

БАЙМБЕТОВА А.Б., ШАРАПАЕВА Б.Ж.

Л.Н. Гумилев атындагы Евразия улуттук университети

БАЙМБЕТОВА А.Б., ШАРАПАЕВА Б.Ж.

Евразийского национального университет им. Л.Н. Гумилева

BAIMBETOVA A.B., SHARAPAEVA B.ZH.

Eurasian National University. L.N. Gumilyov

КАЗАКСТАНДЫН ТУРИЗМ ЧӨЙРӨСҮНҮН НЕГИЗГИ ӨНҮҮГҮДӨГҮ
САНАРИПТЕШҮҮСҮ

**ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВИЗАЦИИ В СФЕРЕ ТУРИЗМА
КАЗАХСТАНА**

THE MAIN DIRECTIONS OF DEVELOPMENT OF DIGITALIZATION IN THE FIELD
OF TOURISM IN KAZAKHSTAN

Аннотация: Санариптештирүүнүн адам ишмердүүлүгүнүн ар кандай чөйрөлөрүнө кириши, бүгүнкү күндө бизнес-процесстердин натыйжалуулугун жогорулатуунун негизги факторлорунун бири болуп калууда, анын маанилүүлүгү көптөгөн туристтик ишканалар тарабынан толук тааныла элек. Санариптештирүүнүн мүмкүнчүлүктөрүн ишке ашырып, кийинчерээк өз ишмердүүлүгүнө киргизген ишканалар өндүрүштү оптималдаштырып гана тим болбостон, заманбап шарттарда аман калууга мүмкүндүк берген атаандаштык артыкчылыктарга да ээ боло алышты.

Аннотация: Проникновение цифровизации в различные сферы человеческой деятельности, на сегодняшний день становится одним из ключевых факторов повышения эффективности бизнес-процессов, важность которого еще не до конца осознана многими предприятиями сферы туризма. Предприятия, которые осознали возможности цифровизации, а позже внедрив их в свою деятельность, смогли не только оптимизировать производство, но и приобрести конкурентные преимущества, позволившие им выжить в современных условиях.

Annotation: The penetration of digitalization into various spheres of human activity today is becoming one of the key factors in improving the efficiency of business processes, the importance of which is not yet fully recognized by many tourism enterprises. Enterprises that have realized the possibilities of digitalization, and later implemented them in their activities, were able not only to optimize production, but also to acquire competitive advantages that allowed them to survive in modern conditions.

Негизги сөздөр: туризм, санариптештирүү, өнүгүү, негизги багыттар, онлайн

Ключевые слова: сфера туризма, цифровизация, развития, основные направления, онлайн

Keywords: tourism, digitalization, development, main directions, online

Цифровая трансформация затрагивает все области деятельности человека. Не является исключением и туристическая индустрия. Раньше клиент приходил в турагентство, где специалист выяснял его требования и подбирал тур, получая комиссию от разрабатывающих пакетные предложения компаний. Сейчас такая схема работает плохо. В мировом масштабе всё большее количество клиентов предпочитает взаимодействовать в режиме онлайн. Причем многое он может сделать сам. Самое простое – найти и купить горящие путевки на специализированных сайтах.

Сам термин «цифровизация» появился в связи с интенсивным развитием информационно-коммуникационных технологий. Сегодня «цифровизацию» (от англ. digital, цифровой) уже можно вносить в словари как омонимы, поскольку существует значительное количество ее определений [1].

Современное информационное сообщество вкладывает в понятие «цифровизация» следующее содержание «цифровой способ связи, записи, передачи данных с помощью цифровых устройств». В то же время, И.В. Кучерук рассматривает цифровизацию как смену парадигмы общения и взаимодействия друг с другом и социумом [2].

Курочкина И.Г. рассматривает процесс цифровизации с позиции разделения экономики на три сектора (первичный – сельское хозяйство и добыча полезных ископаемых, вторичный – промышленное производство, третичный – услуги), то принципиальным отличием является не столько увеличение доли третичного сектора или появления и расширения нового (цифровой экономики), а радикальное преобразование всех трех уже существующих секторов [3].

Индустрия туризма хорошо приспособлена для цифровизации, поэтому за последние десятилетия испытала значительное влияние научно-технического прогресса. В XXI веке деятельность туристических предприятий не обходится без использования информационных и цифровых технологий. Для того чтобы выжить в век конкуренции, необходимо внедрять инновационные технологии. В подобных случаях турагенты и туроператоры туруслуг

должны разрабатывать и использовать новые виды услуг, которые не только понравятся туристу, но и будут уникальными. Для этого появляется необходимость формирования новых потребительских ценностей: - комплексный сервис с помощью расширения ассортимента дополнительных услуг; - совершенствование пост продажного сопровождения покупателя; - введение международных стандартов обслуживания. Говоря о динамическом пакетировании, нужно отметить, что оно является универсальным конструктором индивидуальных туров, которое позволяет за пару минут оформить бронь, оплатить услуги и заказать билеты на благоприятных условиях. Благодаря специальным предложениям перевозчиков и отелей, прайс в пакете тура, как правило, ниже, чем на услуги, которые были забронированы отдельно на сайтах компаний-поставщиков [4].

Информационные технологии в туризме - это система методов и способов передачи и обработки информации на основе использования технических средств, которые могут применяться при управлении предприятиями сферы туризма, а именно: обслуживании клиентов, сотрудничестве с поставщиками, посредниками, органами государственной власти, налаживании с ними партнерских отношений и тому подобное. Влияние цифровизации на туризм осуществляется на разных стадиях создания и продвижения туристического продукта (Рис. 1) [5]. Положительное влияние цифровизации на туристский поток обуславливается трансформацией сферы туризма из такой, которая ориентирована на обслуживание организованных туристов, - на многоотраслевую сферу деятельности, которая направлена на удовлетворение разнообразных потребностей индивидуальных туристов.

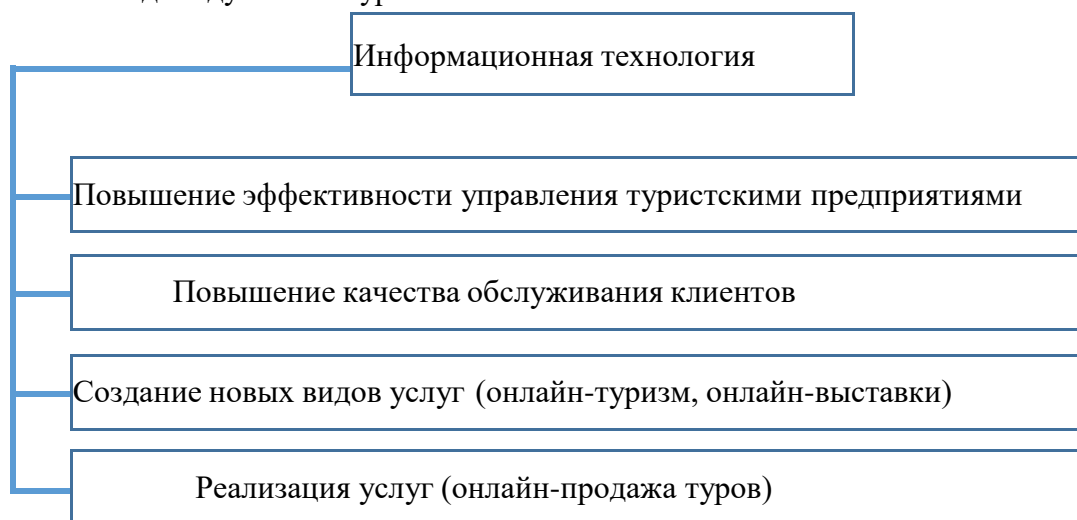


Рис. 1. Основные направления цифровизации в туризме

Несмотря на достаточную распространенность информационных технологий, уровень их использования отечественными предприятиями является весьма незначительным, что обусловлено: – низким уровнем развития информационно-коммуникационной инфраструктуры; – отсутствием баз данных туристского профиля в отдельных регионах страны; ограниченностью информации и рекламы туристического продукта на рынках; – низким уровнем развития виртуальных туристских предприятий; – отсутствием государственной электронной системы обеспечения субъектов туристической деятельности оперативной информацией о спросе, предложении, ценах, тарифах [6].

Подытоживая изложенное выше, можно составить таблицу, отражающую преимущества и недостатки цифровизации для потребителей туристических услуг (таблица 1).

Преимущества от цифровизации для потребителей туристских услуг очевидны, поскольку пользователями цифровых продуктов и услуг выступает само население, которое имеет возможность получать скоростной доступ к Интернету, информации и базы знаний,

делая нашу жизнь более комфортной и удобной, то есть такой, которая отвечает реалиям сегодняшнего дня.

Таблица 1. Преимущества и недостатки цифровизации для потребителей туристических услуг

Преимущества цифровизации	Недостатки цифровизации
<ul style="list-style-type: none"> - Появление новых профессий; - Повышение производительности труда и скорости обслуживания; - Непрерывное развитие мультимедийного контента и технологий, появление онлайн-туризма; - Расширение спектра предоставляемых услуг; - Появление «умных городов»; - Возможность получить туристские услуги не выходя из дома; - Повышение качества жизни; - Сокращение бюрократических процедур; - Онлайн продажа / заказ товаров / услуг уменьшает автомобильный трафик и снижает загрязнение окружающей среды 	<ul style="list-style-type: none"> Сокращение рабочих мест за счет автоматизации некоторых бизнес-процессов; Большое количество нынешних специальностей и компетенций, за не востребованностью, вовсе пропали; Снижение человеческих и кадровых возможностей. Существенная часть людей, с большой долей вероятности не справится с «современной» работой в виду своей неподготовленности; Вероятность ошибок и неточностей при автоматическом выборе туров; - Рост киберпреступности
Примечание – составлено на основании источника [6]	

Таким образом, положительного эффекта от цифровизации туризма не придется долго ждать. Отказываясь от бумажных процессов и цифровизируя составляющие элементы своей работы, туристские компании смогут уменьшить количество шагов, ранее необходимых для их функционирования, улучшить сроки обслуживания клиентов, значительно повысить эффективность своей деятельности и, в конечном итоге, снизить эксплуатационные расходы. Цифровизация туризма поможет обществу создать надежную цифровую среду, оптимизировать и масштабировать операции, сделать их последовательными и безопасными. За счет цифровизации становится возможным ускоренно развивать инновации, поддерживать стартапы, внедрять цифровые технологии в области туризма. Реализация всех вышеперечисленных условий позволит повысить продуктивность функционирования всей сферы туризма и получить дополнительные конкурентные преимущества в глобализирующемся цифровом мире.

С целью более подробного исследования специфики развития турагентского бизнеса проанализируем статистические данные. Всего по состоянию на 31.12.2020 года в Едином реестре турагентов РК (ЕРТРК) состоит 105 турагентств. Большая часть зарегистрированных турагентств по-прежнему в г.Алматы (56,2 % от общего числа). Количество турагентств, зарегистрированных в ЕРТРК с разбивкой по городам: Алматы – 59, Нур-Султан – 14, Актау – 4, Актобе – 5, Караганда – 2, Костанай – 2, Усть-Каменогорск – 3, Атырау – 5, Уральск – 2, Шымкент – 1 (рис. 2).

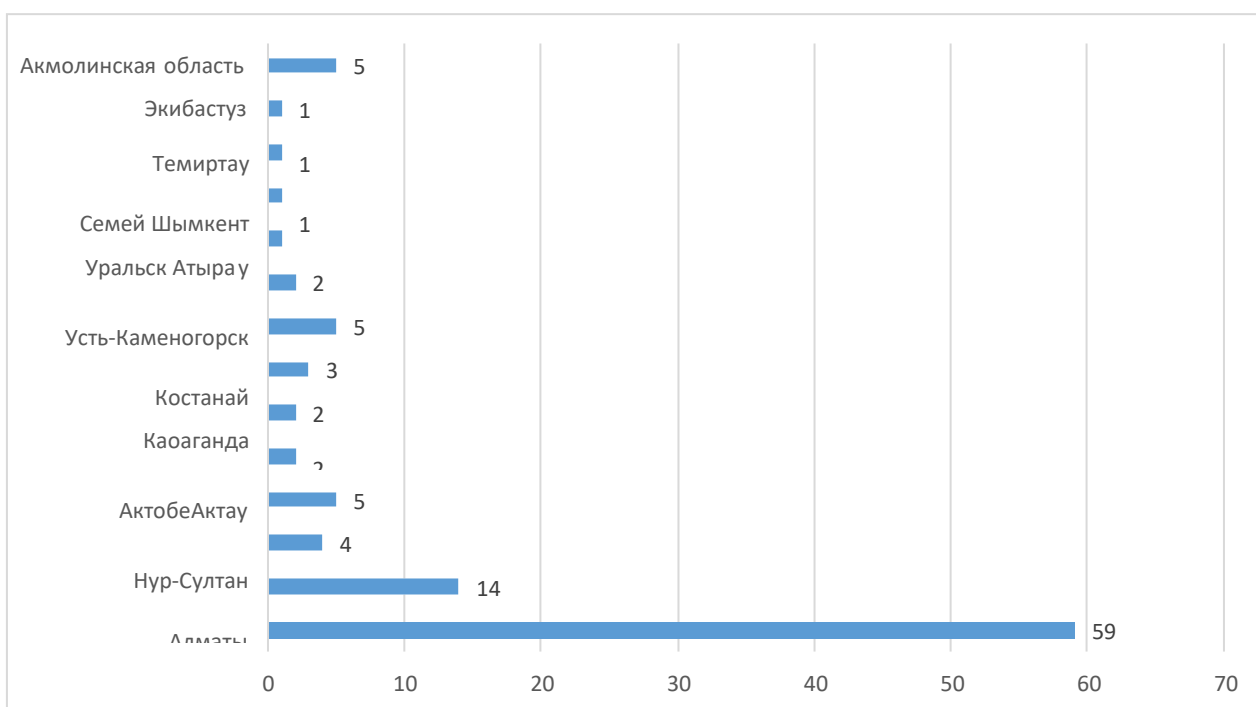


Рис. 2. Количество туристических агентств, зарегистрированных в ЕРТРК [7].

Следует отметить, что в 2020 году туристические агентства в Казахстане попали в очень тяжелое положение – 16 марта 2020 года в Казахстане объявлено чрезвычайное положение, по всему миру закрылись границы, остановлены международные авиаперевозки. Из-за пандемии коронавируса одинаково пострадали выездной, въездной и внутренний туризм. В сфере выездного туризма встал вопрос возврата клиентов, в сфере въездного – закрытые границы и отсутствие авиаперелетов. Из-за пандемии коронавируса в Казахстане введен визовый режим для граждан более 50 стран мира. Такая мера стала дополнительным препятствием для запуска иностранного туризма.

В обязанности менеджеров по туризму входят: формирование и работа с клиентской базой, разработка и проведение компаний по привлечению клиентов, маркетинговое исследование рынка туристических услуг, организация работы офиса, заключение договоров, оформление туристических документов, консультирование по турпродукту, подбор, разработка, оформление, расчет стоимости и продажа туров, бронирование билетов, гостиниц; консультация клиентов и выявление потребностей.

На сегодняшний день работа туристических предприятий практически невозможна без использования информационных технологий, в том, что жизнь в наше время трудно представить без них. С их помощью компании будут выполнять следующие задачи:

- упрощение работы с документацией с помощью программ Microsoft;
- бронирование туров;
- доступ к электронным каталогам и сайтам;
- использование электронной почты;
- применение интернет связи (Skype, Twitter, Facebook) для контакта с клиентами и партнерами;
- проведение платежей через интернет;
- использование программ-переводчиков.

Решение этих задач способно повлиять на издержки деятельности предприятия в сторону их снижения, а также ускорить продвижение турпродуктов.

Таким образом, для развития цифровой трансформации турагентской деятельности в Казахстане необходимо предусмотреть и закрепить документально на соответствующих уровнях власти, создание организационных, правовых, технических и финансовых условий.

Учитывая зарубежный опыт реализации подобных инициатив, первоочередной задачей целесообразно определить цифровую трансформацию турагентской деятельности. Для получения максимального эффекта от цифровой трансформации турагентской деятельности необходимо, чтобы программы развития цифровой экономики были дополнены необходимой правовой и нормативной базой, подотчетностью учреждений и возможностью повышать навыки и знания работников. Предлагаемые мероприятия являются достаточно затратными для казахстанских турагентств, но в Казахстане разработано много госпрограмм поддержки инновационных внедрений и цифровизации, которые предусматривают льготное финансирование и гранты на развитие информационных технологий. Их использование позволит расширить деятельность казахстанских турагентств.

Список цитируемых источников:

1. Цифровизация [Электронный ресурс] // Викисловарь. – Режим доступа: <https://ru.wiktionary.org/wiki/цифровизация> (дата обращения: 20.01.2022).
2. Цифровизация и формирование цифровой культуры: социальный и образовательный аспекты. Международная электронная научно-практическая конференция, 30 октября 2019 / Под науч. ред. И.В. Кучерук. – Астрахань: Изд-во ООО ПКФ «Триада», 2019. – 256 с.
3. Курочкина И.Г. Концептуальные основы цифровизации экономики // Национальные экономические системы в контексте формирования глобального экономического пространства. Сборник научных трудов: в 2 томах. 2019. – С. 66-70.
4. Радван Ю. Цифровизация в сфере туризма // Современные аспекты экономики. 2020. № 5- 2 (273). – С. 13-18.
5. Шаронова Е.А. Цифровые технологии гостеприимного сервиса // Цифровая География. Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. В 2-х томах. Науч. редакторы А.И. Зырянов, Т.В. Субботина, С.В. Копытов. Пермь, 2020. – С. 186-191.
6. Суюнчалиева М.М. Цифровизация в индустрии туризма - как один из инновационных подходов в развитии Казахстана // Конкурентоспособность национальных экономик и регионов в контексте глобальных вызовов мировой экономики. Сборник научных трудов IV международной научно-практической конференции. 2019. – С. 208-212
7. Единый реестр турагентов республики Казахстан (ЕРТПК) // <http://www.kaztour-association.com/tourfirms.html>