

**Аубакирова Ж.Я.<sup>1</sup>, Айтбембетова А.Б.<sup>2</sup>, Сидоренко Е.Н.<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>доктор экономических наук, e-mail: aubakirova.zh@gmail.com

<sup>2</sup>доктор экономических наук, доцент, e-mail: aytbembetova2010@mail.ru

Казахский национальный университет им. аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы

<sup>3</sup>кандидат экономических наук, доцент, Ростовский государственный университет,  
Россия, г. Ростов-на-Дону

## **КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ КАЗАХСТАНА В УСЛОВИЯХ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ МОДЕРНИЗАЦИИ**

Туризм является одной из ведущих и наиболее динамичных отраслей мировой экономики. Демонстрируя быстрые темпы роста, высокую конкурентоспособность, туризм оказывает огромное влияние на ключевые отрасли экономики, выступая катализатором социально-экономического роста и развития. Трансформация отрасли туризма Казахстана, переход на новые инновационные технологии выступает ключевым фактором диверсификации национальной экономики, ее конкурентоспособности. На туризм возложены амбициозные задачи – увеличение его доли в структуре ВВП Казахстана с 1,6 до 8% к 2023 году. В динамично меняющемся мире переход экономики на цифровые технологические платформы способствует дальнейшему росту производительности и интеллектуализации труда, ускоренному высвобождению рутинного труда во всех сегментах экономики. В статье анализируется отечественный и зарубежный опыт применения цифровых технологий в сфере туризма. Изучая зарубежный опыт, необходимо активнее использовать и адаптировать в Казахстане наиболее успешные бизнес-модели, технологии, процессы как действенный инструмент цифровизации отрасли. Целью исследования является анализ существующих барьеров экономического и институционального характера в области продвижения IT-технологий в отрасли туризма. В целом предложения в статье направлены на формирование единой маркетинговой стратегии, обеспечение высококачественной инфраструктуры, диверсификацию отрасли и перевод на цифровые платформы с целью роста конкурентных преимуществ и интеграцию в мировые туристические потоки.

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, туризм, диверсификация туризма, цифровая экономика, цифровизация, информационно-коммуникационные технологии, инновационная статистическая платформа, онлайн-услуги.

Aubakirova Zh.Y.<sup>1</sup>, Aytbembetova A.B.<sup>2</sup>, Sidorenko E.N.<sup>3</sup>

<sup>1</sup>doctor of Economic Sciences, Professor, e-mail: aubakirova.zh@gmail.com

<sup>2</sup>doctor of Economic Sciences, Associate Professor, e-mail: aytbembetova2010@mail.ru  
al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty

<sup>3</sup>candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Rostov State University, Russia, Rostov-on-Don

### **Competitiveness of tourism industry of Kazakhstan in terms of technological modernization**

Tourism is one of the leading and most dynamic sectors of the world economy. Demonstrating rapid growth and high competitiveness, tourism has a huge impact on key sectors of the economy, acting as a catalyst for socio-economic growth and development. The transformation of the tourism industry in Kazakhstan, the transition to new innovative technologies is a key factor in the diversification of the national economy, its competitiveness. Tourism has ambitious goals-to increase its share in the GDP structure of Kazakhstan from 1 to 8% by 2023. In a dynamically changing world, the transition of the economy to digital technology platforms contributes to the further growth of productivity and intellec-

tualization of labor, accelerated release of routine labor in all segments of the economy. The article analyzes the domestic and foreign experience of digital technologies in the field of tourism. Studying foreign experience, it is necessary to actively use and adapt in Kazakhstan the most successful business models, technologies, processes as an effective tool for digitalization of the industry. The aim of the study is to analyze the existing barriers of economic and institutional nature in the field of promotion of IT technologies in the tourism industry. In General, proposals in the article are aimed at the formation of a unified marketing strategy, providing high-quality infrastructure, diversification of the industry and transfer to digital platforms in order to increase competitive advantages and integration into global tourist flows.

**Key words:** competitiveness, tourism, diversification of tourism, digital economy, digitalization, information and communication technologies, innovative statistical platform, online services.

Аубакирова Ж.Я.<sup>1</sup>, Айтбембетова А.Б.<sup>2</sup>, Сидоренко Е.Н.<sup>3</sup>

<sup>1</sup>экономика ғылымдарының докторы, e-mail: aubakirova.zh@gmail.com

<sup>2</sup>экономика ғылымдарының докторы, доцент, e-mail: aitbembetova2010@mail.ru

әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы қ.

<sup>3</sup>экономика ғылымдарының кандидаты, доцент, Ростов мемлекеттік университеті, Ресей, Ростов-на-Дону қ.

### Технологиялық жаңғырту жағдайындағы Қазақстанның туристік саласының бәсекеге қабілеттілігі

Туризм әлемдік экономиканың жетекші және неғұрлым серпінді салаларының бірі болып табылады. Жылдам өсу қарқынын, жоғары бәсекеге қабілеттілікті көрсете отырып, туризм әлеуметтік-экономикалық өсу мен дамудың катализаторы ретінде экономиканың негізгі салаларына үлкен әсер етеді. Қазақстанның туризм саласын трансформациялау, жаңа инновациялық технологияларға көшу ұлттық экономиканы әртараптандырудың және оның бәсекеге қабілеттілігінің негізгі факторы болып табылады. Туризмге Қазақстанның ЖІӨ құрылымындағы үлесін 2023 жылға қарай 1-ден 8% – ға дейін ұлғайту сияқты өршіл міндеттер жүктелген. Серпінді өзгермелі әлемде экономиканың сандық технологиялық платформаларға ауысуы еңбек өнімділігінің одан әрі өсуіне және еңбекті интеллектуалдандыруға, экономиканың барлық сегменттеріндегі рутинді еңбектің жедел босатылуына ықпал етеді. Мақалада туризм саласында цифрлық технологияларды қолданудың отандық және шетелдік тәжірибелері талданады. Шетелдік тәжірибені зерттей отырып, Қазақстанда саланы цифрландырудың белсенді құралы ретінде неғұрлым табысты бизнес-модельдерді, технологияларды, процестерді пайдалану және бейімдеу қажет. Зерттеудің мақсаты туризм саласында ІТ технологияларын ілгерілету саласында кездесетін экономикалық және институционалдық сипаттағы кедергілерді талдау болып табылады. Тұтастай алғанда, мақаладағы ұсыныстар бірыңғай маркетингтік стратегияны қалыптастыруға, жоғары сапалы инфрақұрылымды қамтамасыз етуге, саланы әртараптандыру мен бәсекелі артықшылықтарды арттыру мақсатында цифрлық платформаларға аударуға және әлемдік туристік ағындарға интеграциялауға бағытталған.

**Түйін сөздер:** бәсекеге қабілеттілік, туризм, туризмді әртараптандыру, цифрлық экономика, цифрландыру, ақпараттық-коммуникациялық технологиялар, инновациялық статистикалық платформа, онлайн қызметтер.

## Введение

Казakhstan в современном мире позиционируют себя как самостоятельное независимое государство, имеющее не только большую территорию с богатейшими природными ресурсами, но и свою уникальную историю, культурное наследие, обычаи. Сведения о стране, ее достижениях расширяются благодаря неограниченным возможностям информационного обмена, показа исторических, религиозных, культурных традиций, особенностей экономики и политики. Положительный имидж повышает инвестиционную привлекательность государства, региона, отрасли, способствует развитию туризма в стране.

Туризм является не только видом экономической деятельности, но и фактором роста экономики, качества жизни населения, основным драйвером экономического развития. Вместе с тем следует отметить, что повышение конкурентоспособности экономики и туристической сферы, в частности, не может обойтись без соответствующего развития информационных технологий. Переход к цифровой трансформации экономики Казахстана и ее отраслей способствует становлению информационного общества, росту доступности информационной инфраструктуры для всех граждан страны, новым возможностям для ведения бизнеса, серьезным экономическим и социальным выгодам в условиях технологической модернизации.

## Материалы и методы

Материалы проведенного исследования включают ряд программных документов, как Стратегия «Казахстан – 2030», Государственная Программа «Цифровой Казахстан – 2020», «Концепция развития туристской отрасли Республики Казахстан до 2023 года». Для достижения поставленных целей исследование начинается с поиска и библиографического обзора материалов, привлечения статей и журналов зарубежных и отечественных изданий, а также официальных документов.

В рамках исследования приведены в качестве информационных ресурсов национальные доклады, глобальные данные в области развития новых технологий в сфере туризма, оценка конкурентоспособности индустрии туризма отдельных стран, проводимой Всемирным советом по путешествиям и туризму (оценки WTTC). Даются ссылки на фундаментальные и прикладные исследования отечественных и зарубежных авторов в области использования новых технологий в условиях модернизации и перехода сферы туризма на цифровые технологии. Это потребовало привлечения теоретического и экспертного анализа в качестве метода исследования. В работе дается обоснование системного спроса на новые технологии с учетом развития мировых трендов в сфере туризма, способности национальной экономики к их освоению и максимизации эффектов от их использования.

## Обзор литературы

За последнее десятилетие мир быстро движется к экономике нового типа, основным инструментом ее формирования являются цифровые технологии. В современных условиях информационные технологии и цифровая трансформация являются основными факторами и условием обеспечения конкурентоспособности как на уровне отдельных предприятий, так и на уровне стран и наднациональных объединений, приводя к преобразованию всех экономических и производственных процессов, кардинальному повышению производительности, повышению качества и снижению себестоимости товаров и услуг (Henriksson, 2005).

Расширение роли информационных технологий в работе частного и государственного секторов является основой для перехода к цифровому государству. По прогнозам ведущих мировых экспертов, к 2020 году 25% мировой экономики

будет цифровой и внедрение технологий цифровизации экономики, позволяющих государству, бизнесу и обществу эффективно взаимодействовать, становится все более масштабным и динамичным процессом (Кевеш и др., 2017).

Ключом к сохранению конкурентоспособности экономики является развитие цифровой составляющей совместно с усилиями государства и бизнеса, в таких сферах как индустриальная, транспортно-логистическая инфраструктура, сельское хозяйство, недропользование, энергетика, туризм, образование и здравоохранение. Поэтому внимание государства на развитие цифровых технологий рассматривается как один из путей диверсификации национальной экономики, ее переориентации из сырьевой в индустриально-сервисную модель с использованием новых возможностей для рынка труда.

Как показывает мировой опыт, туризм в современной экономике занимает положение крупнейшей отрасли, мировой оборот которой сопоставим с мировым оборотом торговли нефтью. Так, именно туризм содействовал быстрому развитию таких крупных регионов, как Египет, Турция, Испания, способствовал созданию там современной инфраструктуры и рабочих мест (Price et al., 2006).

С появлением интернет-технологий развивались новые возможности для охвата рыночных ниш. Цифровой маркетинг стал неотъемлемой частью каждого бизнеса независимо от его размера и типа. Потребность в цифровом маркетинге стала неотъемлемой частью в индустрии туризма, когда клиенты имеют мгновенный доступ ко всем видам информации о тур-предложениях и лучших ценах. Сегодня цифровой маркетинг играет определяющую роль в достижениях и росте эффективности индустрии туризма ([https://www.researchgate.net/publication/The importance...](https://www.researchgate.net/publication/The_importance...)).

На наш взгляд, можно согласиться с трактовкой категории «электронный туризм» как комплексного понятия, объединяющего анализ, проектирование, внедрение и применение решений в области ИТ- и электронной коммерции в индустрии путешествий и туризма. А также анализ соответствующих экономических процессов, структуры рынка и управления взаимоотношениями с клиентами (Egger et al., 2008).

В других контекстах термин «технология путешествий» может относиться к технологии, предназначенной для использования путешественниками, например, легким портативным компьютерам с универсальными источниками

питания или спутниковым интернет-соединениям (Cantoni et al., 2013).

Международная туристская организация даёт оптимистичный прогноз по развитию туризма в мире, в пределах 3-4 % в год. За рубежом специалисты в сфере туризма разделяют систему туризма на две части: туристскую индустрию и индустрию гостеприимства, каждая из которых включает специфические виды обслуживания.

Что касается диверсификации туристской деятельности, то это есть одновременное развитие многих, не связанных друг с другом видов производства, расширение дополнительных услуг сервиса. Мировой опыт стратегии диверсификации обобщен в работах Ансоффа И., Кунца Р., Котлера Ф., Гринли Г., Минцберга Г., Портера М. и др. Во всем мире диверсификация связана с переходом на новые технологии, отрасли, рынки, разнообразие применяемых продуктов, которые выпускает компания. Кроме того, продукция или услуги предприятия должны быть абсолютно новыми, требующими новых финансовых инвестиций. Во-вторых, диверсификация связана с разнообразием применения продуктов, которые выпускает компания, которая делает эффективность ее функционирования независимой от жизненного цикла отдельного продукта, при этом решая в большей степени не столько задачи по выживанию компании, сколько задачи по обеспечению ее стабильного поступательного роста. Притом если продукты, выпускаемые компанией, имеют узкое применение, то она не является специализированной, но если они находят многообразное применение, то это диверсифицированная компания (Еремина, 2006).

### Результаты и обсуждение

Основной целью развития туризма является создание современного высокоэффективного, конкурентоспособного комплекса, способного интегрироваться в систему мирового туристского рынка.

Государственная поддержка туристической отрасли находится в фокусе внимания Президента страны и правительства. Об этом свидетельствует принятие новой «Концепции развития туристской отрасли Республики Казахстан до 2023 года» (Постановление Правительства Республики Казахстан от 30 июня 2017 года №406). Концепция ставит ряд важных, фундаментальных вопросов экономического, социального и технологического характера.

В ежегодных обращениях Президента страны Н. Назарбаева народу Казахстана – Послании «Третья модернизация Казахстана: глобальная конкурентоспособность», Послании «Рост благосостояния казахстанцев: повышение доходов и качества жизни» – говорится об историческом вызове, который ставит перед Казахстаном, – Четвертая промышленная революция, выдвигая на повестку дня актуальных вопросов технологической модернизации, касающейся всех отраслей экономики и туристической сферы, в частности, перехода к цифровой экономике.

В современном мире эффект от цифровизации в сфере туризма бесспорно способствует росту производительности труда, увеличению рабочих мест в базовых и смежных отраслях производства, получению полной, достоверной и своевременной информации, качеству менеджмента. Согласно прогнозам UNWTO, вклад индустрии туризма в мировом ВВП к 2020 году увеличится ориентировочно до 10% (9,2 трлн. долл.), непосредственно в отрасли будет создано более 21 млн. рабочих мест, 325 млн человек будут работать по туристскому направлению, что составляет 10 процентов от общей мировой занятости ([https://пекреационной\\_spravochnick.gu/однакотуризм/инновации...](https://пекреационной_spravochnick.gu/однакотуризм/инновации...)). **Всемирная туристская организация призывает правительства всех стран мира раскрыть потенциал туризма в области создания рабочих мест путем совершенствования информационных сетей и использования его человеческого капитала путем внедрения инновационных и инвестиционных ноу-хау. Путешествия и туризм в настоящее время являются крупнейшими источниками рабочих мест, на которые приходится около 11% мировой рабочей силы. Экономическое воздействие туризма наглядно подтверждается его относительным вкладом в ВВП, валютными поступлениями и возможностями трудоустройства.**

Глобальная конвергенция технологий проникает в индустрию туризма и поддерживает ее с помощью целого ряда крупных технологий. Рост потребительского спроса на туристическую продукцию стал одной из главных движущих сил в развитии широкого спектра технологий, в частности развития цифровой экономики, через внедрение цифровых платформ. Цифровые технологии существенно облегчают те или иные операции, для выполнения которых раньше пришлось бы затратить много времени и ресурсов.

У цифровой экономики множество определений. На наш взгляд, наиболее точным опреде-

лением цифровой экономики следует понимать систему экономических отношений, основанных на использовании цифровых информационно-коммуникационных технологий.

Директор «Sabre Travel Network Central Asia» Алексей Яншин, отвечая на вопрос об объеме туристического рынка Казахстана и опираясь на данные WTTC, приводит следующие показатели. Внутренние туристские расходы в 2017 г. составили 3,4 млрд. USD (для сравнения, в 2016 г. – 3,0 млрд USD). Данный показатель включает расходы резидентов на поездки внутри Казахстана как в деловых целях, так и с целью отдыха и характеризует потребление, относящееся к внутреннему туризму.

Для характеристики международных туристских расходов используется показатель «Расходы зарубежных посетителей» (Visitor Exports), представляющий собой расходы, производимые в стране зарубежными посетителями для поездок как в деловых, так и в личных целях, включая расходы на транспорт, и характеризующие потребление, относящиеся к въездному туризму. В Казахстане этот показатель по данным WTTC, в 2017 г. был равен 1,94 млрд. USD (1,7 млрд. – 2016 г.).

Расходы на отдых в 2017 г. (Leisure spending), согласно отчету WTTC, составили 4,57 млрд. USD (2016 г. – 4,0 млрд USD). В эту цифру входят расходы на отдых внутри Казахстана граждан страны и иностранных гостей. Кроме того, основным показателем, характеризующим воздействие туристского сектора на экономику страны, принято считать его вклад в создание ВВП. Данные, публикуемые WTTC, содержат две категории, первая из которых – Прямой вклад туризма в ВВП (Travel and Tourism Direct contribution to GDP) – представляет собой ВВП, созданный в отраслях, непосредственно связанных с туризмом (таких, как средства размещения, деятельность туроператоров, услуги пассажирского транспорта, а также рестораны, услуги по организации досуга и т.д.). Основой для вычисления данного показателя является внутреннее туристское потребление за вычетом закупок импортной и промежуточной продукции, осуществляемых предприятиями индустрии туризма. То есть, этот показатель представляет собой оценку добавленной стоимости, созданной в экономике за счет туристского потребления, и характеризует прямое воздействие туризма. Так вот, прямой вклад туризма по оценке WTTC в ВВП Казахстана в 2017 воздушном году составил 2,8 млрд USD (в 2016 г. – 2,4 млрд.).

Вторая категория – Совокупный вклад туризма в ВВП (Travel and Tourism Total contribution to GDP) – характеризует вклад индустрии туризма в ВВП с учетом ее косвенного воздействия. Данный показатель, кроме прямого вклада туризма в ВВП, включает в себя косвенное воздействие за счет таких факторов, как инвестиции в сферу туризма и путешествий, государственные расходы на нерыночные услуги (поддержка и координация в области туризма, реклама и продвижение турпродукта, обеспечение деятельности туристских информационных центров и другие виды расходов, осуществляемых государством на всех уровнях для поддержки сферы туризма в целом), закупки товаров и услуг, произведенных в экономике страны, осуществляемые предприятиями туристского сектора и индустрии гостеприимства, а также индуцированное воздействие за счет дополнительных расходов тех отраслей, которые косвенно заняты обслуживанием в сфере туризма. Этот показатель в 2017 году в соответствии с данными WTTC по Казахстану составил 9,0 млрд USD (в 2016 г. – 7,9 млрд USD).

Что касается бизнес туризма, то в 2017 г. его объем оценивался в 782,4 млн USD (2016 г. – 700 млн USD). В эту цифру входят расходы на бизнес поездки граждан РК и иностранных визитеров ([http://horde.kazakhstanu me/SuccessMedia/kazakhstanu.gynok...](http://horde.kazakhstanu.me/SuccessMedia/kazakhstanu.gynok...)).

В Казахстане в 2017 году количество внутренних туристов выросло в сравнении с 2016 годом на 20,2% и достигло 5,6 млн человек, Въездных туристов в Казахстане побывало 7,7 млн, что на 18,3% больше в сравнении с 2016 годом. При этом за пределы страны выехало 10,2 млн человек, что на 5,2% больше, чем за 2016 год.

По данным комитета по статистике, казахстанские курорты за указанный период заработали 12,4 млрд тенге, увеличив выручку в сравнении аналогичным показателем 2016 года на 26,5%. За 12 месяцев 815 гостиниц, санаториев и домов отдыха приняли 979,5 тыс. посетителей (на 34% больше, чем в 2016 году). По данным комитета по статистике Казахстана, в 2016 году в отрасли по направлениям искусства, развлечения и отдыха было инвестировано 68,779 млн тенге. Объем инвестиций на услуги по проживанию и питанию в 2016 году составил 80,780 млн. тенге (в 2015 году 48,336 млн тенге).

Вместе с тем, несмотря на позитивные результаты развития внутреннего туризма страны, в целом, задача обеспечения эффективности государственных вложений в реализацию про-

грамм в сфере туризма продолжает оставаться актуальной.

В рамках опроса, проведенного кафедрой рекреационной географии и туризма КазНУ им. аль-Фараби, была проведена оценка текущего состояния (2016) туристской отрасли Казахстана, проблем и перспектив её развития. В исследовании приняли участие представители отечественных и иностранных компаний, туроператоры, государственные организации, ассоциации, гостиницы и др. Основным препятствием для развития туризма в Казахстане респонденты считают отсутствие должной инфраструктуры (34%), ограниченный выбор туруслуг (17%), низкая квалификация кадров (11%), слабая господдержка (18%), сложные визовые процедуры (4%) и высокая стоимость услуг (16%) (<http://www.investkz.com/articles...>).

Современный конкурентоспособный туризм должен иметь широкий формат, включая всю необходимую инфраструктуру: мобильный транспорт, развитый гостиничный бизнес, сеть ресторанов, кафе, предприятий общепита, комплекс развлекательных и культурных объектов, готовность в сфере ИКТ, сопровождаемый цифровизацией всего комплекса.

Важным направлением в туристическом бизнесе наряду с цифровизацией должна быть безопасность, это отсутствие преступности, насилия и терроризма, надежность полицейских служб.

Безопасность претерпела значительные изменения: от более или менее пассивного фактора она перешла в активный и значимый фактор туризма, локализованный во времени и пространстве. Безопасность поездки стала глобальной проблемой, которую мы не можем игнорировать. В мире растет количество мест, ситуаций и туристов, пострадавших от отсутствия безопасности, что серьезным образом может влиять на имидж города или страны.

Сейчас в рамках рассматриваемых элементов безопасности выделяют общественную безопасность, а также безопасность в сфере здравоохранения, гигиены – чистую питьевую воду, необходимость вакцинации, чистоту туалетов. К сожалению, существующие риски и проблемы, связанные с поездками, не поднимаются на международном уровне (István Kóvári et al.).

Цифровизация и безопасность в качестве ключевых конкурентных факторов состоит в том, чтобы преодолеть трудности и препятствия, с которыми сталкивается индустрия туризма при инвестировании в новые продукты, услуги и помещения.

Смысл диверсификации туризма – повышение эффективности отрасли на длительную перспективу. Конкуренция мирового и внутреннего рынка диктует туристическим фирмам быть более технологичными и максимально соответствующими динамично меняющимся запросам современного потребителя. Диверсификация туризма – это открытие новых туристических продуктов и услуг. К перспективным видам туризма, набирающим оборот и в нашей стране, на сегодняшний день можно отнести МІСЕ-туризм. Это деловые поездки в виде семинаров, конференций, переговоров, выставок, бизнес-туров. Культурный, археологический и сакральный туризм – это путешествия по местам исторических и культурных памятников, участие в археологических раскопках. Отдых на природе – от летних лагерей и наблюдения за птицами и животными в их естественной среде обитания до экстремальных – скалолазания и спуска по горным рекам, экологический туризм, отдых в горах и на озерах, пляжный туризм. Развивается широко медицинский, спортивный и этнотуризм. Результатами диверсификации туристической отрасли являются снижение рисков, повышение эффективности, освоение новых сфер деятельности. Диверсификация предполагает расширение спектра экономических видов деятельности и усиление их конкурентных преимуществ. Необходимо выходить на те рынки, которые близки к их профилирующей деятельности, выравнять диспропорции экономического развития, что повышает общую конкурентоспособность туроператоров и отрасли в целом.

Туристы все чаще используют современные технологии организации путешествий. Развитие технологий привело к тому, что люди обращаются к технологиям, чтобы найти необходимую информацию и полезные рекомендации. Например, с помощью смартфона можно будет найти краткий путь к главным достопримечательностям города, воспользоваться услугами аудиогuida, определить время работы музеев, заказать такси, ужин и многое другое. Приложения на смартфонах отличаются не только функциональностью, но и становятся неотъемлемой частью туристических запросов и маршрутов.

Технологии путешествий (также называемые технологиями туризма и автоматизации гостеприимства) – это применение информационных технологий (ИТ) или информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) в индустрии путешествий, туризма и гостеприимства. Одной из

форм технологии путешествия является отслеживание рейсов.

Поскольку путешествие подразумевает перемещение на дальние расстояния, технология путешествий была первоначально связана с системой резервирования (CRS) в отрасли авиакомпаний, но теперь используется более активно, включая более широкий сектор туризма, а также его подмножество индустрии. Хотя технология путешествий включает в себя систему компьютерного резервирования, она также представляет собой гораздо более широкий спектр приложений. Технологии путешествий включают виртуальный туризм в форме виртуальных туристических технологий. Технология путешествий также может упоминаться как электронная поездка / этравель или электронный туризм / этуризм (eTourism) (Benckendorff et al., 2014).

В условиях цифровизации стремительно увеличивается число пользователей Facebook, YouTube, Twitter, Инстаграм, TripAdvisor, где широко рекламируется деятельность туристических компаний. Растет количество on-line турагентств, приходя на место классических турагентских фирм. Если раньше Интернет был местом для поиска информации, то сейчас это место для бронирования и совершения покупок. Такие сервисы, как Booking.com, Expedia.com, Airbnb или Aviasales и другие, набирают все большую популярность. В сегодняшнюю цифровую эпоху, когда заказы подтверждаются в течение минуты и целая поездка может быть запланирована несколькими нажатиями кнопки компьютера, путешествия стали более доступными, простыми и удобными, чем когда-либо прежде.

Во многих развитых странах мира наблюдается значительный рост спроса на многофункциональные мобильные тревел-приложения, такие как Sabre Travel Network Central Asia, TripCase и др. Распространение мобильных тревел-технологий набирает популярность и в Казахстане, что связано с ростом общего числа пользователей мобильных приложений, а также с фактором оптимизации денежных, информационных и временных затрат.

Однако о широком развитии данного вида туристических онлайн-услуг говорить пока рано. К сожалению, в сегменте онлайн-туризма Казахстана практически нет других востребованных услуг, кроме бронирования и оплаты отелей и авиабилетов.

Есть и другие проблемы: слабая информатизация туристических объектов и неразвитость

соответствующих онлайн-сервисов в Казахстане, дефицит предложений и т.д. Конечно, с развитием информационных технологий, ростом числа пользователей, доверия к онлайн-продажам и уровня интернет-грамотности ситуация будет меняться. Однако в целом онлайн-туризм в Казахстане будет развиваться активно только тогда, когда будет расти доля населения, способная позволить себе путешествовать.

Рассматривая зарубежный контент, можно отметить, что 74% путешественников планируют своё путешествие онлайн. Турция, например, объявила курс на развитие «туризма 4.0», – страна намерена вложить значительные средства в цифровой маркетинг для своей туристической отрасли.

Азиатские страны, в экономику которых туризм вносит существенный вклад, приступили к цифровой трансформации на правительственном уровне. В июне Шри Ланка объявила о запуске масштабного цифрового промо страны как привлекательного туристического направления, благодаря которому власти планируют привлечь 2,5 млн туристов уже в этом году.

В Индонезии в качестве ответа на международную экспансию Airbnb при поддержке правительства запустили собственную сеть бронирования гестхаусов и вилл Indonesia Travel Exchange (ITX), в ее базе уже насчитывается 2000 различных домовладений, сдаваемых в аренду.

В мире работают десятки технологических стартапов в сфере туризма, которые стремятся привнести в отрасль свои оригинальные идеи. Так, например, недавно получившая очередной грант камбоджийская платформа CamboTicket по электронной почте даёт возможность зарезервировать место в автобусах, на пароммах и в частных службах такси одновременно в Камбодже, Лаосе, Вьетнаме и Тайланде. (<https://firstlinesoftware.ru/news/blog/tsifrovoj-turizm...>).

Несмотря на кризисную экономическую ситуацию в мире, туризм демонстрирует устойчивую тенденцию к росту. Быстро появляются новые туристические маршруты и страны, конкурирующие с традиционными мировыми лидерами. Однако разный уровень социально-экономического развития стран и регионов сказывается на неравномерной динамике международных туристских потоков.

Современные подходы к оценке конкурентных позиций разных стран отличаются количеством и составом показателей эффективности, которые необходимо использовать для опреде-

ления уровня конкурентоспособности. Выбор тех или иных показателей зависит, в первую очередь, от используемой методологии, способов получения информации, а также уровня затрат для получения данной информации. В современной практике, как правило, используются общедоступные статистические данные, а также экспертные оценки. Наиболее популярной является оценка конкурентоспособности туристической страны, проводимая Всемирным советом по путешествиям и туризму (WTTC).

В своем отчете *Travel and Tourism Competitiveness Report*, публикуемом в рамках Всемирного экономического форума (World Economic Forum, WEF), рассматривается индекс конкурентоспособности туристической страны, в которых учитываются факторы, влияющие на

привлекательность туристической индустрии для развития и инвестиций.

Так, 5 апреля 2017 года Всемирный экономический форум (WEF) опубликовал свой доклад «Конкурентоспособность туризма и путешествий». Доклад, проводимый раз в два года, описывает совокупность факторов и политики, обеспечивающие устойчивое развитие сектора путешествий и туризма, что, в свою очередь, способствует развитию и конкурентоспособности страны. В докладе все эти факторы описываются одним индексом – индекс конкурентоспособности туризма и путешествий, который подсчитан для 136 стран мира. Индекс конкурентоспособности рассчитывается на основе 14 отдельных компонентов, представленных в таблице 1 (*The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017*):

**Таблица 1** – Показатели индекса конкурентоспособности туризма за 2017 год

Ключевые показатели	Место	Ключевые показатели	Место
Готовность в сфере ИКТ	52	Человеческие ресурсы и рынок труда	47
Здравоохранение и гигиена	6	Безопасность	58
Бизнес-среда	36	Ценовая конкурентоспособность	8
Экологическая устойчивость	99	Инфраструктура воздушного транспорта	71
Наземная и портовая инфраструктура	91	Инфраструктура туристических услуг	97
Природные ресурсы	92	Культурные ресурсы и деловые поездки	75
Примечание – таблица составлена на основе ( <i>The Travel &amp; Tourism Competitiveness Report 2017</i> )			

Казахстан в мировом индексе конкурентоспособности в сфере туризма занял 81-е место, улучшив свою позицию на 4 пункта по сравнению с 2015 годом.

Наиболее сильные позиции в рейтинге Казахстана занимает по здравоохранению и гигиене (6 место), ценовой конкурентоспособности (8 место), бизнес-среде (36 место), человеческим ресурсам (47 место), информационно-коммуникационным технологиям (52 место), безопасности (58 место). По инфраструктуре туристических услуг (гостиницы, курорты, заведения общепита) наша страна занимает 97 место среди 136 стран.

Низко оценили эксперты и открытость страны для международных путешественников (113 место). Среди критериев, по которым оценивалась открытость, – визовые требования. По этому показателю Казахстан на 114 месте из 136

стран. По заключенным двусторонним соглашениям о воздушном сообщении наша страна заняла 121 место.

Эксперты ВЭФ также оценивали размер государственных расходов на развитие туризма (Казахстан занял 46 место), эффективность маркетинга и брендинга в продвижении страны как туристического направления (102 место).

По экологической устойчивости страна заняла 99 место, включая строгость природоохранных норм (85) и соблюдение природоохранных норм (80).

Низкие показатели по наземной и портовой инфраструктуре (91 место), по эффективности наземного транспорта Казахстан на 49 месте, качество и плотность дорог – 106 и 132 места, соответственно, авиатранспортная инфраструктура – 71, качество инфраструктуры воздушного транспорта – 89 место. Существенно



отстает и инфраструктура туристических услуг – 97 место, качество инфраструктуры туризма – 121 место, гостиничные номера – 82 место.

По оценке природных ресурсов – Казахстан на 92 месте, по привлекательности природных ресурсов страна – 97 место, а по цифровому спросу на природный туризм страна занимает

118 позицию среди 136 стран мира (<http://www.nv.kz/2017/04/10/152877>).

Сопоставляя Казахстан с некоторыми странами мира по доле туризма в ВВП, количеству туристов за год и другим критериям можно видеть, что оборот в туристической сфере не очень велик и может иметь хороший потенциал роста, см. таблицу 2 (<http://stattur.ru/statistics.php>).

Таблица 2 – Мировая статистика в сфере туризма (2017 г.)

Страна	Площадь, кв.км	Доля туризма в ВВП, %	Туристов за год, тыс. чел.	Оборот в туристической сфере за год в млн \$	Число архитектурных и природных объектов ЮНЕСКО
Россия	17075200	5.7	29848	11759	1610
Казахстан	2717300	5.3	4560	1467	32
Грузия	69700	23.5	2229	1787	30
США	9826630	8.2	75022	191325	1113
Узбекистан	447400	3.2	975	121	41
Франция	547030	9.1	83701	58150	394
Швеция	449964	9.6	10522	12856	142
Южная Корея	98480	5.1	14202	17836	111
Япония	377835	7.9	13413	18853	164

Примечание – таблица составлена на основе источника ([http://stattur.ru/mipa\\_statistics.php](http://stattur.ru/mipa_statistics.php))

Данные мировой статистики в сфере туризма (2017) показывают следующую картину: по объему оборота в туристической сфере за год (млн. долл) Казахстан находится среди таких стран, как Ангола, Гватемала, Маврикий. По доле туристов в ВВП мы на одном уровне с Украиной, Македонией, Монголией. По количеству туристов за год мы находимся на уровне таких стран, как Камбоджа, Филиппины, Албания (<http://stattur.ru/statistics.php>).

Проблем, тормозящих развитие туристической отрасли в Казахстане, еще много. В их числе: низкая плотность населения, разобщенность участников рынка, недостаточно развитая нормативно-правовая база, а также неадекватно высокие цены на размещение, при довольно низком уровне развития инфраструктуры, нехватка квалифицированных кадров. Сегодня по доступности и уровню сервиса отечественный турпродукт неконкурентоспособен на мировом рынке и уступает зарубежным аналогам (<http://travelbank.kz/novosti/kak-za-odin-god...>).

Следует отдельно сказать о данных официальной статистики и системе статистических показателей сферы туризма. Имеющиеся показатели не отражают величину вклада предприятий в удовлетворение туристского спроса. Нет механизма статистического учета, отражающего показатель туристской добавленной стоимости, туристской доли потребления продукции. Наличие объективной статистической информации имеет ключевое значение для всех лиц, принимающих решения. Статистические знания и информация усиливают прозрачность и открытость политических решений. Они представляют собой общественное благо, на котором базируется функционирование современного общества (Радилов, 2018).

Статистика Казахстана как базовый элемент цифровой экономики должна отражать реальные процессы и проблемы туристической отрасли. Она должна идти в ногу со временем и переходить на современные цифровые технологии обработки и хранения данных, ее высокую

скорость, возможность децентрализованного хранения больших данных, работу с неструктурированными данными. Сегодня мы имеем, к сожалению, иную картину. Данные официальной статистики не соответствуют количественным и качественным показателям отрасли, отсутствуют четкие, понятные и точные цифры в динамике, запаздывают и устаревают показатели во временном анализе, нет ясной методологии и общего тренда развития за ряд лет. Инновационная статистическая платформа «Талдау» не обновляется, показывая диаграммы по развитию туризма лишь до 2011 года.

На уровне туристских регионов в последнее время стало происходить усиление конкуренции за счет увеличения товарного предложения, падения общего уровня цен на услуги, совершенствования методов продвижения туристских услуг. Однако для повышения уровня конкурентоспособности туристского региона необходимо, чтобы был сбалансирован между собой уровень развития туристских предприятий и уровень развития туристской индустрии в регионе в целом. То есть если в регионе имеются привлекательные туристские ресурсы и есть места для непосредственного размещения объектов туристской индустрии, но слабо функционирует, например, транспортная инфраструктура, то такой регион не будет являться конкурентоспособным, а значит, из его туристского потенциала невозможно будет извлечь желаемую выгоду.

В качестве основных причин, усиливающих конкуренцию на мировом туристском рынке на всех уровнях развития, можно выделить:

- мировой финансово-экономический кризис, который способствовал снижению мировых туристских потоков, а, следовательно, ужесточению конкуренции между предприятиями туристской индустрии;

- выявление новых участников туристской индустрии – туристские регионы, которые активно продвигают себя как наиболее привлекательные для туристов, перетягивая на себя существенную долю туристских потоков (страны Азии, Африки);

- появление нетрадиционных, привлекательных видов туризма;

- рост количества однотипных туристских продуктов, туризма, что привело к насыщению предложения на туристском рынке.

Мощный импульс развитию туризма дала Международная выставка ЭКСПО-2017. Для специалистов туристской индустрии ЦА региона ежегодно проходит Международная казахстанская

выставка «Туризм и Путешествия» – KITF. Выставка KITF – платформа демонстрации новых продуктов, направлений, заключения договоров, формирования тенденций в туризме, установления долгосрочных партнерских отношений между поставщиками туруслуг и рынком Казахстана и Центральной Азии. Как показывает опыт, именно на выставке подтверждаются условия действующего партнерства и открываются новые возможности.

### Заключение

Туризм сегодня является прибыльным видом бизнеса во всем мире. В связи с этим, повышение конкурентоспособности и эффективного управления туристской сферой Казахстана становится одной из приоритетных и значимых задач развития экономики и ее регионов. В целом комплексная стратегия совершенствования сферы туризма нацелена на разработку и внедрение специальных критериев и стандартов качества, формирование единой маркетинговой стратегии, обеспечение высококачественной инфраструктурой и высокого сервиса по мировым образцам. Также необходимо формирование и проработка новых видов туристских предложений, включая культурный, спортивный, медицинский, образовательный, экологический, этнографический, аграрный и другие.

Чтобы занять достойное место в мировой туристической индустрии в условиях жесткой конкуренции, Казахстану необходимо двигаться в направлении ускоренного внедрения продуктовых и технологических инновационных процессов. Продуктовые инновационные процессы выражаются в разработке новых, ранее неизвестных на рынке туров. Необходимо шире использовать востребованные в современном мире виды путешествий, в том числе экстремальные, экзотические, самобытные, отражающие культуру и быт местного, коренного населения с древнейших времен до настоящего времени.

В рамках технологических инноваций – шире привлекать новые формы материально-технического обеспечения туристической сферы с использованием IT-технологий, внедрение компьютерных технологий в систему бронирования и резервирования гостиниц, авиабилетов, использование инновационных технологий в сфере безопасности туристских маршрутов, а также мобильности, безопасности транспортного обслуживания.

Используя мировой опыт, современные инновационные технологии, активно применяя сетевые технологические платформы, а также собственные разработки в цифровизации отрас-

ли, Казахстан сможет достойно конкурировать с ведущими странами мира в индустрии туризма, продвигая национальный туризм на международных рынках под единым туристским брендом.

### Литература

- Henriksson R. Semantic web and e-tourism», working paper. – Helsinki University. – 2005. Available at: [https://www.researchgate.net/publication/251714067\\_Digital\\_economy\\_and\\_tourism\\_impacts\\_influences\\_and\\_challenges](https://www.researchgate.net/publication/251714067_Digital_economy_and_tourism_impacts_influences_and_challenges)
- Кевеш М. А., Абдрахманова Г.И., Гохберг Л.М. Индикаторы цифровой экономики 2017: стат. сборник / Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: НИУ ВШЭ, 2017. – 320 с.
- Price J., Starkov M. Building a blog strategy in hospitality: grow customer relationships and direct online revenue. – 2006. Available at <http://www.hospitalitynet.org/news/4026867.htm>
- The importance of digital marketing issues. Available from: [https://www.researchgate.net/publication/318360774\\_the\\_importance\\_of\\_digital\\_marketing\\_ISSUES](https://www.researchgate.net/publication/318360774_the_importance_of_digital_marketing_ISSUES) [accessed Oct 11 2018].
- Egger R., Buhalis D. Etourism Case Studies: Management and Marketing Issues. – Amsterdam: Butterworth-Heinemann. – 2008. ISBN 978-0-7506-8667-9.
- Cantoni L., Xiang Z. Information and Communication Technologies in Tourism 2013. – Berlin – Heidelberg: Springer. – 2013. ISBN 978-3-642-36309-2.
- Еремина Е.В. Диверсификация как стратегия развития предприятия. – 2006. <https://cyberleninka.ru/article/n/diversifikatsiya-kak-strategiya-razvitiya-predpriyatiya>
- Интернет-источник: [https://spravochnik.ru/amp/turizm/innovacii\\_v\\_turizme/neobhodimost\\_sozdaniya\\_novyh\\_form\\_turizma](https://spravochnik.ru/amp/turizm/innovacii_v_turizme/neobhodimost_sozdaniya_novyh_form_turizma)
- Рынок туризма Казахстана <http://horde.me/SuccessMedia/rynok-turizma-kazahstana.html>
- Перспективы развития туризма в Казахстане: мнение участников выставки «Туризм и Путешествия» KITF 2016 <http://www.investkz.com/articles/9285.html>
- István K., Krisztina Z. Safety and security in the age of global tourism (The changing role and conception of Safety and Security in Tourism). [http://ageconsearch.umn.edu/record/104672/files/10\\_Kovari\\_Safety\\_Apstract.pdf](http://ageconsearch.umn.edu/record/104672/files/10_Kovari_Safety_Apstract.pdf)
- Benckendorff P., Sheldon P.J., Fesenmaier D.R. Tourism Information Technology (Second Edition). – Wallingford, UK: CAB. – 2014. ISBN 978-1-7806-4185-0.
- Цифровой туризм: какие сегменты рынка организованных путешествий оцифровываются прежде всего? <https://first-linesoftware.ru/news/blog/345-tsifrovoy-turizm-kakie-segmenty-rynka-organizovannykh-puteshestvij-otsifrovuyutsya-prezhdevsego>
- The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017 <http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2017/>
- Казахстан занял 81-е место в рейтинге конкурентоспособности в сфере туризма <http://www.nv.kz/2017/04/10/152877>
- Статистика по странам мира <http://stattru.ru/statistics.php>
- Как за один год Казахстану стать туристической страной? <http://travelbank.kz/novosti/kak-za-odin-god-kazahstanu-stat-turisticheskoy-stranoy/>
- Радилов Д. С. Цифровая экономика в официальной статистике. <https://elibrary.ru/item.asp?id=32532449>

### References

- Benckendorff P., Sheldon P.J., Fesenmaier D.R. (2014) Tourism Information Technology (Second Edition). Wallingford, UK: CAB. ISBN 978-1-7806-4185-0.
- Cantoni L., Xiang Z. (2013) Information and Communication Technologies in Tourism 2013. Berlin – Heidelberg: Springer. ISBN 978-3-642-36309-2.
- Egger R., Buhalis D. (2008) Etourism Case Studies: Management and Marketing Issues. Amsterdam: Butterworth-Heinemann. ISBN 978-0-7506-8667-9.
- Henriksson R. (2005) Semantic web and e-tourism. Working paper. Helsinki University. Available at [https://www.researchgate.net/publication/251714067\\_Digital\\_economy\\_and\\_tourism\\_impacts\\_influences\\_and\\_challenges](https://www.researchgate.net/publication/251714067_Digital_economy_and_tourism_impacts_influences_and_challenges)
- Internet-source: [https://spravochnik.ru/amp/turizm/innovacii\\_v\\_turizme/neobhodimost\\_sozdaniya\\_novyh\\_form\\_turizma/](https://spravochnik.ru/amp/turizm/innovacii_v_turizme/neobhodimost_sozdaniya_novyh_form_turizma/)
- István K., Krisztina Z. Safety and security in the age of global tourism (The changing role and conception of Safety and Security in Tourism). [http://ageconsearch.umn.edu/record/104672/files/10\\_Kovari\\_Safety\\_Apstract.pdf](http://ageconsearch.umn.edu/record/104672/files/10_Kovari_Safety_Apstract.pdf)
- Kak za odin god Kazakhstanu stat' turisticheskoy stranoy? [How can Kazakhstan become a tourist country in one year?] <http://travelbank.kz/novosti/kak-za-odin-god-kazahstanu-stat-turisticheskoy-stranoy/>
- Kazakhstan zanyal 81-ye mesto v reytinge konkurentosposobnosti v sfere turizma [Kazakhstan ranked 81st in the competitiveness ranking in tourism] <http://www.nv.kz/2017/04/10/152877>
- Kevesh M. A., Abdrakhmanova G.I., Gokhberg L.M. (2017) Indikatory tsifrovoy ekonomiki 2017: stat. sbornik [Indicators of the digital economy 2017: stat. compilation]. Nats. issled. un-t «Vysshaya shkola ekonomiki». M.: NIU VSHE, 320 p.

Perspektivy razvitiya turizma v Kazakhstane: mneniye uchastnikov vystavki «Turizm i Puteshestviya» KITF 2016 [Prospects for the development of tourism in Kazakhstan: the opinion of the participants of the «Tourism and Travel» exhibition KITF 2016] <http://www.investkz.com/articles/9285.html>

Price J., Starkov M. (2006) Building a blog strategy in hospitality: grow customer relationships and direct online revenue. Available at <http://www.hospitalitynet.org/news/4026867.htm>

Radilov D. S. Tsifrovaya ekonomika v ofitsial'noy statistike [The digital economy in official statistics]. <https://elibrary.ru/item.asp?id=32532449>

Rynok turizma Kazakhstana [Kazakhstan tourism market] <http://horde.me/SuccessMedia/rynok-turizma-kazahstana.html>

Statistika po stranam mira [Country statistics] <http://statur.ru/statistics.php>

The importance of digital marketing issues. Available from: [https://www.researchgate.net/publication/318360774\\_the\\_importance\\_of\\_digital\\_marketing\\_in\\_the\\_tourism\\_industry](https://www.researchgate.net/publication/318360774_the_importance_of_digital_marketing_in_the_tourism_industry) [accessed Oct 11 2018].

The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017 [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TTCR\\_2017\\_web\\_0401.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2017_web_0401.pdf)

Tsifrovoy turizm: kakiye segmenty rynka organizovannykh puteshestviy otsifrovyvayutsya prezhde vsego? [Digital tourism: which segments of the organized travel market are digitized first?] <https://firstlinesoftware.ru/news/blog/345-tsifrovoj-turizm-kakie-segmenty-rynka-organizovannykh-puteshestvij-otsifrovyvayutsya-prezhde-vsego>

Yeremina E.V. (2006) Diversifikatsiya kak strategiya razvitiya predpriyatiya [Diversification as an enterprise development strategy]. <https://cyberleninka.ru/article/n/diversifikatsiya-kak-strategiya-razvitiya-predpriyatiya>