

Обзор
Review

УДК 338.48

DOI: 10.18413/2408-9346-2024-10-4-0-3

Заирова Х. Б.¹
Рахимбекова Ж. С.²
Богомазова И. В.³

**Развитие информационного обеспечения продвижения
туристской дестинации в условиях цифровой трансформации
экономики (на примере Республики Казахстан)**

¹Турагентство SunWay,
просп. Абая, 40, Алматы 050000, Казахстан

²Алматы менеджмент университет,
ул. Розыбакиева, 227, Алматы 050060, Казахстан

³ФГАОУ «Белгородский государственный национальный
исследовательский университет»,
ул. Победы, 85, Белгород 308015, Россия

¹e-mail: Hurwida96@mail.ru

²e-mail: Zh.Rahimbekova@almai.edu.kz

³e-mail: bogomazova@bsu.edu.ru

²ORCID: 0000-0002-5726-1426

³ORCID: 0009-0001-1876-109X

*Статья поступила 10 ноября 2024 г.; принята 14 декабря 2024 г.;
опубликована 30 декабря 2024 г.*

Аннотация. Трансформационные процессы в обществе и экономике определили отраслевые изменения в туристском секторе и индустрии гостеприимства, обеспечив дальнейшие перспективы и стратегические ориентиры ее функционирования. Положительное развитие сферы туризма возможно путем комбинации различных факторов, обеспечивающих уникальность туристского предложения с учетом комплексного системного подхода в продвижении дестинаций, программ территориального развития и разработки мастер-планов, вовлечения инвестиционных ресурсов. В статье приведены результаты комплексного исследования особенностей развития туристской индустрии в современных условиях, выделена совокупность отраслевых стратегических приоритетов и оценены цифровые продукты, используемые в системе продвижения туристских дестинаций в Республике Казахстан. Вопросы возможной переориентации потоков туристов с учетом стимулирования развития внутреннего и въездного туризма невозможны без активного внедрения цифровых технологий и совершенствования системы информационного обеспечения туристских дестинаций. В качестве инструментов продвижения в работе обоснована целесообразность расширения применения цифровых инструментов и сервисов

Ключевые слова: туризм; туристские дестинации; цифровые инструменты и сервисы; туристская экосистема

Для цитирования: Заирова Х. Б., Рахимбекова Ж. С., Богомазова И. В. Развитие информационного обеспечения продвижения туристской дестинации

в условиях цифровой трансформации экономики (на примере Республики Казахстан) // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2024. Т. 10. № 4. С. 37-54. DOI: 10.18413/2408-9346-2024-10-4-0-3

UDC 338.48

Khurshida B. Zairova¹
Zhanar S. Rakhimbekova²
Irina V. Bogomazova³

**Development of information support for the promotion
of a tourist destination in the context
of digital transformation of the economy
(on the example of the Republic of Kazakhstan)**

¹ SunWay Travel Agency,
40 Abay Ave., Almaty 050060, Kazakhstan

² Almaty Management University,
227 Rozybakiev St., Almaty 050060, Kazakhstan

³ Belgorod State National Research University,
85 Pobedy St., Belgorod 308015, Russia

¹e-mail: Hurwida96@mail.ru

²e-mail: Zh.Rahimbekova@almau.edu.kz

³e-mail: bogomazova@bsu.edu.ru

²ORCID: 0000-0002-5726-1426

³ORCID: 0009-0001-1876-109X

Abstract. Transformational processes in society and the economy have determined sectoral changes in the tourism sector and the hospitality industry, providing further prospects and strategic guidelines for its functioning. The positive development of the tourism sector is possible through a combination of various factors that ensure the uniqueness of the tourist offer, taking into account an integrated systematic approach in promoting destinations, territorial development programs and the development of master plans, and the involvement of investment resources. The article presents the results of a comprehensive study of the peculiarities of the development of the tourism industry in modern conditions, identifies a set of industry strategic priorities and evaluates digital products used in the system of promotion of tourist destinations in the Republic of Kazakhstan. The issues of possible reorientation of tourist flows, taking into account the stimulation of the development of domestic and inbound tourism, are impossible without the active introduction of digital technologies and improvement of the information support system for tourist destinations. The expediency of expanding the use of digital tools and services is justified as tools for promotion in the work.

Keywords: tourism; tourist destinations; digital tools and services; tourism ecosystem

For citation: Zairova, Kh. B., Rakhimbekova, Z. S., Bogomazova, I. V. (2024), "Development of information support for the promotion of a tourist destination in the context of digital transformation of the economy (on the example of the Republic of Kazakhstan)", *Research Result. Business and Service Technologies*, 10 (4), pp. 37-54. DOI: 10.18413/2408-9346-2024-10-4-0-3

Введение (Introduction). В условиях в последнее десятилетие на современных социально-экономических первоочередной план выходят цифровые

системы и вопросы глобализации бизнес-процессов в отрасли, способствующие продвижению туристских услуг и продуктов аттракций, расширяющие комплекс коммуникаций в системе взаимодействия с потенциальными туристами и гостями. Развитие технологических инноваций, в том числе и в индустрии сервиса, определяет расширение зоны влияния интернет-технологий, электронной коммерции, VR- и AR-технологий. При этом туристские дестинации должны быстро адаптироваться и осуществлять поиск эффективных решений, направленных на продвижение в условиях глобального информационного пространства, обеспечивая популяризацию собственной туристской идентичности, сохранение и усиление конкурентоспособности, тем самым способствуя расширению потенциального рынка потребителей и стимулируя развитие повторных возвращений в дестинацию.

Внедрение и развитие информационно-коммуникационного обеспечения в сферу туризма и гостеприимства с целью развития туристских дестинаций расширяет возможности для путешественников, формируя тем самым удобное, эффективное и персонализированное предложение. В качестве основополагающих факторов следует выделить:

- расширение доступности информации за счет сокращения временных затрат при поиске туристской информации;

- повышение качества обслуживания в результате автоматизации бизнес-процессов на различных этапах обслуживания (онлайн-системы, электронная оплата, ИИ);

- вовлечение цифровых каналов коммуникации (веб-сайты, социальные сети, мобильные приложения) в систему продвижения и сбыта.

Информационное сопровождение и расширение влияния технологий на сферу туризма привели к развитию систем по поиску информации, бронированию, маркетингу и продвижению, обслуживанию клиентов, управлению ресурсной базой и принятием решений.

Цель исследования (The aim of the work) – оценка ресурсного потенциала и выявление возможностей, обеспечивающих информационное продвижение туристских дестинаций в условиях трансформационных процессов в цифровой экономике.

Материалы и методы исследования (Materials and Methods).

Основополагающими исследованиями в контексте теоретических и методологических аспектов являются труды отечественных и зарубежных авторов. Так, работы Бурнашева Р.Ф. (Бурнашев, Акбарзода, 2023), Морозова М.А., Морозовой Н.С. (Морозов, Морозова, 2012; 2020), Новобрицкой Е.А. (Новобрицкая, Пауль, Лаврушина, 2014), Сердюкова С.Д. (Сердюков, Сердюкова, Романова, 2018) и др. отражают информационное обеспечение в индустрии туризма и гостеприимства через нормативно-правовое регулирование, комплекс продвижения и информационное сопровождение развития туристских аттракций и дестинаций (интернет, мобильные технологии, туристская навигация, туристские информационные центры, брендинг). Кирьянова Л.Г. (Кирьянова, 2010), Сердюков С.Д. Романова Г.М., Сердюкова Н.К. (Сердюков, Романова, Сердюкова, 2022) рассматривают вопросы продвижения территорий.

В исследованиях Арефьева А.С. (Арефьев, 2020), Богомазовой И.В., Климовой Т.Б. (Богомазова, Климова, 2019; 2022), Гарифьяновой В.И., Галимова А.М. (Гарифьянова, Галимов, 2019), Гордиенко С.В. (Гордиенко, 2021), Кирилловой С.А. (Кириллова, 2020; 2021), Кицис В.М., Морозовой Е.А. (Кицис,

Морозова, 2021), Маркеловой Е.А., Хайретдиновой О.А. (Маркелова, Хайретдинова, 2022), Харченко Д.Е., Лебедевой С.А. (Харченко, Лебедева, 2022) и др. раскрываются перспективные направления, а именно цифровизация отраслевых процессов в туризме и гостеприимстве.

Анализ состояния и тенденций развития туризма в Республике Казахстан по данным Бюро национальной статистики отражает сокращение потоков внутренних перемещений до 8,87 млн поездок в 2022 году. Распределение числа поездок имеет следующий вид – жители Туркестанской области совершили 834 тыс. поездок, Алматинской – 800 тыс. поездок, Астаны – 764 тыс. поездок, Алматы – 756,5 тыс. поездок. Рейтинг замыкают жители Атырауской (114,3 тыс. поездок) и Улытауской областей (126,4 тыс.).

В контексте регионального распределения внутреннего туризма наблюдается устойчивый тренд, характеризующийся редким перемещением туристов вне области постоянного проживания, за исключением Астаны и Алматы. Что касается географии путешествий жителей этих регионов, то проживающие в Астане предпочитают к посещению Акмолинскую область (60%), алматинцы путешествуют как внутри области (30,1%), так и посещают Жетысускую область (23,1%); Туркестанская область популярна у жителей Шымкента (30,7%).

Структурный подход в оценке состояния туристской индустрии позволяет сделать ряд выводов:

- преобладание личных поездок (94,9%) над путешествиями делового плана (5,1%) – международные выставки, научные конференции, конгрессы, бизнес-семинары и т.д.;

- соотношение общего числа номерного фонда имеет следующий вид – 70% стандартные номера, 14% номера без удобств, 14% номера «люкс»-категории, 3% представлены апартаментами;

- география распределения средств размещения преобладает в следующих областях – Акмолинская область и Алматы, Абайская, Восточно-Казахстанская, Жетысуская, Алматинская области и Астаны;

- среднее число гостей, которое приняло каждое из средств размещения, соответствует 919 человек;

- анализ динамики туристских потоков, как из числа туристов РК, так и иностранных туристов, отражает рост числа прибытий соответственно на 12% и 30% (в том числе за счет представителей РФ, Узбекистана, КНР, Индии, Кыргызстана, Таджикистана, Турции, Южной Кореи, Германии, США).

В качестве популярных направлений для выездного туризма традиционно остаются Турция, Египет, Таиланд, медицинский туризм в Южной Корее, ОАЭ, Чехия, Германия.

Динамику потока иностранных туристов, заинтересованных в РК как направлении въездного туризма, отражает рисунок 1.

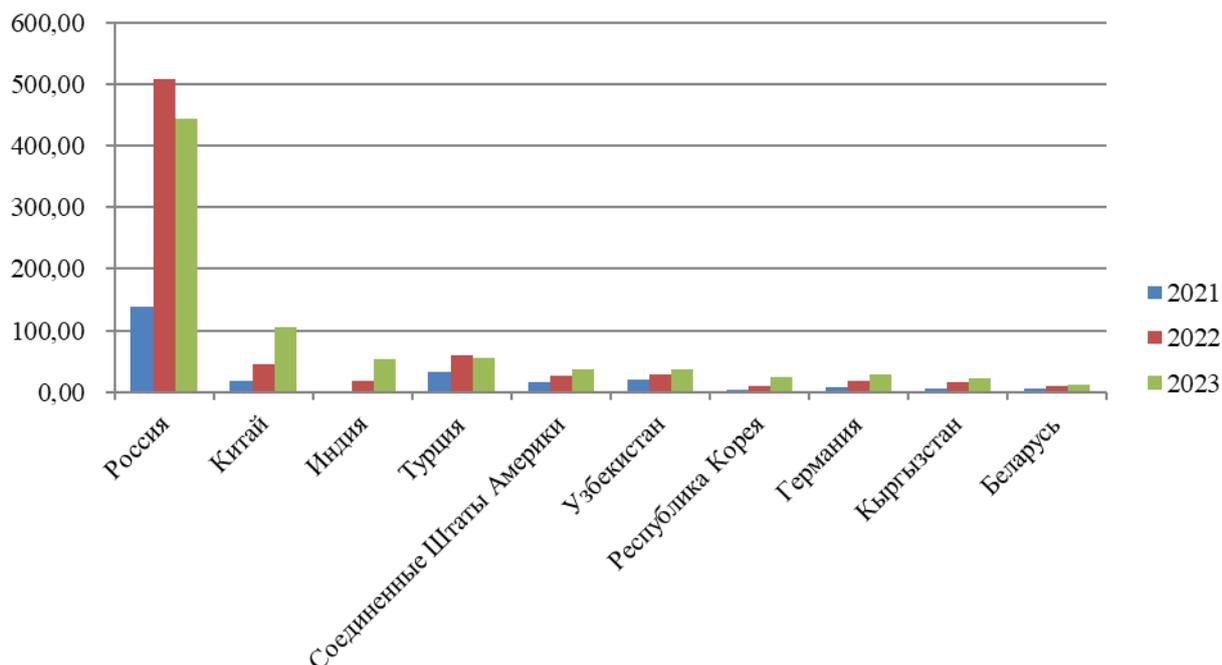


Рис. 1. Количество обслуженных въездных посетителей местами размещения по гражданству

Fig. 1. Number of inbound visitors served by accommodation facilities by nationality

Объем оказанных туристических услуг в 2023 году в курортных зонах также неравномерен. Преобладающая величина характерна для Алматинского горного кластера – 80 664 095,9 тыс. тенге, Щучинско-Боровской курортной зоны – 18 277 462,6 тыс. тенге, Мангистауской курортной зоны – 14 665 069,5 тыс. тенге. С существенным отставанием показали результаты:

- Алакольская курортная зона (область Абай) – 4 489 450,8 тыс. тенге;
- Туристская зона Туркестан – 3 103 318,6 тыс. тенге;
- Алакольская курортная зона (область Жетісу) – 2 636 235,2 тыс. тенге;
- Балхашская курортная зона – 1 389 638,3 тыс. тенге;
- Баянаульская курортная зона – 1 245 109,5 тыс. тенге.

Минимум оказанных туристических услуг характерен для курортной зоны Катон-Карагай, туристской зоны Байконур, Алакольской курортной зоны (ВКО и Алматинская область).

Проведенная оценка позволила осуществить систематизацию данных и выделить основные проблемные стороны в контексте внутреннего туризма, а именно:

- человеческий капитал и кадровая составляющая;
- состояние инфраструктурного комплекса – низкое качество дорог (43,4%) и развития системы транспортного обеспечения (24,2%), сервисное обслуживание (41,3%), отсутствие бытового обслуживания (31%);
- инвестиционная привлекательность – ограниченные финансовые ресурсы (48%);
- качество предлагаемых услуг – несоответствие параметров «цена-качество» (33,4%), низкий уровень сервиса (23,3%);
- система информационного продвижения – необходимость расширения влияния цифровизации в системе внутреннего туризма.

С позиции государственного влияния следует отметить существенное воздействие и необходимость активизации

развития рынка внутреннего туризма. При этом туристской отрасли отводится ключевая роль в качестве источника экономического роста и развития, обеспечивающего мультипликативное воздействие на смежные отрасли экономики, что приведет к увеличению занятости в сфере туризма и сопутствующих секторах до 800 тыс. человек. В соответствии с этим Правительством утверждена «Концепция развития туристской отрасли Республики Казахстан на 2023 – 2029 годы» (Постановление Правительства Республики Казахстан ..., 2023).

Основные стратегические ориентиры в индустрии туризма и гостеприимства в Республике Казахстан нацелены на:

- развитие инфраструктуры;
- создание благоприятного климата, повышение качества сервиса и развитие цифровизации;
- расширение комплекса продвижения потенциала, как на межрегиональном уровне, так и в системе международных отношений.

В этом контексте особое внимание должно быть уделено процессам цифровизации и продвижения посредством расширения информации об имеющемся потенциале индустрии туризма (цифровая реклама, видео-реклама, социальные сети и PR-продвижение, блогинг, выставки, в том числе международные мероприятия «Iron Man», «Игры кочевников»).

Также для формирования национального турпродукта и его продвижения особое внимание уделено Казахстанскому туристскому бренду на основе концепции «4E» – Ecology, Ethnography, Events, Entertainment.

В качестве суббрендов выступает ряд известных фактов и образов о стране, среди которых «Родина яблок», «Путь тюльпана», «Одомашнивание лошади», «Алтай – колыбель цивилизации», «Великий Шелковый путь – Казахстан» (Как Kazakh Tourism будет развивать туризм..., 2024).

Целевые индикаторы в сфере туризма в 2029 году будут иметь положительную динамику:

- валовая добавленная стоимость составит 6,3 трлн тенге;
- число занятых – 800 тыс. человек;
- инвестиции – 260 млрд тенге;
- доходы от международных туристских прибытий – 5,5 млрд долларов США.

Национальные приоритеты, ориентированные на диверсификацию экономики и повышение уровня благосостояния и качества жизни населения РК, должны в полной мере отражать продвижение и осуществление проектной деятельности на приоритетных туристских территориях. В качестве ключевой организации в индустрии туризма выступает АО «НК «Kazakh Tourism», которая в качестве информационно-аналитического ресурса способствует управлению, координации и развитию туристской индустрии в стране (АО «Национальная компания «Kazakh Tourism», 2024).

Оценка существующего информационного обеспечения продвижения туристских дестинаций в условиях цифровой трансформации экономики свидетельствует об использовании следующих систем.

1. Информационная система «e-Qonaq» (<https://eqonaq.kz/>), позволяющая вести учет прибытий иностранных гостей, обеспечивая тем самым анализ туристических потоков, расчет туристического сбора Ved-Tax и т.п. Данный сервис интегрирован в Национальный туристский портал «Kazakhstan.travel», это позволяет осуществлять бронирование отелей, экскурсионную визуализацию в формате 3D – туров по Казахстану и прочее.

2. Национальный туристский портал «Kazakhstan.travel» (<https://kazakhstan.travel/>) – ориентирован для применения как туристами, так и

предпринимательскими структурами (Национальный туристский портал «Kazakhstan.travel»..., 2024). Посетители могут ознакомиться с туристическими направлениями, запланировать поездку, сформировать путешествие с позиций организации туров по видам туризма и маршрутам, получить различную информацию. Экосистемный подход позволяет бизнес-структурам осуществлять размещение своего бизнеса на национальном туристском портале, анализировать отраслевую статистическую информацию, найти или выступить в качестве инвестора. Однако при всех возможностях ресурса для него характерно отсутствие актуализации информации с 2022 года.

3. На веб-платформе «Туризм Онлайн» (<https://tourisonline.kz/>) можно ознакомиться с проектами в контексте развития внутреннего и въездного туризма, интерактивной картой маршрутов и достопримечательностям по туристским дестинациям Республики Казахстан (содержит информацию о 50 маршрутах и соответствующей инфраструктуре), с

мерами господдержки, в том числе в контексте льготного финансирования и субсидирования, грантовой поддержки, таможенных льгот; разделы «Знак качества» и «База стандартов» содержат регулируемую информацию об обладателях знака качества и нормативно-правовых документах, регламентирующих функционирование в сфере туризма (Веб-платформа «Туризм Онлайн»..., 2024).

4. Работа в информационной системе «ТУРСТАТ» (<https://tourstat.kz/>) позволяет сформировать портрет туриста, провести оценку статистической информации, формировать отчеты, ознакомиться с основными мероприятиями и событиями в отрасли, осуществить выбор из базы туроператоров (Информационная система «ТУРСТАТ»..., 2024). Этот сервис также отличает слабая наполняемость разделов «Статистика туризма», «Создать отчет», «Дайджест», «База туроператоров», также имеются проблемы с выгрузкой данных по определению количества туристов в разрезе стран (рис. 2).

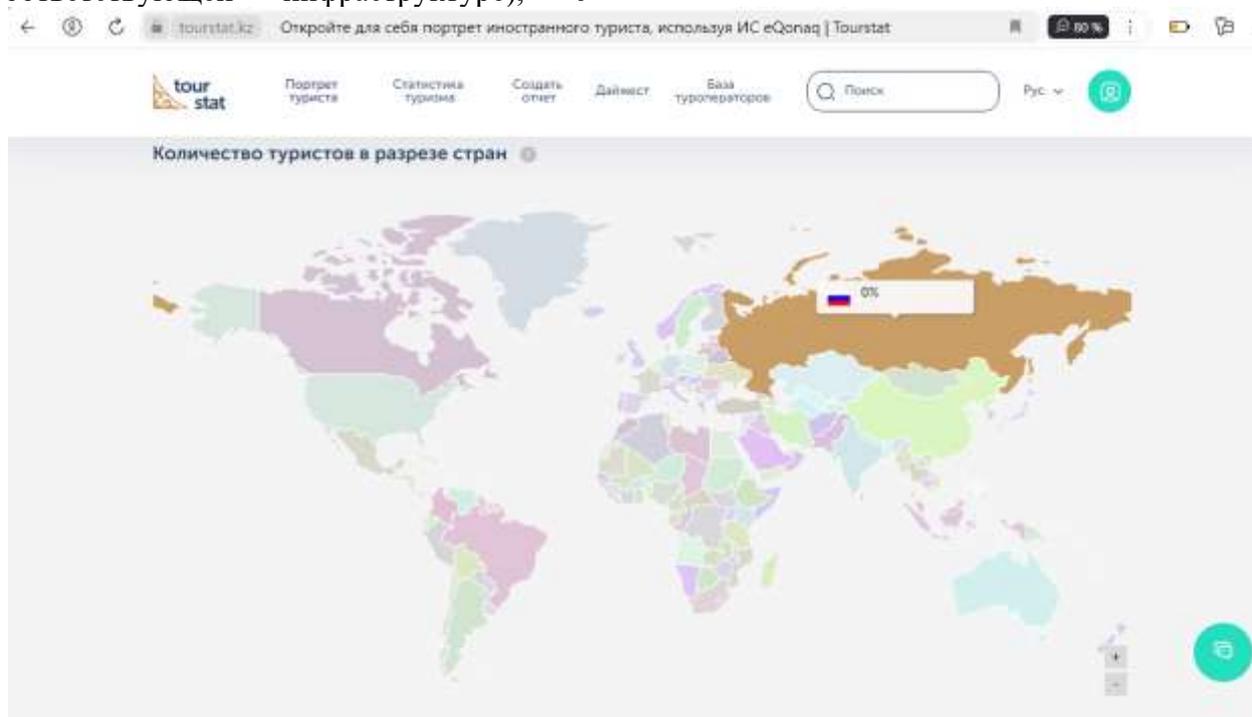


Рис. 2. Количество туристов в разрезе стран
Fig. 2. Number of tourists by country

Особый интерес вызывает функционал, позволяющий составить портрет туриста. При этом у пользователя

есть возможность получить данные как с позиций гендерных характеристик, так и возраста (рис. 3).

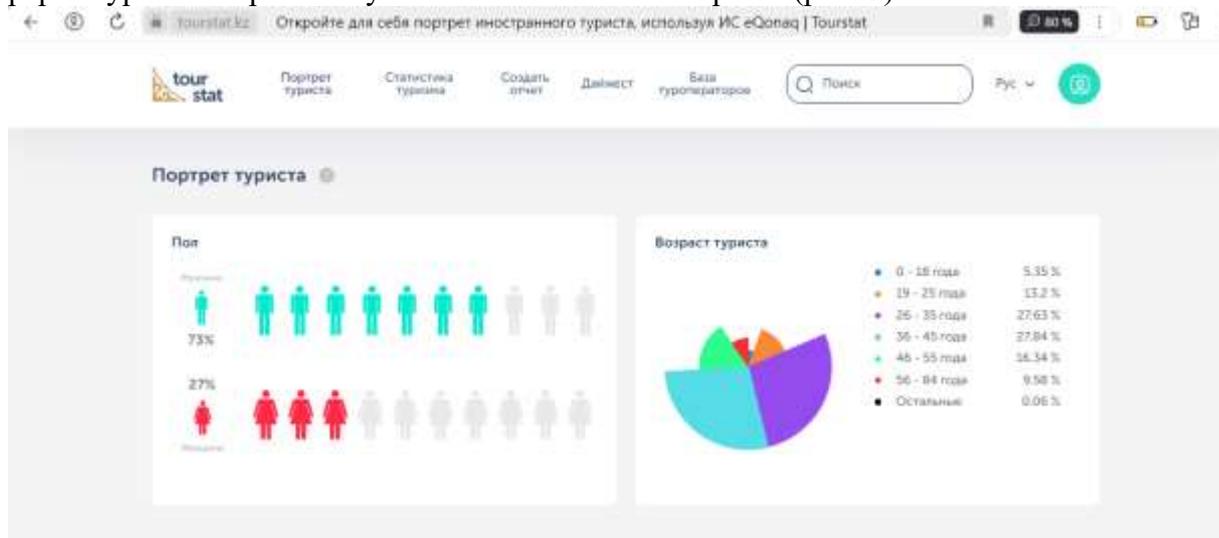


Рис. 3. Портрет туриста
Fig. 3. Portrait of a tourist

Преобладающее большинство представлено мужчинами – 73% с возрастными характеристиками:

- 0 – 18 лет – 5,35 %;
- 19 – 25 лет – 13,2 %;
- 26 – 35 лет – 27,63 %;
- 36 – 45 лет – 27,84 %;

- 46 – 55 лет – 16,34 %;
- 56 – 84 года – 9,58 %;
- остальные – 0,06 %.

В достаточной степени подробно раздел позволяет представить информацию о целях визита в РК (рис. 4).

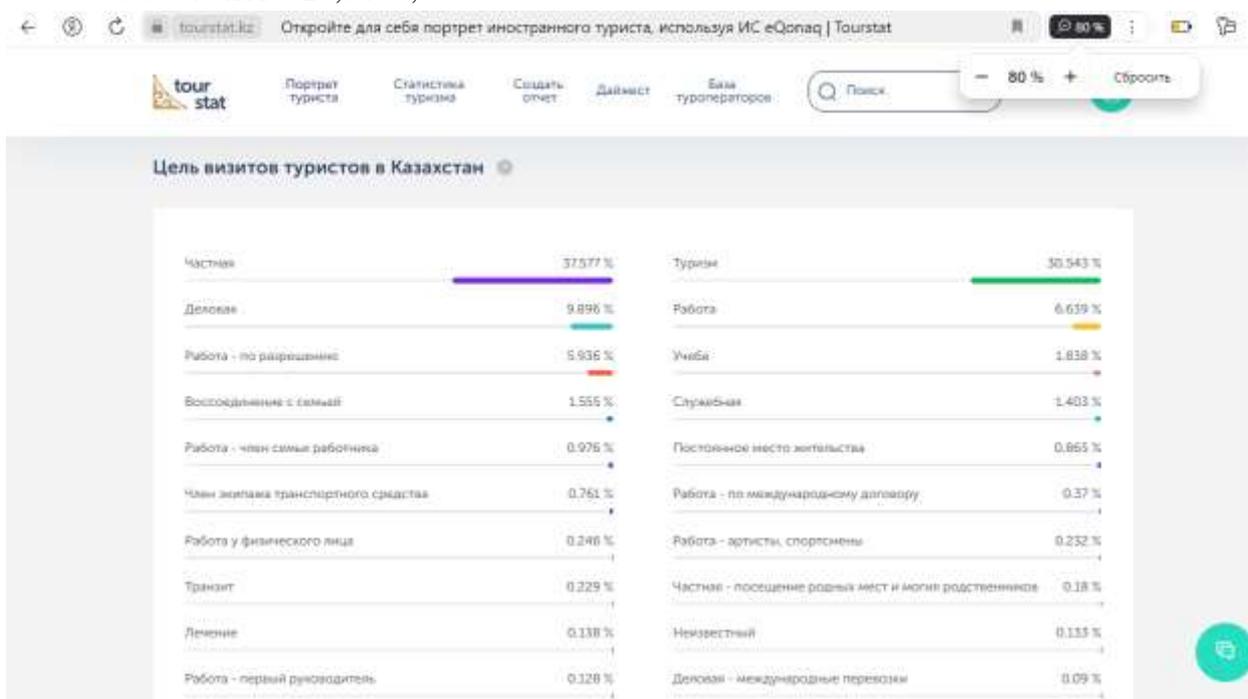


Рис. 4. Цели визита в Республику Казахстан
Fig. 4. Objectives of the visit to the Republic of Kazakhstan

Если рассматривать цель визита, то преобладают поездки частного характера (37,577%) и с целью туризма (30,543%). Далее в рейтинге следуют перемещения с деловыми целями (9,896 %), по работе и по разрешению (6,639% и 5,936%), учебе (1,838%).

В направлении внедрения и использования цифровых сервисов следует привести также пример стратегического взаимодействия Kazakh Tourism и Яндекс Казахстан с подборками мест, рекомендованных к посещению различным категориям гостей Алматы и Астаны (Kazakh Tourism и Яндекс Казахстан..., 2024). Информация аккумулирована на основе данных Almaty Tourism Bureau и Visit Astana с построением пеших и автомобильных маршрутов.

В качестве перспектив развития и расширения влияния цифровизации следует отметить осуществление проектов в рамках трансформации системы

«Shagym» и ее интеграции с TripAdvisor, оцифровки электронных гидов, увеличения степени вовлечения в туристскую индустрию QR-кодов и онлайн-карт с туристскими маршрутами в системе реального времени, развитие загородного отдыха и гостевых домов и т.п.

Результаты исследования и их обсуждение (Results and Discussion).

Совершенствование системы информационного обеспечения продвижения туристской дестинации в условиях цифровизации Республики Казахстан осуществлено на основе оценки факторов выбора туристских направлений и каналов коммуникаций, включающих наличие туристского опыта, отзывов о дестинациях и поездках в информационном поле, полноте информации о туристских аттракциях, рекомендациях тревел-блогеров, системе продвижения туристских территорий, прочих источников (рис. 5).



Рис. 5. Факторы, определяющие выбор дестинации
 Fig. 5. Factors determining the choice of destination

Указанные факторы отражают важность цифровизации при выборе

туристских дестинаций и продвижении территории. При этом основной объект

информационного воздействия – турист, который одновременно выступает источником генерации информации в различных форматах. Наличие положительного опыта путешественников, высокая степень их удовлетворенности поездкой оказывает влияние на повышение конкурентоспособности туристских дестинаций.

Продвижение туристских дестинаций Республики Казахстан должно быть осуществлено путем комплексной реализации ряда проектов.

1. Систематизация региональных туристских сайтов и их адаптация к единой структуре.

Интернет-пространство как неотъемлемый элемент жизни современного общества позволяет планировать любое путешествие. Это обуславливает необходимость адаптации региональных сайтов туристских дестинаций к единой схеме и интегрирования их в структуру существующих национальных порталов. Указанные решения обеспечат облегчение поиска информации, взаимодействия в системе онлайн, будут выступать в качестве канала продвижения туристских территорий, формируя их привлекательность.

Процесс консолидированного управления региональными туристскими дестинациями и их информационное сопровождение и продвижение целесообразно осуществлять на основе создания специальных туристских сайтов по единому типу для последующего сбора в одном месте всех предложений, интересных для туристов и предоставления информации о местных услугах и достопримечательностях, стимулируя посещаемость и возвращаемость в регион.

Основная проблема существующих региональных сайтов заключается в отсутствии системности представленной информации. Разрабатываемые сайты

должны представлять регион как привлекательную дестинацию и показывать ее туристский потенциал, но также помогать туристам находить нужную информацию, самостоятельно планировать путешествие и бронировать отели. Удобство и доступность в формате 24/7 обеспечивает полноту информации о туристских услугах, предоставляемых в дестинации.

Разработка сайтов, соответствующих всем критериям успешных туристских сайтов по мировым стандартам, является важной задачей для региональных управлений по туризму в Казахстане.

Разрабатываемые региональные сайты туристских дестинаций должны иметь одинаковую структуру, объединенную в строгой иерархии. При этом разделы должны быть сгруппированы следующим образом:

- «Куда сходить?»;
- «Где остановиться?»;
- «Что поесть?»;
- «Памятка туристу»;
- «Региональный ТИЦ».

Адаптация существующих сайтов к единой структуре позволит пользователям легко ориентироваться, осуществлять поиск необходимой информации, переходя во взаимосвязанные разделы. Объединение региональных сайтов в единую сеть обеспечит удобство пользования системой и навигацией, интуитивно понятной и позитивно воспринимающейся пользователями сайта.

Региональные сайты должны иметь ссылку на Национальный туристский портал kazakhstan.travel. В тоже время на Национальном туристском портале kazakhstan.travel должна быть в обязательном порядке добавлена вкладка с регионами и ссылками, которые должны вести на сайты региональных туристских дестинаций. На рисунке 6 представлены основополагающие компоненты сайта региональной туристской дестинации.

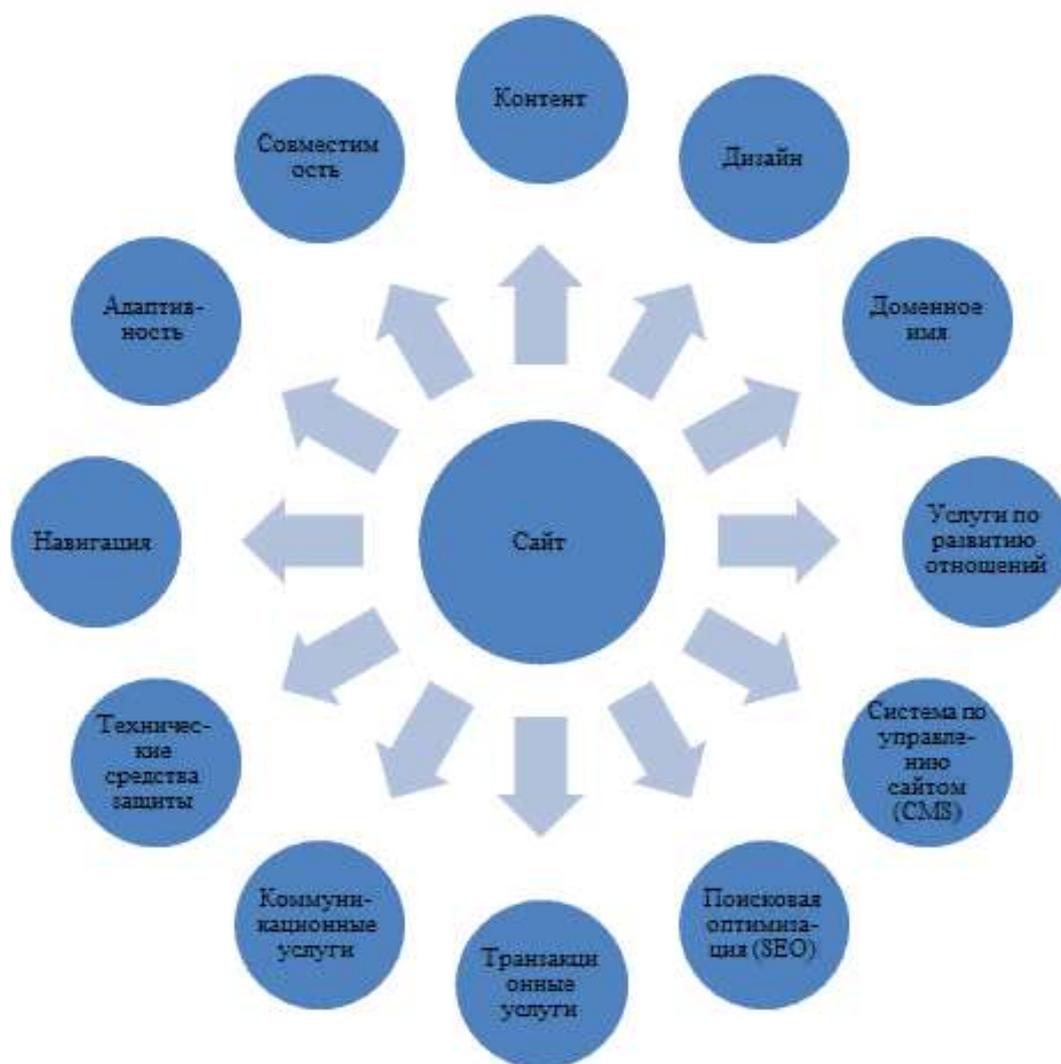


Рис. 6. Основополагающие компоненты сайта
Fig. 6. The fundamental components of the site

2. Развитие мобильных приложений региональных туристских дестинаций.

Второе направление в системе информационного продвижения ориентировано на развитие систем мобильных приложений туристских дестинаций, которые облегчают процесс ориентации и доступ к объектам туристских дестинаций. Исследования отражают, что приложения используются на протяжении всего «туристического путешествия», на всех этапах поездки. Перед поездкой приложения облегчают

принятие решений, связанных с планированием и бронированием поездки. Приложения могут информировать пользователей, генерировать положительный образовательный опыт, предоставлять полезные рекомендации по уникальному местному контенту и достопримечательностям, предоставлять персонализированные предложения и создавать дополнительную ценность для своих пользователей.

Разрабатываемый пакет приложений должен быть представлен в формате объединенной платформы выбора и продажи туристских услуг в форме

уникального конструктора тура, предоставляющего доступ на базе мобильных устройств к интегрированной цифровой информации о туристских регионах Казахстана и имеющихся на их территории предложениях поставщиков разных видов туристских услуг.

Функционал приложений должен быть сформирован с учетом кластерного подхода и включать следующие компоненты.

Кластер 1: Мобильность.

Кластер 2: Навигация.

Кластер 3: Взаимодействие и опыт (рис. 7).

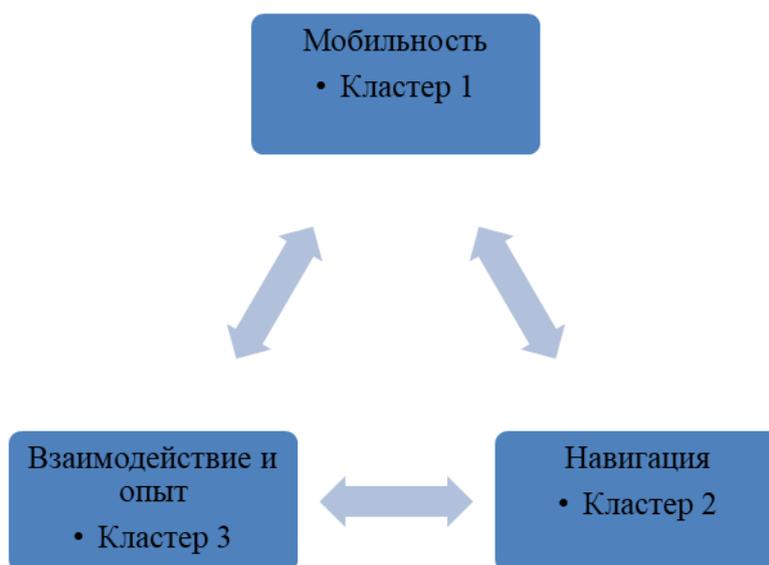


Рис. 7. Компоненты кластеров при формировании мобильных приложений

Fig. 7. Cluster components in the formation of mobile applications

Коллаборации представленных кластеров обуславливает наличие туристически направленного функционала, ориентации и навигации, эффективности, социального взаимодействия, личного ассистента, местного взаимодействия и локализованного опыта.

Целесообразно включение в разрабатываемые мобильные приложения последних достижений в области иммерсионных технологий, таких как дополненная реальность, чтобы сделать туристический опыт более привлекательным и запоминающимся. Использование технологии дополненной реальности в мобильных приложениях может повысить привлекательность и удовлетворенность пользователей, что приведет к продвижению туристской дестинации.

3. Активное вовлечение в индустрию искусственного интеллекта и GPT-чатов.

Третье направление в системе расширения цифровых инструментов в структуре территориальных туристских комплексов ориентировано на расширение влияния GPT-чатов.

Применение GPT-чатов позволяет предоставлять поддержку в формате 24/7, отвечая на вопросы, предоставляя рекомендации о достопримечательностях, осуществляя бронирование. Применение виртуального помощника улучшает впечатления туристов, для туристских дестинаций служит средством получения данных о клиентах для последующего принятия решений и персонализации предложения, на базе искусственного интеллекта чат-бот оптимизирует разнообразные оперативные процессы.

В данном случае основная задача заключается в гарантии по защите информации:

1. Шифрование и хранение данных;
2. Получение согласия от туристов на пользование ChatGPT;
3. Ограниченный доступ к данным – ограничение доступа к данным только авторизованному персоналу, в том числе управление доступом на основе ролей, чтобы гарантировать, что только соответствующий персонал может иметь доступ к информации;
4. Регулярные проверки безопасности: проведение регулярных проверок безопасности и уязвимостей;
6. Обучение пользователей: обучение персонала передовым методам обеспечения конфиденциальности и безопасности данных, подчеркивая важность защиты информации и ее неразглашения;
7. Политика прозрачности и конфиденциальности.

Данные меры демонстрируют обязательство по защите гостя в отношении конфиденциальности и безопасности при использовании GPT-чатов. Расширение цифровых элементов в продвижении туристских дестинаций формирует чувство доверия и помогает построить прочные отношения с туристами, что в конечном итоге приводит к формированию удовлетворенности и лояльности, информационному продвижению и сопровождению.

4. Формирование целостной туристской экосистемы, обеспечивающей продвижение туристских дестинаций.

Успешное функционирование информационного продвижения

туристских дестинаций в цифровой экономике возможно в результате активного применения цифрового инструментария и цифровых экосистем.

Концепция региональной цифровой туристской экосистемы, ориентированной на информационное продвижение туристских дестинаций, в условиях цифровой трансформации экономики должна включать следующие субъекты:

- территориальные туристские администрации и их информационные системы;
- цифровая городская среда и СМИ;
- туристские предприятия;
- ассоциации предприятий сферы туризма;
- цифровые каналы продвижения, в том числе онлайн-путеводители, системы навигации, интерактивные карты, ГИС-системы и т.д.;
- официальные региональные сайты;
- веб-сайты и интернет-проекты участников рынка;
- социальные сети;
- мобильные приложения и цифровые платформы;
- Big Data;
- программное «предугадывание» и обеспечение для автоматизации;
- машинное обучение;
- роботизация – голосовые помощники, чат-боты, виртуальная и дополненная реальность, роботы-телефонисты;
- API;
- кибербезопасность (рис. 8).

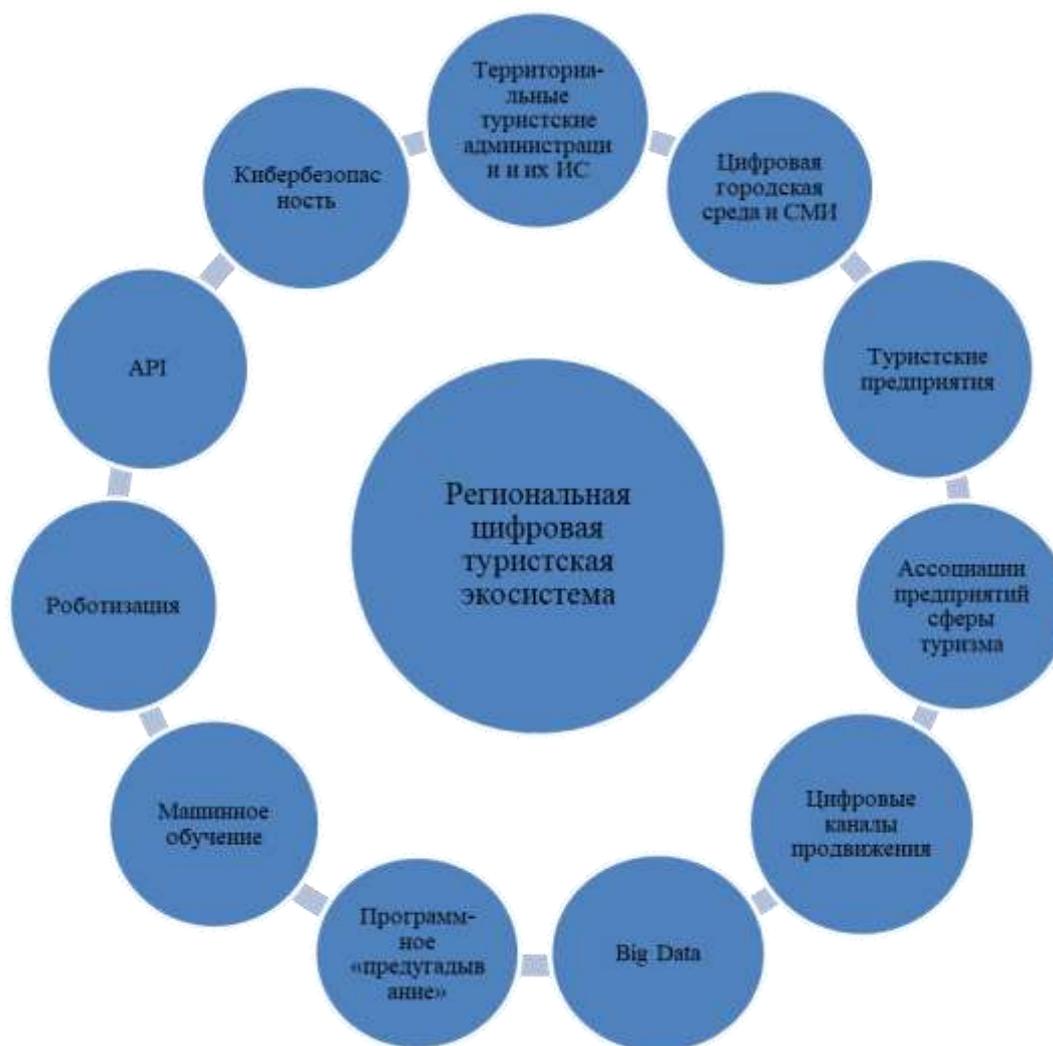


Рис. 8. Элементы концепции региональной цифровой туристской экосистемы
Fig. 8. Elements of the concept of a regional digital tourism ecosystem

В условиях цифровой экономики обмен данными в туристской экосистеме осуществляется в реальном времени на основе технологий интеграции.

Эффекты межсубъектного взаимодействия могут быть выражены в следующем:

- максимизация прибыли для субъектов туристской индустрии;
- расширение отраслевого рыночного взаимодействия;
- рост рыночных сегментов в системе межрегионального и международного взаимодействия;

– рост туристских потоков как внутренних, так и международных;

– повышение приверженности, удовлетворенности и доверия к партнерам, стабильность отношений.

Заключение (Conclusions).

Республика Казахстан как туристская дестинация обладает достаточной ресурсной базой для удовлетворения желаний различных путешественников, тем самым обеспечивая полноценное формирование и развитие внутреннего и въездного туризма. Ускоренное и устойчивое развитие туризма возможно в результате комплексного совершенствования всех отраслевых

элементов, соответствующих социально-экономическим вызовам экономики и общества в целом.

Формирование системы информационного обеспечения продвижения туристских дестинаций в условиях цифровой трансформации экономики является неотъемлемой частью развития сферы туризма. В качестве основных результатов выявлены положительные и отрицательные аспекты, характеризующие информационное обеспечение продвижения туристской дестинации, а также проблемы и перспективы развития информационных технологий в индустрии туризма. Использование цифровых технологий, инструментов продвижения в цифровом формате обуславливают повышение конкурентоспособности сферы регионального туризма.

В целом реализация предложенных направлений обеспечит возможность расширения каналов информационного сопровождения и продвижения туристских дестинаций, что особенно важно в современных условиях трансформирующейся экономики.

Информация о конфликте интересов: авторы не имеют конфликта интересов для декларации.

Conflicts of Interest: the authors have no conflict of interests to declare.

Список литературы

АО «Национальная компания «Kazakh Tourism» URL: <https://qaztourism.kz/ru/about-company/our-work/mission/tails> (дата обращения: 17.10.2024).

Арефьев А.С. «Платформизация» как инструмент управления цифровой трансформацией в сфере туризма // Теоретическая и прикладная экономика. 2020. № 3. С. 22-34. URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=33237 (дата обращения: 20.09.2024).

Богомазова И.В., Аноприева Е.В., Климова Т.Б. Цифровая экономика в индустрии туризма и гостеприимства:

тенденции и перспективы // Сервис в России и за рубежом. 2019. № 3 (85). С. 34-47.

Богомазова И.В., Климова Т.Б. Цифровые сервисы и туристская экосистема в развитии внутреннего туризма // Экономика. Информатика. 2022. № 49 (4). С. 718-730. URL: <https://doi.org/10.52575/2687-0932-2022-49-4-718-730> (дата обращения: 10.10.2024).

Бурнашев Р.Ф., Акбарзода М.Т. Роль информационных технологий в повышении качества предоставления услуг в туристской индустрии // Universum: технические науки: электрон. научн. журн. 2023. № 7 (112). URL: <https://7universum.com/ru/tech/archive/item/15783> (дата обращения: 13.10.2024).

Веб-платформа «Туризм Онлайн». URL: <https://tourisonline.kz/> (дата обращения: 17.10.2024).

Гарифьянова В.И., Галимов А.М. Исследование возможностей цифровизации в индустрии международного туризма // Казанский вестник молодых учёных. 2019. Т. 3. № 2 (10). С. 157-164.

Гордиенко С.В. Основные направления технологических инноваций в воспроизводстве туристских продуктов // Вопросы инновационной экономики. 2021. Т. 11. № 3. С. 1197-1214.

Информационная система «e-Qonaq». URL: <https://eqonaq.kz/> (дата обращения: 17.10.2024).

Информационная система «ТУРСТАТ». URL: <https://tourstat.kz/> (дата обращения: 17.10.2024).

Как Kazakh Tourism будет развивать туризм в Казахстане. И что такое концепция «4Е», которая ляжет в основу национального туристического бренда. URL: <https://profi.travel/articles/33952/de> (дата обращения: 17.10.2024).

Kazakh Tourism и Яндекс Казахстан: Новый Этап Партнёрства для Развития Туризма в Казахстане. URL: <https://optimism.kz/2024/01/31/kazakh-tourism-i-yandeks-kazakhstan-novoe-etap-partnyorstva-dlya-razvitiya-turizma-v-kazahstane/> (дата обращения: 17.10.2024).

Кириллова С.А. Цифровая трансформация туризма: тренды, задачи, способы решения // Известия Уфимского научного центра РАН. 2020. № 3. С. 75-81.

Кириллова С.А. Цифровизация внутреннего туризма как инструмент повышения конкурентоспособности

территорий // Инновационные технологии управления социально-экономическим развитием регионов России. 2020. С. 229-234.

Кириянова Л.Г. Маркетинг дестинаций как современный подход к управлению туристским регионом // Известия Томского политехнического университета. 2010. Т. 316. № 6. С. 35-40.

Кицис В.М., Морозова Е.А. Формы проявления цифровизации в туризме // Научное обозрение. 2021. № 2. С. 8.

Лебедева С.А. Виртуальный туризм как одно из направлений реализации экскурсионных туристских услуг во время пандемии // Современные проблемы и технологии в сфере туризма, гостиничного дела, сервиса. Государственное и муниципальное управление туристско-рекреационным комплексом: российский и зарубежный опыт. 2021. С. 173-175.

Маркелова Е.А., Хайретдинова О.А. Развитие мобильных гидов как тренд цифровизации туризма // Вестник Уфимского государственного нефтяного технического университета. 2022. № 1 (39). С. 39-44.

Морозов М.А. Инновационные решения в индустрии туризма и гостеприимства в условиях новой реальности // Вестник Академии знаний. 2022. № 2 (49). С. 195-200.

Морозов М.А., Морозова Н.С. Инновационные тренды развития туризма и гостиничного бизнеса в условиях цифровизации // Естественно-гуманитарные исследования. 2020. № 2 (28). С. 196-202.

Морозов М.А., Морозова Н.С. Модель оценки конкурентоспособности туристских дестинаций // Вестник Российского государственного торгово-экономического университета (РГТЭУ). 2012. № 11 (70). С. 100-108.

Национальный туристский портал «Kazakhstan.travel». URL: <https://kazakhstan.travel/> (дата обращения: 17.10.2024).

Новобрицкая Е.А., Пауль Л.В., Лаврушина Е.Г. Информационные технологии в создании туристского продукта // Современные научные исследования и инновации. 2014. № 9. Ч. 1. URL: <https://web.snauka.ru/issues/2014/09/38285> (дата обращения: 13.10.2024).

Постановление Правительства Республики Казахстан от 28 марта 2023 года № 262 «Об утверждении Концепции развития

туристской отрасли Республики Казахстан на 2023-2029 годы и признании утратившими силу некоторых решений Правительства Республики Казахстан». URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/tourism/documents/details/429828?lang=ru> (дата обращения: 17.10.2024).

Постановление Правительства Республики Казахстан от 28 марта 2023 года № 269 «Об утверждении Концепции цифровой трансформации, развития отрасли информационно-коммуникационных технологий и кибербезопасности на 2023 – 2029 годы». URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P2300000262> (дата обращения: 17.10.2024).

Развитие туристической отрасли в Республике Казахстан: отчет. Центр экономических исследований, Казахстанского института стратегических исследований при Президенте Республики Казахстан, 2023. – 7 с.

Сердюков С.Д., Романова Г.М., Сердюкова Н.К. Информационное обеспечение и продвижение туристской дестинации в условиях цифровой трансформации. М.: Первое экономическое издательство, 2022. – 172 с.

Сердюков С.Д., Сердюкова Н.К., Романова Г.М. Система продвижения туристской дестинации как составляющая информационного обеспечения в туризме // Вестник Евразийской науки. 2018. Т. 10. №2.

Туризм в Казахстане: исследование отрасли, проблематика и перспективы. URL: <https://optimism.kz/2023/11/22/turizm-v-kazhastane-issledovanie-otrasli-problematika-i-perspektivy/> (дата обращения: 17.10.2024).

Харченко Д.Е., Лебедева С.А. Импортзамещение цифровых технологий в туристическом бизнесе в эпоху экономических трансформаций // Вопросы инновационной экономики. 2022. Т. 12. № 4. С. 2717-2730.

Gursoy, D., Li, Y. and Song, H. “ChatGPT and the hospitality and tourism industry: An overview of current trends and future research directions”, *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 2023, 32 (5), pp. 579-592.

References

Arefyev, A.S. (2020), ““Platformization” as a tool for managing digital transformation in the tourism sector”, *Theoretical and applied economics*, 3, pp. 22-34. [Online], available at:

https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=33237 (Accessed 20 September 2024).

Bogomazova, I.V., Anopreva, E.V. and Klimova, T.B. (2019), "Dynamic acoustics in the tourism and hospitality industry: trends and prospects", *The North is in Russia and behind the wheel*, 3 (85). pp. 34-47.

Bogomazova, I.V. and Klimova, T.B. (2022), "Digital services and the tourist ecosystem in the development of domestic tourism", *Economy. Computer science*, 49 (4), pp. 718-730 [Online], available at: <https://doi.org/10.52575/2687-0932-2022-49-4-718-730> (Accessed 10 October 2024).

Burnashev, R.F. and Akbarzoda, M.T. (2023), "The role of information technologies in improving the quality of services in the tourism industry", *Universe: technical sciences: electron. scientific Journal*, 7 (112). [Online], available at: <https://7universum.com/ru/tech/archive/item/15783> (Accessed 13 October 2024).

Development of the tourism industry in the Republic of Kazakhstan: report (2023), Center for Economic Research, Kazakhstan Institute for Strategic Studies under the President of the Republic of Kazakhstan, 7 p.

Garifyanova, V.I. and Galimov, A.M. (2019), "Investigation of the possibilities of digitalization in the international tourism industry", *Kazan Bulletin of Young Scientists*, Vol. 3, 2 (10), pp. 157-164.

Gordienko, S.V. (2021), "The main directions of technological innovations in the reproduction of tourist products", *Issues of innovative economics*, Vol. 11, 3, pp. 1197-1214.

Gursoy, D., Li, Yu. and Song, H. (2023), "CHATGPT and the hospitality and tourism industry: an overview of current trends and future research directions", *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 32 (5), pp. 579-592.

How the Kazakh tourism business develops tourism in Kazakhstan? And what is the concept of "4E", which will form the basis of the national tourism brand [Online], available at: <https://profi.travel/articles/33952/de> (Accessed 17 October 2024).

Information system "TURSTAT" [Online], available at: <https://tourstat.kz/> (Accessed 17 October 2024).

JSC "Kazakh Tourism National Company" [Online], available at: <https://qaztourism.kz/ru/about-company/our-work/mission/tails> (Accessed 17 October 2024).

Kazakh tourism in Kazakhstan: A new stage of partnership for the development of tourism in Kazakhstan [Online], available at: <https://optimism.kz/2024/01/31/kazakh-tourism-i-yandeks-kazahstan-novoe-etap-partnyorstva-dlya-razvitiya-turizma-v-kazahstane/> (Accessed 17 October 2024).

Kharchenko, D.E. and Lebedeva, S.A. (2022), "Import substitution of digital technologies in the tourism business in the era of economic transformations", *Issues of innovative economics*, Vol. 12, 4, pp. 2717-2730.

Kirillova, S.A. (2020), "Digital transformation of tourism: trends, tasks, solutions", *Proceedings of the Ufa Scientific Center of the Russian Academy of Sciences*, 3, pp. 75-81.

Kirillova, S.A. (2020), "Digitalization of domestic tourism as a tool to increase the competitiveness of territories", *Innovative technologies for managing socio-economic development of Russian regions*, pp. 229-234.

Kiryanova, L.G. (2010), "Marketing of destinations as a modern approach to the management of a tourist region", *Izvestiya Tomsk Polytechnic University*, Vol. 316, 6, pp. 35-40.

Kitsis, V.M. and Morozova, E.A. (2021), "Forms of digitalization in tourism", *Scientific Review*, 2, p. 8.

Lebedeva, S.A. (2021), "Virtual tourism as one of the directions of realization of excursion tourist services during the pandemic", *Modern problems and technologies in the field of tourism, hospitality, service, State and municipal management of the tourist and recreational complex, Russian and foreign experience*, pp. 173-175.

Markelova, E.A. and Khayretdinova, O.A. (2022), "The development of mobile guides as a trend of digitalization of tourism", *Bulletin of the Ufa State Petroleum Technical University*, 1 (39), pp. 39-44.

Morozov, M.A. (2022), "Innovative solutions in the tourism and hospitality industry in a new reality", *Bulletin of the Academy of Knowledge*, 2 (49), pp. 195-200.

Morozov, M.A. and Morozova, N.S. (2020), "Innovative trends in the development of tourism and public business in the Russian Federation", *State-democratic research*, 2 (28), pp. 196-202.

Morozov, M.A. and Morozova, N.S. (2012), "A model for assessing the competitiveness of tourist destinations", *Bulletin*

of the Russian State University of Trade and Economics (RGTEU), 11 (70), pp. 100-108.

National Tourism Portal "Kazakhstan.travel" [Online], available at: <https://kazakhstan.travel/> (Accessed 17 October 2024).

Novobritskaya, E.A., Paul, L.V. and Lavrushina, E.G. (2014), "Information technologies in the creation of a tourist product", Modern scientific research and innovation, 9, Part 1 [Online], available at: <https://web.snauka.ru/issues/2014/09/38285> (Accessed 13 October 2024).

Resolution of the Government of the Republic of Kazakhstan dated March 28, 2023 No. 262 "On approval of the Concept of development of the tourism industry of the Republic of Kazakhstan for 2023-2029 and invalidation of certain decisions of the Government of the Republic of Kazakhstan" [Online], available at: <https://www.gov.kz/memleket/entities/tourism/documents/details/429828?lang=ru> (Accessed 17 October 2024).

Resolution of the Government of the Republic of Kazakhstan dated March 28, 2023 No. 269 "On approval of the Concept of Digital Transformation, development of the information and communication technologies and cybersecurity industry for 2023-2029" [Online], available at: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P2300000262> (Accessed 17 October 2024).

Serdyukov, S.D., Romanova, G.M. and Serdyukova, N.K. (2022), Information support and promotion of a tourist destination in the context of digital transformation, Moscow, First Economic Publishing House, 172 p.

Serdyukov, S.D., Serdyukova, N.K. and Romanova, G.M. (2018), "The system of promotion of a tourist destination as a component of information support in tourism", Bulletin of Eurasian Science, T. 10, 2.

The web platform "Tourism Online" [Online], available at: <https://tourisonline.kz/> (Accessed 17 October 2024).

The registration system "e-Qonaq" [Online], available at: <https://eqonaq.kz/> (Accessed 17 October 2024).

Tourism in Kazakhstan: industry research, problems and prospects [Online], available at: <https://optimism.kz/2023/11/22/turizm-v-kazahstane-issledovanie-otrasli-problematika-i-perspektivy/> (Accessed 17 October 2024).

Данные об авторах

Заирова Хуршида Бахрамжановна, менеджер по туризму

Рахимбекова Жанар Сапаровна, кандидат экономических наук, доцент Школы менеджмента

Богомазова Ирина Викторовна, доцент, кандидат экономических наук, доцент кафедры международного туризма и гостиничного бизнеса

Information about the authors

Khurshida B. Zairova, Travel Manager

Zhanar S. Rakhimbekova, PhD in Economics, Associate Professor at the School of Management

Irina V. Bogomazova, Associate Professor, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of International Tourism and Hotel Business