сервис және туризм саласындағы цифрландыру және электрондық коммерцияны дамыту үрдістері

Аннотация: Мақалада Қазақстан Республикасының туризмін цифрландырудың негізгі бағыттары қарастырылады. Туризм-бүкіл әлем бойынша экономикалардың жетістігі үшін басым маңызды бағыт. Туризм индустриясының дамуы қабылдаушы елдің экономикалық көрсеткіштерінің өсуіне жағымды әсер етеді, әртүрлі салаларда көптеген жұмыс орындарын құруға ықпал етеді, инфрақұрылымды дамытады және шетелдіктер мен жергілікті тұрғындар арасында мәдени алмасуға ықпал етеді. Цифрландыру туристік экожүйенің кез-келген сегментін өзгеріссіз қалдырды. Туризм индустриясы цифрлық инновациялардың алдыңғы қатарында және бүкіл әлемде қарқынды дамып келеді. Сондай-ақ, мақалада COVID-19 таралуына қарсы іс-қимыл шараларына байланысты туризм саласындағы 2020-2021 жылдарға арналған негізгі өзгерістер талданды. Туризм саласын цифрлық трансформациялау процесінің маңызды нәтижелерінің бірі-ыңғайлы және қол жетімді онлайн-қызметті қолдана отырып, қол жетімді қызметтерді ұсыну. **Түйінді сөздер:** электрондық коммерция, туризмді цифрландыру, туризмді дамыту, электрондық төлемдер, онлайн-туризм, қолма-қол ақшасыз төлемдер.

DOI: <https://doi.org/10.32523/2789-4320-2022-4-272-279>

Кіріспе

Туризм бүгінде әлемдік экономиканың маңызды және перспективалы салаларының бірі болып табылады. Ол жұмыс орындарын құруда, ЖІӨ-ге жалпы салымдағы көптеген елдердің экспорттық түсімінде маңызды рөл атқарады. Туризм индустриясы әлемдік экономикалық үрдістерге әсер етеді. Туризм жаһандық цифрландырудың барлық өзгерістерге тез жауап беретін ақпаратқа бай сала ретінде әсерін алғашқылардың бірі болып сезінді. Цифрландырудың туристік салаға әсері туристік компаниялардың бизнес-про-

цестеріне цифрлық технологияларды енгізуде ғана емес, саяхатшылардың мінез-құлқының өзгеруінде де көрінеді. Алдағы онжылдықтардағы туризмді дамыту векторын түсіну үшін қазіргі жағдайда салаға үлкен әсер ететін жаһандық тенденцияларды бөліп көрсету қажет.

Зерттеу әдістері

Зерттеу барысында мақала авторлары теориялық, логикалық және кәсіби ойлау сияқты әдістерді сәтті қолданды. Авторлар қорытындыларды құру негізіне Қазақстан

Республикасының кәсіби әдебиетін, нормативтік-құқықтық құжаттарын және электрондық коммерцияны дамыту, сондай-ақ Қазақстан Республикасындағы туристік саланы цифрландыру саласындағы озық тәжірибені зерттеу, талдау, синтездеу және қорыту алынды.

Зерттеудің негізгі міндеттері:

- заманауи шындықтағы цифрландырудың рөлі мен мәнін сипаттау;
- цифрлық туризмнің қалыптасуы мен дамуына және Қазақстанның туристік саласына ақпараттық-коммуникациялық технологияларды енгізуге мемлекеттік органдардың ықпалын зерттеу;
- туристік бизнестің электрондық коммерциясының негізгі үрдістерін ашу және осыған байланысты туындайтын проблемаларды анықтау.

Мақсаты

Туризм индустриясындағы цифрлық революция бизнес идеясын өзгертті. Интернет пен саяхат бағдарламалық жасақтамасының дамуы географиялық мәселені шешіп, компанияларға өз клиенттеріне экран арқылы (онлайн) кіруге мүмкіндік берді.

Сондықтан ғылыми мақаланың мақсаты цифрландырудың туристік бизнестің жұмыс істеуінің қазіргі әлемдік практикасына әсерін зерттеу және COVID-19 таралуына қарсы іс-қимыл шараларына байланысты туризм саласындағы негізгі өзгерістерді анықтау болып табылады.

Талқылау

Тұрақты туризмдегі жаңа тренд әлемдік үрдістерге ерекше назар аудару, сондай-ақ стратегиялық тәсілдердің жылдам дамуы, қоғамдағы серпінді өзгерістерге бейімделу, нормативтік базаны жаңғырту және т. б. болып табылады.

Бұл позицияны растау немесе жоққа шығару үшін Google жүргізген іздеу нәтижелері талданды, Booking.com, TripAdvisor және Travelport.

Google зерттеуіне сәйкес, туристердің 65%-ы онлайн-ресурстар негізінде демалыс орнын таңдайды [1]. TripAdvisor мәліметтері бойынша, бүкіл әлемдегі саяхатшылардың 74%-ы онлайн қызметтерді таңдайды [2].

Booking.com 163 миллионнан астам қонақтардың пікірлерін талдап, 21.500-29 жылдардағы туризмнің негізгі тенденцияларын анықтау үшін 2020 елден 2021 саяхатшымен сұхбат жүргізді. Негізгі бағыттар: туристік саяхаттарды цифрландыру және бірегей орындар мен маршруттардың әсерлері мен ашылуына баса назар аудару [3].

Travelport жүргізген сауалнамаға сәйкес, 2021 жылдың басында 19 елден 11.000 адам арасында келесі көрсеткіштерді байқауға болады [4]:

1. Демалысты жоспарлау кезінде респонденттердің 33% - ы әртүрлі компаниялардың мобильді құрылғылары мен арнайы қосымшаларын пайдаланады;
2. Респонденттердің 66% билеттерді брондау және сатып алу кезінде электрондық коммерцияның, сондай-ақ түрлі отырғызу талондарының дамуы сатып алушыларға жағымды әсер ететінін атап өтті;
3. Сұралғандардың 46% - ы туроператорды таңдау кезінде бірінші кезекте ұсынылатын электрондық қызметтердің қолжетімділігі мен тізбесіне назар аударатынын атап өтті.

2020 жылдың шілдесіндегі пандемияның әсерін зерттеудің жаңартылған мәліметтеріне қарап, сандық байланыссыз қызметтер мен электрондық коммерцияның артықшылықтарына сұраныс айтарлықтай өсті деп айтуға болады. Осылайша, респонденттердің 58% - ы байланыссыз кіру / шығу қонақүйлер үшін "өте маңызды" шара деп санайды; респонденттердің 82%-ы қазір билеттерді брондау және тұру үшін онлайн-қызметтерді таңдайтындықтарын айтты.

Бұл ақпарат адамдарға туристік ақпаратқа қол жеткізу үшін электронды қызметтер, сондай-ақ оны ұсынатын компанияларға сандық қол жетімділік қажет деген қорытынды жасауға мүмкіндік береді.

Қоғамдық процестерді цифрландыру процестерін аша отырып, жеке компаниялар

жеткілікті жұмыс көлемін орындағанына қарамастан, саясатты жүзеге асыратын және әртүрлі процестерді цифрландыруға байланысты тиісті заңнамалық актілер шығаратын мемлекеттік органдар екенін айту керек.

Мәселен, Қазақстан Республикасының (бұдан әрі-ҚР) бағдарламалық құжаттарында: "Қазақстан Республикасында туризм индустриясын дамытудың 2023 жылға дейінгі тұжырымдамасында" [5] және "Цифрлық Қазақстан" мемлекеттік бағдарламасында [6] 2018-2022 жылдарға арналған есепте елде экономиканың басым салаларында жаңа технологияларды енгізу және технологиялық жаңғырту қарқынын жеделдету қажеттігі көрсетіледі.

Бағдарламалар аясында жаңа цифрлық технологиялардың келесі бағыттары айқындалды:

- үлкен деректер технологиялары (Big Data), блокчейн,
- жасанды интеллект,
- Заттар интернеті (Internet of Things-IoT and IIoT-Industrial Internet of Things),
- электрондық коммерция,
- мобильді құрылғылар және тағы басқалар.

Цифрлық экономика мен қарапайым экономиканың басты айырмашылығы-цифрлық экономика жағдайында ақпарат, сондай-ақ оны басқару әдістері басым болып табылады, бұл туристік сала үшін маңызды фактор болып табылады, өйткені бұл саладағы ақпарат өндірістің негізгі элементтері болып табылады. Туризм индустриясы цифрлық технологияларды белсенді енгізуге және пайдалануға бағытталған. Мысалы, цифрлық маркетинг, виртуалды экскурсиялар, жасанды интел-

Кесте 1 – Қазақстан Республикасында туризм саласын цифрландыру.

Жоба	Жүзеге асыру
Kazakh Tourism ҰК АҚ	Мәдениет және спорт министрлігінің арнайы құрылған құрылымы, оның міндеттерінің бірі туризмді маркетингтік жылжыту болып табылады. Kazakh Tourism ҰК АҚ бюджеті 1,5 млрд. теңгені құрады, оның ішінде ілгерілетуге және цифрландыруға 893 млн. теңге бөлінді.
«СаяхатTime» хабарлар сериясы	Қазіргі тенденциялар және елдің туристік әлеуетін дамыту бойынша жүргізілген жұмыстардың нәтижелері туралы бағдарламалар циклі. 2021 жылы 3,2 млн астам телекөрсетімді қамти отырып, 10 шығарылым шығарылды.
"Мәдени туризм"	Экотуризмді насихаттау және мүгедектерді тарта отырып, табиғатқа ұқыпты қарауды насихаттау. Қазақстандық аудитория арасында жасалған 5 әлеуметтік бейнероликті ілгерілету арқылы Интернетте қамту 10 млн.адамды құрады.
Ұлттық туристік портал www.kazakhstan.travel	Жыл ішінде порталға 270 мыңнан астам адам келді, 2020 жылмен салыстырғанда келушілер саны 144% - ға артты. Іздеу жүйелеріндегі негізгі сұраулар бойынша порталдың позициясы Google және Яндекс ТОП 5-ке дейін өсті.
«Tourstat.kz»	Туризм саласындағы статистиканы жинау және өңдеу жөніндегі ақпараттық жүйе.
«eQонақ»	Орналастыру орындарының бірыңғай тізілімін құруға мүмкіндік беретін ақпараттық жүйе туристік ағын, туристік портрет және көші-қонды бақылау туралы мәліметтерді жинауға және өңдеуге мүмкіндік берді.
«SmartBridge» платформасы	Қонақ үйлер мен басқа да орналастыру орындары көші-қон заңнамасының талаптарын оңай орындайды. Туристер ел бойынша еркін жүріп-тұра алады, ал ҚР ПМ мен ҚР ҰҚК еліміздің қауіпсіздігін бақылай алады.
Ескертпе - зерттеу деректері негізінде жасалды.	

лект, аудиогидтер, турларды жоспарлау және ұйымдастыру процестерін автоматтандыру, блокчейн, BigData және басқалары сияқты инновациялық құралдар. Көптеген кәсіпорындар өздерінің бизнес-үдерістерін digital экономиканың даму парадигмасына сәйкес қайта құруда, оған онлайн турларды брондау жүйесін, электрондық коммерцияны және т. б. жатқызуға болады.

Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2019-2025 жылдарға арналған 2021 жылға арналған мемлекеттік бағдарламасын іске асыру шеңберінде Қазақстандағы туризм саласын цифрландыруды егжей-тегжейлі қарастырайық.

Нәтижелер

Жүргізіліп жатқан зерттеу шеңберінде цифрландыру жағдайында Қазақстанның туристік индустриясына тән бірқатар үрдістер анықталды, олардың бірі онлайн брондаудың электрондық тәсілдеріне және турлар мен билеттерді төлеудің қолма-қол ақшасыз нысандарына сұраныстың артуы болып табылады.

Қазақстан халқы әртүрлі онлайн сервистерді пайдалана отырып, сатып алуларды белсендірек бастады. Бұған Covid-19-мен күресуге бағытталған барлық жерде енгізілген локдаундар әсер етті. "Формадан кейінгі кезеңде" e-commerce нарығының дамуын талдау онлайн сервистерді пайдалану алдағы уақытта да оң динамикаға ие болады деп айтуға мүмкіндік береді. Алдағы жылдары онлайн-тревел-платформалардың саны және интернет желісін пайдалана отырып, турлар мен билеттерді брондаудың танымалдылығы тек қана өсетін болады, өйткені турды таңдау оңайлатылады, әртүрлі туроператорлардың қызметтерінің өзекті құнын салыстыруға және едәуір қаражатты үнемдеп және оған аз уақыт жұмсай отырып, неғұрлым тиімді топтаманы сатып алуға мүмкіндік пайда болады. Туристік бизнестің қазіргі заманғы клиенттерінің мұндай тәуелсіздігі мамандандырылған туристік ұйымдардың пайдасының төмендеуінің салдары болып табылады.

Туризммен байланысты компаниялар жаңа трендтердің әсерінен жарнамалық ұсыныстарды жекелеңдіру үшін өз клиенттерінің транзакциялары туралы ақпарат жинауға тырысады. Блокчейн технологиясы авиакомпаниялардың, қонақ үй агрегаторларының және басқа туристік қызметтердің назарын аударғаны қисынды. Ықтимал, ол туристік қызмет көрсету саласын толығымен өзгерте алады-саяхатшылардан сапарларды жоспарлау кезінде сенімділікке деген сұраныс блокчейннің көмегімен қанағаттандырылады. Билеттерді сатып алу, қонақ үйлердегі нөмірлерді брондау және адалдық бағдарламаларының жұмысы туралы деректер бір цифрлық кеңістікте болады және бір сапар аясында қызмет көрсетуге қатысатын барлық тараптарға клиенттер туралы нақты ақпаратқа назар аударуға және олардың тілектерін болжауға көмектеседі.

Туризммен байланысты нарық ойыншыларының ішінде авиакомпаниялар ең икемді болып табылады. Олар бизнесте инновацияларды енгізудің артықшылықтарын, ең алдымен төлем инновацияларын бірінші болып көреді.

Маркетингтік коммуникациялар кешеніндегі электрондық сауданың ерекшеліктері дәстүрлі жылжыту және іске асыру арналарымен салыстырғанда ұсыныс тұрғысынан едәуір икемділікті және іскери серіктестермен транзакция шығындарын едәуір төмендетуді қамтиды.

Онлайн туризм нарығы көптеген түрлі сайттармен ұсынылған, алайда соңғы бірнеше жылда ұлттық негізде ұйымдастырылған әкімшілік және коммерциялық туристік порталдардың қалыптасуы маңызды болып көрінеді. Бұл интернет-ресурстар, ең алдымен келу туризмі үшін басым болып табылады, алайда ішкі туризм үшін де өзекті, өйткені олар ұлттық және өңірлік деңгейдегі ақпараттық туристік кеңістікке өзекті оқиғалар, ауа-райы, мүмкіндіктер және т. б. туралы туристік ақпараттың онлайн ақпараттық ресурстарын интерактивті енгізуге мүмкіндік береді.

Интернет, мобильді технологиялар мен онлайн-сатылымдардың дамуы, интернет-сайттардың пайда болуы мен дамуы онлайн туризмге тұтынушылық қатынасты

қалыптастыруда маңызды рөл атқарды. Түрлі ақпаратқа жылдам қол жеткізу, бірнеше сайттардағы бағалар мен шарттарды салыстыру мүмкіндігі, сондай — ақ бонустар, жарнамалық акциялар, "қайда бару керек" және "қайда тоқтау керек" сияқты форумдар және жанып жатқан билеттер түріндегі қосымша артықшылықтар-мұның бәрі онлайн туризмнің танымалдылығының артуына әкелді.

Осылайша, туризм мен электрондық туризмді дамытудың әлемдік үрдістері Қазақстан Республикасының туризмінде әкімшілік-коммерциялық сипаттағы ұқсас озық жүйелерді енгізу мүмкіндігі мен қажеттілігі туралы қорытынды жасауға мүмкіндік береді.

Қорытынды

Қазақстан халқы әртүрлі онлайн сервистерді пайдалана отырып, сатып алуларды белсендірек бастады. Бұған COVID-19-мен күресуге бағытталған барлық жерде енгізілген локдаундар әсер етті. "Формадан кейінгі кезеңде" e-commerce нарығын дамыту талдауы онлайн сервистерді пайдалану әрі қарай оң динамикаға ие болады деп айтуға мүмкіндік береді. Алдағы жылдары онлайн-тревел-платформалардың саны және интернет желісін пайдалана отырып, турлар мен билеттерді броньдаудың танымалдылығы тек қана өсетін болады, өйткені турды таңдау оңайлатылады, әртүрлі туроператорлардың қызметтерінің өзекті құнын салыстыруға және едәуір қаражатты үнемдеп және оған аз уақыт жұмсай отырып, неғұрлым тиімді топтаманы сатып алуға мүмкіндік пайда болады.

Электрондық коммерцияны енгізу көрсетілетін қызметтердің сапасын арттырады, клиенттерге қызмет көрсету уақытын қысқартады, көрсетілетін қызметтердің ассортиментін кеңейтеді. Жаңа технологиялар туристік өнімді нарыққа маркетингтік жылжытудың жаңа тәсілдерін жасауға мүмкіндік береді, мысалы, әлеуетті туристердің электронды мекен-жайларына жарнамалық кейстерді жеке таратуды ұйымдастыру.

Осы саланы цифрландырудың арқасында әр адам сапардың белгілі бір орындары ту-

ралы ақпаратты өз бетінше іздеуге, әртүрлі туристік кәсіпорындарды байланыстыруға және тәулік бойы онлайн режимінде қажетті турды сатып алғанға дейін клиенттерді іздеудің жеке критерийлеріне сәйкес таңдау жасауға мүмкіндік алады, бұл сәйкесінше туристік компания ұсынатын қызметтердің сапасына әсер етеді, сонымен қатар клиенттің қанағаттанушылық деңгейінің жоғарылауына әсер етеді.

Сонымен қатар, тұтынушылардың (цифрлық туристердің) жаңа буынының саны үнемі өсіп келеді, олар өз сапарларының бағытын өз бетінше құруды, авиабилеттер сатып алуды, Қонақ үйлерді броньдауды және т. б. қалайды.

"Цифрлық" турист-бұл бірінші кезекте еркіндікті, оның барлық көріністерінде бағалайтын және қажетті ақпаратқа жедел қол жеткізуге, пайдаланылатын технологиялар мен ресурстардың ыңғайлылығы мен икемділігін арттыруға басымдық беретін тұтынушы.

Қорытындылай келе, туристік салада әртүрлі цифрлық технологиялардың үздіксіз енгізілуімен әртүрлі тенденциялар пайда болады деп айта аламыз, оларға мыналар жатады: туристік саланың жаһандану қарқынын арттыру, сатудың жаңа арналарының пайда болуы, туристік қызметтерді жеткізуші мен тұтынушыларды жақындастыру уақытын қысқарту, туристік ұйымдардың Интернетке ашық қол жетімділікке қол жеткізу мүмкіндігі, әртүрлі мобильді қосымшаларды пайдалану арқылы қызметті жетілдіру.

Қазіргі уақытта Қазақстан Республикасында туристік нарықтың тек 30% - ы ғана онлайн, өйткені 70% - ы дәстүрлі форматта (офлайн) қалады. Бұл ретте нарықтың сол 30% - ын негізінен 35 жасқа дейінгі клиенттер құрайды. Бұл, ең алдымен, аға буынның қызмет көрсететін "тірі" адамға деген негізсіз сенім деңгейіне және қаржылық операция бойынша нақты растайтын қағаздың болуына байланысты. Сондай-ақ, бұл жағдай халықтың көпшілігінің электронды төлемдерге деген сенім деңгейінің төмендігімен, банк карталарын әртүрлі интернет-ресурстарға бекітуден қорқумен және ақпараттық қорғаудың жеткіліксіз деңгейімен негізделген.

Қазір туризм нарығы алдында онлайн және офлайн туризмнің 50-ден 50-ге қатынасын қалыптастыру міндеті тұр. Катализатор жоғарыда айтылғандай, COVID-19 болды. Осылайша, Экономикалық ынтымақтастық және даму ұйымының (ЭЫДҰ) деректеріне сәйкес, COVID-19 дағдарысы жаңа фирмаларды, клиенттерді және өнім түрлерін құру жағына қарай электрондық сауданың таралуын едәуір жеделдетті. Біз мұндай үрдісті "постковидтік кезеңде" қолдау, сондай-ақ жетілдіру қажет деп санаймыз. Қазақстан Республикасының туристік электрондық нарығының алдағы

жоспарларында Ресей Федерациясы үлгісінде онлайн туризмге 70% - ға қол жеткізу көзделген.

Қазіргі қоғам өміріне инновациялық технологияларды енгізу мен қолданудың әсері жыл сайын күшейе түсуде. Бірлесіп тұтыну экономикасы интернет-платформаларды, электрондық ресурстарды, инновациялық-коммуникациялық технологияларды пайдаланбай мүмкін емес, сондықтан оларды туризм саласында тарату цифрландыру мүмкіндіктерінде, оны түсіну мен шешуді қажет ететін қауіптерді де айқын көрсетеді.

Әдебиет

1. Google Trends ресурсын пайдаланушылардың "Сауда, қаржы және туризм: мобильді сайттар мен қосымшалардың сатып алу туралы шешімге әсері" сауалнамасының деректері. [Электрондық ресурс] - URL: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/ru-ru/marketing-strategies/app-and-mobile/torgovlia-finansy-i-turizm-vliianie-mobilnykh-saitov-i-prilozhenii-na-reshenie-o-pokupke/> (дата обращения: 20.04.2021)
2. Ресурсты пайдаланушылардың 2021 жылға арналған сауалнама деректері. Tripadvisor платформасының ресми сайты. [Электрондық ресурс] - URL: <https://www.tripadvisor.ru/TripAdvisorInsights/w4594> (дата обращения: 20.04.2021)
3. Ресурс пайдаланушыларының сауалнама деректері. Платформаның ресми сайты Booking.com. [Электрондық ресурс] - URL: <https://news.booking.com/ru-ru/Booking-.com-представляет-главные-тренды-в-сфере-путешествий-на-2020-й-год/> (дата обращения: 06.04.2021)
4. Компания клиенттерінің сауалнамалық деректері. Travelport компаниясының ресми сайты. [Электрондық ресурс] - URL: <https://marketing.cloud.travelport.com/recovery-guide> (дата обращения: 06.04.2021)
5. Қазақстан Республикасының келу және ішкі туризмін дамытудың 2019 – 2023 жылдарға арналған тұжырымдамасы. – Астана, 2018. – 153 б.
6. 2017 жылғы 12 желтоқсандағы № 827 "Цифрлық Қазақстан" мемлекеттік бағдарламасы (20.12.2019 ж. жағдай бойынша өзгерістермен және толықтырулармен) Adilet.zan.kz. [Электрондық ресурс]. URL: <http://adilet.zan.kz/rus/docs/P1700000827> (дата обращения: 06.04.2021)

А.Б. Амангожаева¹, Н.Е. Петрищева¹, С.Ж. Пралиева²

¹Университет Туран, Алматы, Казахстан

²Университет международного бизнеса, Алматы, Казахстан

Тенденции цифровизации и развития электронной коммерции в сфере сервиса и туризма в Республике Казахстан

Аннотация. В статье рассматриваются основные направления цифровизации туризма Республики Казахстан. Туризм - это приоритетное направление для успешности экономики по всему миру. Развитие туристической отрасли благоприятно влияет на увеличение экономических показателей принимающей страны, способствует созданию множества рабочих мест в различных отраслях, развивает инфраструктуру и способствует культурному обмену между иностранцами и местными жителями. Цифровизация не

оставила нетронутым ни один сегмент туристической экосистемы. Индустрия туризма находится в авангарде цифровых инноваций и продолжает стремительно трансформироваться по всему миру. Также в статье проанализированы основные изменения в сфере туризма на 2020-2021 гг. в связи с мерами противодействия распространению COVID-19. Одним из наиболее важных результатов процесса цифровой трансформации сферы туризма в постковидный период является предложение более доступных услуг с использованием удобного и доступного онлайн-сервиса.

Ключевые слова: электронная коммерция, цифровизация туризма, развитие туризма, электронные платежи, онлайн-туризм, безналичные платежи.

A. Amangozhayeva¹, N. Petrichsheva², S. Pralieva³

^{1,3}University of Turan, Almaty, Kazakhstan

²University of International Business, Almaty, Kazakhstan

Trends in digitalization and development of e-commerce in the field of service and tourism in the Republic of Kazakhstan

Abstract: The article considers the main directions of digitalization of tourism in the Republic of Kazakhstan. Tourism is a priority area for the success of economies around the world. The development of the tourism industry has a positive effect on increasing the economic indicators of the host country, contributes to the creation of many jobs in various industries, develops infrastructure and promotes cultural exchange between foreigners and local residents. Digitalization has not left any segment of the tourist ecosystem untouched. The tourism industry is at the forefront of digital innovation and continues to rapidly transform around the world. The article also analyzes the main changes in the tourism sector for 2020-2021 in connection with measures to counter the spread of COVID-19. One of the most important results of the process of digital transformation of the tourism sector in the post-crisis period is the offer of more affordable services using a convenient and affordable online service.

Keywords: e-commerce, tourism digitalization, tourism development, electronic payments, online tourism, non-cash payments.

References

1. Google Trends resursyn pajdalanushylardyn "Sauda, karzhy zhane turizm: mobil'di sajttar men kosymshalardyn satyp alu turaly sheshimge aseri" saualnamasynyn derekteri [Data from a survey of users of the Google Trends resource "Trade, finance and tourism: the impact of mobile sites and applications on the purchase decision"] [Electronic resource] - Available at: [https://www.thinkwithgoogle.com/intl/ru-ru/marketing-strategies/app-and-mobile/torgovlia-finansy-i-turizm-vliianie-mobilnykh-saitov-i-prilozhenii-na-reshenie-o-pokupke/ au/.htm](https://www.thinkwithgoogle.com/intl/ru-ru/marketing-strategies/app-and-mobile/torgovlia-finansy-i-turizm-vliianie-mobilnykh-saitov-i-prilozhenii-na-reshenie-o-pokupke/au/.htm) (Accessed: 20.04.2021)
2. Resursty pajdalanushylardyn 2021 zhyлга арналған сауалнама деректері. Tripadvisor platformasynyn resmi sajty [Data from the survey of users of the resource for 2021. The official website of the Tripadvisor platform.] [Electronic resource] - Available at: <https://www.tripadvisor.ru/TripAdvisorInsights/w4594 au/.htm> (Accessed: 20.04.2021)
3. Resurs pajdalanushylarynyn saualnama derekteri. Platformanyң resmi sajty Booking.com [Survey data of resource users. Official website of the platform Booking.com] [Electronic resource] - Available at: <https://news.booking.com/ru-ru/Booking-.com-predstavlyaet-glavnye-trendy-v-sfere-puteshestvij-na-2020-j-god/ au/.htm> (Accessed: 06.04.2021)
4. Kompaniya klientterinin saualnamalyk derekteri. Travelport kompaniyasynyn resmi sajty [Data from the company's customer survey. The official website of the Travelport company] [Electronic resource] - Available at: <https://marketing.cloud.travelport.com/recovery-guide au/.htm> (Accessed: 06.04.2021)
5. Kazakstan Respublikasynyn kelu zhane ishki turizmin damytudyn 2019 – 2023 zhyldarga арналған tuzhyrymdamasy [The concept of development of inbound and domestic tourism of the Republic of Kazakhstan for 2019 - 2023] (Astana, 2018, 153 p.) [in Russian]

6. 2017 zhylgy 12 zheltoksandagy № 827 "Cifryk Kazakstan" memlekettik bagdarlamasy (20.12.2019 zh. zhagdaj bojnsha ozgeristermen zhane tolyktyrularmen) [State program "Digital Kazakhstan" dated December 12, 2017 No. 827] [Electronic resource]. Available at: http://adilet.zan.kz/rus/docs/P1700000827_au/htm (Accessed: 06.04.2021) [in Russian]

Сведения об авторах:

Амангожаева А.Б. – докторант 2-курса специальности Финансы университета Туран, ул. Сатпаева 16А, Алматы, Казахстан.

Петрищева Н. – аспирант 2-го года обучения Сибирского Федерального Университета, Университет Международного Бизнеса, проспект Абая 8А, Алматы, Казахстан.

Пралиева С. – кандидат экономических наук, доцент Университета Туран, ул. Сатпаева 16А, Алматы, Казахстан.

Amangozhayeva A. – 2nd year PhD Student in Finance, Turan University, Satpayev str., 16A, Almaty, Kazakhstan.

Petrichsheva N. – Post-graduate student of the 2st year of study of the Siberian Federal University, University of International Business, st. Abay 8A, Almaty, Kazakhstan.

Pralieva S. – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Turan University, Satpayev str., 16A, Almaty, Kazakhstan.