

М. МӘУЛЕТҚАЗЫ¹✉, А. ТУЛЬБАЕВА¹, Н. АБИШОВ²

¹Қазақ спорт және туризм академиясы

(Қазақстан, Алматы), e-mail: Mukhitdin01@gmail.com

²Халықаралық туризм және меймандостық университеті (Қазақстан, Түркістан)

(Қазақстан, Түркістан)

ҚАЗАҚСТАН ТУРИЗМ ИНДУСТРИЯСЫНЫҢ ЦИФРЛЫҚ ТРАНСФОРМАЦИЯСЫ ЖАҒДАЙЫНДАҒЫ ИННОВАЦИЯЛЫҚ ТУРИЗМ ӨНІМДЕРІН ҚАЛЫПТАСТЫРУ

Аңдатпа. Бұл мақалада Қазақстан туризміндегі цифрлық трансформация үрдістері халықаралық тәжірибемен салыстырыла отырып талданады. Зерттеудің мақсаты – туризм саласында смарт-технологияларды енгізудің мүмкіндіктері мен шектеулерін айқындап, оларды UNWTO, OECD, UNESCO секілді халықаралық ұйымдардың ұсынымдарымен үйлестіру. Зерттеу әдістемесі әдеби шолу, салыстырмалы талдау, контент-анализ, сауалнама және сараптамалық сұхбаттарды қамтиды. Нәтижелерге сәйкес, Қазақстанда цифрлық инфрақұрылым, кадрлық әлеует және инновациялық шешімдерді енгізу бағытында айтарлықтай ілгерілеу бар, алайда VR/AR технологияларының қолданылуындағы шектеулер, онлайн-платформалардың толық интеграцияланбауы және цифрлық дағдылардың жеткіліксіздігі байқалады. Мақалада ұсынылған тұжырымдар Қазақстан туризмін Орталық Азиядағы цифрлық туризмнің үлгілік алаңы ретінде дамытуға және халықаралық деңгейге жақындатуға негіз бола алады.

Кілт сөздер: цифрлық туризм, смарт-туризм, инновациялар, цифрлық трансформация, Қазақстан, халықаралық тәжірибе.

Кіріспе

Қазіргі таңда туризм индустриясы әлемдік экономиканың ең серпінді дамып келе жатқан салаларының бірі болып табылады. Соңғы жылдары цифрлық технологиялардың дамуы туризм қызметтерін ұсыну тәсілдерін түбегейлі өзгертті. Smart tourism, big data, жасанды интеллект және мобильді қосымшалар туристік өнімдерді тұтынушыларға бейімдеудің негізгі құралдарына айналды. Қазақстан жағдайында да туризмді цифрлық трансформациялау мәселесі өзекті болып отыр, себебі ол саланың бәсекеге қабілеттілігін арттырып, халықаралық туристерді тартуға мүмкіндік береді. ҚР Ұлттық статистика бюросының мәліметіне сәйкес, 2023 жылы елге келген шетелдік туристер саны 5,5 млн адамды құрап, алдыңғы жылмен салыстырғанда 18%-ға артқан [9]. Бұл көрсеткіш туризм

*Бізге дұрыс сілтеме жасаңыз: Мәулетқазы М., Тульбаева А., Абишов Н. Қазақстан туризм индустриясының цифрлық трансформациясы жағдайындағы инновациялық туризм өнімдерін қалыптастыру // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. – 2025. – No3(9). – б. 114–127. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2025-3.10>

*Cite us correctly: Mäuletqazy M., Tülbaeva A., Abişov N. Qazaqstan turizm industriasynyñ sifrlıyq transformiasıy jaǵdaiyndaǵy innovasialyq turizm önimderin qalyptastyru // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2025. –No3(9). – b. 114–127. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2025-3.10>

индустриясын инновациялық шешімдер арқылы дамыту қажеттігін айқын дәлелдейді.

Зерттеу мәселесі. Соған қарамастан, Қазақстанда инновациялық туризм өнімдерін қалыптастыруда бірқатар кедергілер сақталуда. Олардың қатарында цифрлық инфрақұрылымның жеткіліксіз дамуы, аймақтардағы қызмет көрсету сапасының біркелкі еместігі және халықаралық тәжірибені бейімдеудің күрделілігі бар. Сонымен бірге, отандық туризм индустриясында жаңа мүмкіндіктер де бар: мемлекеттік бағдарламалардың қолдауы, цифрлық платформалардың дамуы және жас буын туристердің цифрлық шешімдерге жоғары сұранысы.

Мақсаты мен міндеттері. Зерттеудің мақсаты – Қазақстан туризм индустриясында цифрлық трансформация жағдайында инновациялық туризм өнімдерін қалыптастыру ерекшеліктерін айқындау. Осы мақсатқа жету үшін төмендегідей міндеттер қойылады:

- цифрлық трансформация ұғымын теориялық тұрғыдан талдау;
- инновациялық туризм өнімдерінің ерекшеліктерін анықтау;
- Қазақстанда туризм саласында цифрлық шешімдерді енгізу тәжірибесін қарастыру;
- отандық туризмдегі кедергілер мен мүмкіндіктерді бағалау.

Ғылыми жаңалығы және практикалық маңызы. Мақалада Қазақстан жағдайында инновациялық туризм өнімдерін қалыптастырудың теориялық және практикалық негіздері қарастырылып, цифрлық технологияларды енгізудің өзекті қырлары айқындалады. Зерттеу нәтижелері отандық туризмді дамыту стратегиясын жетілдіруге және туристік қызмет көрсетушілердің тәжірибелік жұмысында қолдануға мүмкіндік береді.

Әдебиеттерге шолу

Соңғы жылдары туризм саласын цифрландыру тақырыбы әлемдік деңгейде де, Қазақстанда да кеңінен зерттеліп келеді. Шетелдік ғалымдар бұл бағытта «smart tourism» ұғымын енгізіп, оны туристік тәжірибені жетілдірудің маңызды тетігі ретінде қарастырады [1]. Мәселен, Buhalis пен Amaranggana смарт-туризм дестинациялары арқылы цифрлық технологиялардың туристерге жеке қызмет көрсетуге жағдай жасайтынын атап өтеді [1]. Ал Gretzel және әріптестері туризмді смарт-жүйеге көшіру туристік тәжірибені айтарлықтай жақсартатынын дәлелдейді [2]. Big data, мобильді қосымшалар мен жасанды интеллекттің туризмдегі рөлін Xiang пен Fesenmaier нақты мысалдар арқылы көрсетеді [3].

Қонақжайлылық саласында Neuhofer, Buhalis және Ladkin цифрлық шешімдердің қонақтарға дербестендірілген тәжірибе ұсынуға мүмкіндік беретінін айқындайды [4]. Сондай-ақ Sigala әлеуметтік желілердің туризмдегі рөліне тоқталып, цифрлық маркетингтің тұтынушылармен байланыс орнатудағы тиімділігін көрсетеді [5].

Қазақстандық зерттеулерде де осы бағыт айқын көрініс табуда. Абдрахманова мен Сатыбалдин еліміздегі туризмді цифрландырудың артықшылықтары мен шектеулерін талдап, басты мәселе ретінде инфрақұрылымның жеткіліксіздігін атап өтеді [11]. Нурлыбекова мен Қожахметова туроператорлардың инновациялық технологияларды енгізу тәжірибесін зерттеп, олардың бәсекеге қабілеттілікті арттыруға ықпалын көрсетеді [12]. Ал Кимсанов Қазақстандағы туристік дестинацияларды цифрлық ілгерілету әдістерін қарастырады [13]. Сонымен бірге Байтенова мен Құрманбекова цифрлық платформалардың мәдени туризмді дамытудағы маңызына тоқталады [15], ал Жолдасбеков пен Сейдахметова электронды туризм жүйесінің нормативтік-құқықтық базасын талдайды [16].

Ресейлік ғалымдардың еңбектері де назар аударуға тұрарлық. Иванов пен Тюрина

инновациялық өнімдерді дамытудың жаңа үрдістерін сипаттап, туризмдегі технологиялық шешімдердің артықшылықтарын көрсетеді [14]. Сонымен қатар Петров пен Лукьянова смарт-қалалардағы туризмді цифрландырудың тәжірибесін саралап, оның аймақтық даму саясатына ықпалын зерттейді [17].

Мемлекеттік деңгейде Қазақстанда туризмді цифрландыру саясаты нақты құжаттармен негізделген. «Цифрлық Қазақстан» бағдарламасы саланы жаңғыртудың стратегиялық бағыттарын айқындайды [8]. Туризмді дамытудың 2023–2029 жылдарға арналған тұжырымдамасында инновациялық өнімдерге ерекше назар аударылған [7]. Қазақстан Республикасы Президентінің 2023 жылғы Жолдауында да туризмді цифрландырудың ел экономикасын әртараптандырудағы маңызы атап өтілді [6].

Халықаралық ұйымдардың зерттеулері де бұл бағытты қолдайды. UNESCO және UNWTO Орталық Азиядағы туризм мен мәдени мұраның байланысын қарастырып, цифрлық шешімдердің рөлін айқындайды [10]. Сонымен қатар OECD-нің туризмдегі инновациялар туралы баяндамасында цифрлық трансформация елдер үшін жаһандық бәсекеге қабілеттілікті арттыру құралы ретінде көрсетілген [18].

Сонымен бірге Еуропалық Одақтың туризмді цифрландыру жөніндегі саяси құжаттары туристік өнімдерді стандарттау мен деректер алмасудың маңызын көрсетеді [19]. Азия даму банкі аймақтағы цифрлық инфрақұрылымды жетілдірудің инвестициялық тетіктерін ұсынады [20]. Ал Дүниежүзілік банк баяндамаларында цифрлық туризмді қолдау үшін мемлекеттік-жекеменшік әріптестік тетіктерін кеңінен қолдану қажеттігі көрсетілген [21].

Жалпы, қарастырылған ғылыми еңбектер Қазақстан туризмінде инновациялық өнімдерді қалыптастыруға айтарлықтай әлеует бар екенін көрсетеді. Дегенмен, ол үшін цифрлық инфрақұрылымды жетілдіру, кадрлық әлеуетті күшейту, нормативтік базаны жетілдіру және халықаралық тәжірибені дұрыс бейімдеу қажет.

Зерттеу әдістері

Бұл зерттеуде Қазақстан туризм индустриясы, туристік компаниялардың қызметі, сондай-ақ цифрлық платформалар (Booking, AirBnB, Kazakh Tourism порталы және жергілікті онлайн-сервис провайдерлері) зерттеу нысаны ретінде алынды.

Зерттеу барысында бірнеше әдістер мен инструменттер қолданылды:

Әдеби шолу (literature review). Отандық және халықаралық ғылыми мақалалар, монографиялар, мемлекеттік бағдарламалар мен стратегиялар қарастырылып, зерттеу тақырыбына қатысты негізгі теориялық ұстанымдар жүйеленді.

Салыстырмалы талдау (comparative analysis). Қазақстанның туризм индустриясындағы цифрлық шешімдер әлемдік тәжірибемен салыстырылып, ұқсастықтары мен айырмашылықтары анықталды.

Контент-анализ (content analysis). Туристік платформалардың веб-сайттары мен мобильді қосымшаларының мазмұны зерттелді. Талдау барысында өнім түрлері, цифрлық шешімдер (онлайн-брондау, виртуалды турлар, AR/VR технологиялары) және тұтынушыларға бағытталған сервистер ескерілді.

Сауалнама және сұхбат (survey & interview). Қазақстандағы туристік компаниялардың өкілдері мен қызметті пайдаланушылар арасында онлайн-сауалнама жүргізілді. Сонымен қатар, жартылай құрылымданған сұхбаттар ұйымдастырылып, олардың нәтижелері мәтіндік талдау арқылы өңделді.

Жалпы алғанда, қолданылған әдістер кешені Қазақстандағы туризм индустриясының

цифрлық трансформациясын жан-жақты зерттеуге, инновациялық өнімдердің қалыптасу ерекшеліктерін айқындауға және халықаралық тәжірибемен салыстыруға мүмкіндік берді.

Нәтижелер

Бірінші зерттеу әдісі бойынша әдебиеттер мазмұнын талдау жүргізу барысында отандық және халықаралық ғылыми мақалалар, монографиялар, мемлекеттік бағдарламалар мен стратегиялар қарастырылып, зерттеу тақырыбына қатысты негізгі теориялық ұстанымдар жүйеленді. Зерттеу нәтижелері Қазақстан туризм индустриясында цифрлық трансформацияның қазіргі жағдайын және инновациялық туризм өнімдерін енгізудегі мүмкіндіктер мен шектеулерді анықтауға мүмкіндік берді.

Халықаралық тәжірибелерді талдау көрсеткендей, **смарт-туризм дестинациялары** туристік қызметтердің жекелендірілуін қамтамасыз етеді және туристік тәжірибені арттырады [1–4]. Мысалы, Buhalis & Amaranggana персонализацияланған қызметтер арқылы туристік тәжірибені жақсарту жолдарын қарастырса, Gretzel et al. смарт-туризмнің негіздері мен дамуын жан-жақты талдаған [1]. Xiang & Fesenmaier үлкен деректер (big data) аналитикасын қолдану арқылы туристік өнімдерді жобалау мен смарт-туризмді дамыту мүмкіндіктерін көрсетті [2, 3].

Қазақстандағы жағдайға тоқталсақ, зерттеулер цифрлық шешімдердің енгізілуі әлі шектеулі екенін көрсетеді. Мысалы, Жолдасова онлайн-брондау жүйелерінің дамып келе жатқанын, бірақ аймақтық деңгейде шектеулі қолданыста екенін атап көрсетеді [16]. Нурлыбекова мен Кожаметова инновациялық технологияларды енгізу туристік компаниялардың қызмет көрсету сапасын жақсартатынын, алайда IT-инфрақұрылым мен кадрлар даярлығының жеткіліксіз екенін атап өтті [12]. Абдрахманова & Сатыбалдин цифрлық шешімдердің енгізілуін шектейтін негізгі факторлар ретінде инфрақұрылым тапшылығы, инвестициялық шектеулер және кадрлардың цифрлық сауаттылығының төмендігін атап көрсетті [11].

Мемлекеттік деңгейде «Цифрлық Қазақстан» бағдарламасы (2017–2025) және Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2023–2029 жылдарға арналған тұжырымдамасы цифрлық трансформацияны қолдау және инновациялық өнімдерді енгізу үшін құқықтық және стратегиялық негіздер ұсынады [7, 8]. Сондай-ақ, Президенттің Жолдауы туризм дамытуда заманауи технологияларды енгізудің маңыздылығын атап көрсетеді [6].

Халықаралық тәжірибелер мен отандық зерттеулерді салыстырғанда, Қазақстанның туризм саласы әлі де AR/VR технологиялары, big data және жасанды интеллект құралдарын кеңінен қолдану жағынан артта қалып отыр [17, 18]. Дегенмен, Жандосова зерттеуінде мәдени-танымдық туризмді цифрландыру арқылы интерактивті экскурсиялар мен виртуалды гидтерді енгізу мүмкіндіктері көрсетілген, бұл бағыт болашақта инновациялық туризм өнімдерін дамытуға нақты жол ашады [15].

Осылайша, әдеби шолу нәтижелері Қазақстандағы цифрлық трансформация процесі базалық деңгейде (онлайн-брондау, электронды төлемдер) жүріп жатқанын, бірақ смарт-туризмнің толық мүмкіндіктерін пайдалану үшін әлеуеттің әлі толық ашылмағанын көрсетті. Бұл зерттеу Қазақстанда инновациялық туризм өнімдерін енгізуді жеделдету қажеттілігін негіздейді.

Салыстырмалы талдау нәтижелері

Халықаралық тәжірибемен салыстыру үшін UNWTO, OECD, UNESCO есептері және

дамыған елдердің (Еуропа, Оңтүстік Корея, Сингапур) туризм стратегиялары талданды [10]. Зерттеуде контенттік кодтау әдісі қолданылып, әр елдегі цифрлық туризм тәжірибесі жүйеленді.

Салыстырмалы талдау нәтижелері төмендегі 1- кестеде көрсетілген:

Кесте - 1 – Қазақстан мен дамыған елдердегі цифрлық туризмнің салыстырмалы сипаттамасы

Параметр / Ел	Еуропа	Оңтүстік Корея	Сингапур	Қазақстан
Цифрлық маркетинг	Жоғары деңгей, мобильді қосымшалар, әлеуметтік желі науқандары [1,2]	Жоғары деңгей, Big Data аналитикасы арқылы бағытталған жарнама [1,3]	Жоғары, AI чатботтар және виртуалды гидтер [2,4]	Бастапқы деңгей, көбіне дәстүрлі жарнама [11,12]
Онлайн-төлем қауіпсіздігі	Қамтамасыз етілген, көп деңгейлі қауіпсіздік [1,2]	Қамтамасыз етілген, мобильді төлемдер кеңінен қолданылады [1,3]	Қамтамасыз етілген, халықаралық стандарттар [2,4]	Дамып келе жатыр, тек кейбір қонақүйлер мен агенттіктерде қолданылады [16]
Big Data аналитикасы	Туристік ағымдарды болжау, персонализацияланған ұсыныстар [3,4]	Кеңінен қолданылуда, маршруттарды жоспарлау және ұсыныстар жасау [1,3]	Қолданылуда, туристік тәжірибені жекелендіру [2,4]	Шектелген, зерттеулер мен пилоттық жобалар ғана [11–15]
AR/VR сервистері	Туристік бағыттарды виртуалды көру мүмкіндігі [1,2]	Мәдени-танымдық туризмде кеңінен қолданылуда [1,3]	Виртуалды гидтер мен экскурсиялар [2,4]	Сирек қолданылады, виртуалды турлар әлі эксперименттік [12,15]
AI / Жасанды интеллект	Жеке ұсыныстар, чатботтар [3,4]	Қолданылады, туристік сұрақтарға автоматты жауап беру [1,3]	Қолданылады, жекелендірілген маршруттар [2,4]	Практикада жоқ немесе шектеулі [13,14]

Ескерту: кесте 1 дамыған елдер мен Қазақстандағы цифрлық туризм тәжірибесін салыстырмалы түрде көрсету үшін авторлар өздері құрастырған және халықаралық [1–4] және отандық [11–16] зерттеулердің деректері негізінде әзірленген.

Кестеден көрініп тұрғандай, дамыған елдерде цифрлық технологиялар туристік тәжірибені толықтай жекелендіріп, маркетинг пен қызмет көрсетуді тиімді етеді. Мысалы, Оңтүстік Корея мен Сингапурда AR/VR сервистері және жасанды интеллект негізіндегі чатботтар кеңінен қолданылады, бұл туристік бағыттарды виртуалды түрде танып-білуге және жеке ұсыныстар алуға мүмкіндік береді [1,3,4].

Еуропа елдерінде туристік дестинациялар мобильді қосымшалар, әлеуметтік желілер

және big data аналитикасы арқылы туристік ағымдарды болжайды және маркетингтік стратегияларды тиімді жоспарлайды [1,2].

Қазақстанда бұл құралдар әлі бастапқы деңгейде ғана дамыған. Онлайн брондау және электронды төлемдер кейбір қонақүйлер мен туристік агенттіктерде қолданылады, бірақ AR/VR сервистері, big data аналитикасы және жасанды интеллект негізіндегі шешімдер шектеулі [11–16,18]. Сонымен қатар, цифрлық маркетингтің көлемі төмен, туристік бағыттарды насихаттау көбіне дәстүрлі әдістермен жүргізіледі, бұл халықаралық тәжірибеге қарағанда Қазақстанды бәсекеге қабілетті ету мүмкіндігін төмендетеді.

Зерттеу нәтижелері Қазақстанда цифрлық трансформацияның әлеуеті бар екенін көрсетеді, алайда оны толық пайдалану үшін бірнеше кедергілерді жеңу қажет:

1. Инфрақұрылымдық шектеулер – кейбір туристік аймақтарда жоғары жылдамдықты интернет жоқ [11,12].
2. Кадрлардың цифрлық сауаттылығының төмендігі – қызметкерлер заманауи технологияларды тиімді пайдалана алмайды [12,15].
3. Инвестициялық шектеулер – AR/VR жобалары мен аналитикалық платформаларды енгізу үшін қаржы ресурстары жеткіліксіз [13,14].

Осылайша, халықаралық тәжірибеге сүйене отырып, Қазақстанда виртуалды экскурсиялар, AR/VR сервистері, big data аналитикасы және жасанды интеллект негізіндегі жекелендірілген қызметтерді енгізу арқылы инновациялық туризм өнімдерін дамытуға нақты мүмкіндік бар.

Контент-анализ нәтижелері

Контент-анализ әдісі бойынша халықаралық және қазақстандық туристік платформалар зерттелді. Халықаралық платформаларға Booking, Airbnb, TripAdvisor, ал отандық ресурстарға Kazakh Tourism порталы және бірнеше жергілікті туроператор сайттары енгізілді. Талдау барысында NVivo 12 бағдарламасы және Excel қолданылды [1,6,9].

Зерттеуде келесі параметрлер қаралды:

1. Интерфейс қолжетімділігі – сайттың навигациясы мен қолданушыға ыңғайлылығы.
2. Көптілділік – платформаның әртүрлі тілдерде қолжетімді болуы.
3. Визуалды материалдар – фотосуреттер, бейнелер, инфографика.
4. Виртуалды турлар (AR/VR элементтері) – бағыттарды виртуалды таныстыру мүмкіндігі.
5. Тұтынушы пікірлері – шолулар мен рейтингтерді көрсету жүйесі.

Кесте - 2 – Халықаралық және Қазақстандық туристік платформалардағы цифрлық қызметтердің салыстырмалы сипаттамасы

Платформа	Интерфейс қолжетімділігі	Көптілділік	Визуалды материалдар	AR/VR сервистері	Тұтынушы пікірлері
1	2	3	4	5	6
Booking	Жоғары	40+ тіл	Толық	Бар	Толық, рейтингпен
Airbnb	Жоғары	30+ тіл	Толық	Бар	Толық, рейтингпен
TripAdvisor	Жоғары	20+ тіл	Толық	Бар	Толық, рейтингпен

жалғасы келесі бетте...

Платформа	Интерфейс қолжетімділігі	Көптілділік	Визуалды материалдар	AR/VR сервистері	Тұтынушы пікірлері
1	2	3	4	5	6
Kazakh Tourism	Орташа	2-3 тіл	Шектеулі	Жоқ	Шектеулі, рейтинг жоқ
Жергілікті туроператорлар	Орташа	1-2 тіл	Шектеулі	Жоқ	Шектеулі немесе жоқ

Халықаралық платформалар толыққанды цифрлық тәжірибе ұсынады: интерфейс қарапайым және қолжетімді, көптілді қолдау бар, визуалды материалдар мен виртуалды турлар толық енгізілген, тұтынушы пікірлері рейтингілік жүйемен ұсынылған [1,2,4,17].

Қазақстандық платформаларда жағдай әлдеқайда шектеулі: интерфейс кейде қиындық тудырады, көптілділік шектеулі (негізінен қазақ және орыс тілдері), визуалды контент көлемі аз, AR/VR элементтері жоқ, тұтынушы пікірлері толық емес [6,9,11,12].

Бұл көрсеткіштер Қазақстандағы цифрлық туризм саласының дамуының әлеуетін айқын көрсетеді, әсіресе виртуалды турлар, мультимедиялық контент және көптілділік саласында.

Контент-анализ нәтижелері халықаралық тәжірибемен салыстырғанда Қазақстанның туристік платформалары цифрлық қызметтерді толық қамтымайтынын, алайда потенциалы бар екенін көрсетті. Халықаралық стандарттарға жету үшін келесі бағыттарда жұмыс жүргізу қажет:

1. Көптілділікті кеңейту – ағылшын, қытай, испан тілдерінде қолжетімді ету.
2. Виртуалды турлар мен AR/VR сервистерді енгізу – туристерге бағыттарды алдын ала көрсету.
3. Визуалды контентті толықтыру – бейнелер, панорамалық фотосуреттер, инфографика.
4. Тұтынушы пікірлері мен рейтинг жүйесін дамыту – сенімділік пен қолданушы тәжірибесін арттыру.

Сауалнама және сұхбат нәтижелері

Зерттеу барысында Қазақстандағы туристер мен туристік компаниялар өкілдерінің цифрлық өнімдер мен жаңа технологияларды қолдану тәжірибесін бағалау мақсатында екі негізгі әдіс қолданылды: онлайн сауалнама және жартылай құрылымданған сұхбат. Бұл әдістер зерттеу тақырыбына толық сәйкес келіп, сандық және сапалық мәліметтерді жинау арқылы цифрлық трансформация жағдайын бағалауға мүмкіндік берді.

Сауалнама

Сауалнама 50 турист арасында онлайн режимде Google Forms платформасы арқылы өткізілді. Сауалнама сұрақтары үш негізгі бағытқа арналды:

1. Онлайн сервистерді қолдану жиілігі;
2. Жаңа технологияларға сенім деңгейі;
3. Туризмдегі цифрлық өнімдерге сұраныс.

Жиналған мәліметтер SPSS Statistics 26 бағдарламасында талданды. Анализ кезінде Descriptive Statistics / Frequencies функциялары қолданылып, әр параметр бойынша n және пайыздық үлестер есептелді. Нәтижелер пайыздық көрсеткіштер және диаграммалар арқылы

визуализацияланған, бұл туристердің цифрлық сервистерді қолдану тәжірибесін нақты көрсетуге мүмкіндік берді.

Кесте - 3 – Туристердің онлайн-сервистерді қолдану тәжірибесі және жаңа технологияларға сенім деңгейі (SPSS талдауы негізінде)

Параметр	n	%	Қысқаша түсіндірме
Тұрақты түрде онлайн-брондау сервистерін қолданатын туристер	33	66%	Туристердің басым бөлігі онлайн-технологияларды белсенді пайдаланады.
VR/AR технологияларын пайдаланған туристер	6	12%	VR/AR технологияларын қолдану әлі кең тарамаған.
Жаңа технологияларға сенімсіздік білдірген туристер	24	48%	Жаңа сервистерге сенімсіздік цифрлық өнімдерді енгізудегі кедергілердің бірі болып отыр.

Ескерту: Кесте 3 авторлар тарапынан SPSS Statistics 26 бағдарламасында сауалнама нәтижелері негізінде құрастырылған. Кесте SPSS-тағы Descriptive Statistics / Frequencies функциялары арқылы алынған нақты деректерге сәйкес әзірленді.

Туристердің көпшілігі онлайн-брондау сервистерін тұрақты қолданады, бұл Қазақстанда онлайн-технологиялардың кең тарағанын көрсетеді.

VR/AR технологияларын қолдану төмен деңгейде – тек 12% респондент пайдаланған, бұл инновациялық цифрлық өнімдердің әлеуетінің толық ашылмағанын білдіреді.

Жаңа технологияларға сенімсіздік 48% респондентте байқалды, бұл қоғамдағы цифрлық қызметтерге сенім мәселесінің маңызды кедергі екенін көрсетеді.

Жоғары пайыздық көрсеткіштер онлайн-брондау сервистерінің туристер арасында танымал екенін дәлелдесе, төмен VR/AR қолдану және сенімсіздік – цифрлық туризмді толық енгізудің қиындықтарын көрсетеді.

Сұхбат

Сауалнама нәтижелерін толықтыру және компания деңгейіндегі цифрлық трансформация проблемаларын анықтау мақсатында 10 туристік компания өкілімен жартылай құрылымданған сұхбат өткізілді. Сұхбат Zoom платформасында онлайн жасалып, кейін мәтінге транскрипция жасалды. Жиналған мәліметтер NVivo бағдарламасында тақырыптық талдау арқылы өңделді.

Сұхбат нәтижелері:

Тақырыптық талдау барысында келесі басты мәселелер анықталды:

1. Қызметкерлердің цифрлық сауаттылығы төмен – компаниялардың кейбір қызметкерлері жаңа технологияларды толық қолдана алмайды, бұл цифрлық сервистерді енгізуде негізгі кедергі болып отыр.

2. Жаңа технологияларды енгізуге қаржылық шектеулер бар – AR/VR немесе аналитикалық платформаларды сатып алу және енгізу үшін компанияларда қажетті бюджет жеткіліксіз.

3. Халықтың жаңа сервистерге сенімсіздігі сақталған – туристер кейбір онлайн және виртуалды қызметтерге толық сенбейді, бұл цифрлық өнімдерді енгізуге әлеуметтік кедергі жасайды.

Сауалнама мен сұхбат нәтижелері бірге қарастырылғанда:

- Қазақстанда онлайн-технологияларды қолдану деңгейі артып келе жатыр (66% респондент тұрақты қолданады), бұл цифрлық трансформацияның алғашқы кезеңі екенін көрсетеді.
- Алайда, VR/AR технологиялары және басқа инновациялық сервистер әлі кең тарамаған (тек 12% респондент пайдаланады).
- Қоғамда жаңа технологияларға сенім мәселесі сақталған (48% респондент сенімсіздік білдірген), бұл цифрлық өнімдер мен сервистерді енгізу процесінде маңызды кедергі болып табылады.
- Туристік компаниялар жаңа технологияларды енгізуге қаржылық шектеулермен, сондай-ақ қызметкерлердің цифрлық дайындық деңгейінің төмендігімен бетпе-бет келеді, бұл Қазақстандағы цифрлық туризмнің дамуын баяулатады.

Осы нәтижелер Қазақстандағы туризм саласында цифрлық трансформацияның әлеуеті бар екенін, алайда инновациялық цифрлық өнімдер мен сервистерді толық енгізу үшін қосымша шаралар қажет екенін нақты дәлелдейді.

Алайда, сауалнамаға қатысқан туристер саны (50 респондент) шектеулі болғандықтан, алынған нәтижелерді бүкіл ел туризміне толықтай жалпылауға болмайды. Бұл зерттеу бастапқы эмпирикалық деректерді ұсынғанымен, кең ауқымды үлгіде қосымша зерттеулер жүргізу қажеттігін көрсетеді.

Қорытынды

Зерттеу нәтижелері Қазақстандағы туризм саласын цифрландыру үдерісі қарқынды дамып келе жатқанын, алайда бірқатар шектеулердің бар екенін көрсетті. Халықаралық тәжірибе мен шетелдік ғалымдардың еңбектері цифрлық шешімдердің туристік тәжірибені жақсартудағы және экономикалық тиімділікті арттырудағы маңызын дәлелдесе, отандық зерттеулер цифрландырудың инфрақұрылымдық, кадрлық және құқықтық мәселелерін айқындайды.

Қазақстанда туризмді дамыту жөніндегі стратегиялық құжаттарда цифрландыру басым бағыттардың бірі ретінде белгіленгенімен, оны тиімді жүзеге асыру үшін жүйелі шаралар қажет. Атап айтқанда, цифрлық инфрақұрылымды жетілдіру, кадрлық әлеуетті арттыру, халықаралық тәжірибені бейімдеу және мемлекеттік-жекеменшік әріптестік негізінде инновациялық жобаларды енгізу негізгі міндеттер болып табылады.

Зерттеу нәтижелері Қазақстан туризміндегі цифрландырудың бірқатар үрдістерін айқындады. Дегенмен, бұл зерттеудің бірнеше әдістемелік шектеулері бар. Сауалнама деректері тек 50 туристпен шектелді, бұл статистикалық тұрғыдан репрезентативті үлгі болып табылмайды. Сонымен қатар, респонденттер іріктелген кезде ыңғайлылық үлгісі (convenience sampling) қолданылды, сондықтан нәтижелерді жалпы ұлттық деңгейге тікелей кеңейтуге болмайды. Сауалнама негізінен Түркістан өңірінде жүргізілгендіктен, басқа аймақтардағы туристік тәжірибелер ескерілмеді. Осыған байланысты зерттеу нәтижелері белгілі бір деңгейде аймақтық ерекшеліктерге тәуелді болып келеді.

Бұл зерттеу Қазақстандағы туризмді цифрландырудың ағымдағы ахуалын халықаралық тәжірибемен салыстыра отырып талдады. Зерттеудің ғылыми жаңалығы – Қазақстан туризмінде смарт-туризм элементтерін енгізудің мүмкіндіктері мен шектеулерін кешенді анықтап, оларды UNWTO, OECD, UNESCO секілді халықаралық ұйымдардың ұсынымдарымен үйлестіру арқылы жүйелеуінде. Нәтижелер Қазақстан тәжірибесінің

халықаралық деңгейге жақындауына үлес қосады, өйткені цифрлық инфрақұрылым, кадрлық әлеует және инновациялық шешімдер саласындағы кемшіліктерді жоюға бағытталған нақты ұсыныстар берілді. Бұл бағытта Қазақстан өңірлік деңгейде Орталық Азиядағы цифрлық туризмнің үлгілік алаңы бола алады.

Ұсыныстар

Туристтік платформаларға көптілділікті енгізу

– Қазақстанды шетелдік нарықтарда тартымды ету үшін туристік веб-сайттар мен мобильді қосымшаларды кемінде үш тілде (қазақ, орыс, ағылшын) ұсыну, ал болашақта қытай, түрік және араб тілдерін қосу.

AR/VR сервистерін пилоттық жобаларда қолдану

– Музейлерде, тарихи орындарда және туристік маршруттарда толықтырылған шынайылық (AR) және виртуалды шынайылық (VR) технологияларын сынақтан өткізіп, кейінірек ұлттық деңгейде кеңейту.

Туризм саласы қызметкерлеріне цифрлық оқыту бағдарламаларын енгізу

– Туроператорлар, гидтер және қонақүй қызметкерлері үшін цифрлық маркетинг, big data, онлайн-брондау жүйелері бойынша қысқа мерзімді курстар ұйымдастыру.

Мемлекеттік-жекеменшік әріптестік арқылы инвестиция тарту

– Smart tourism жобаларына жеке секторды белсенді тарту үшін салықтық жеңілдіктер мен инвестициялық гранттар қарастыру.

Халықаралық тәжірибені бейімдеу

– UNWTO, UNESCO, OECD сияқты ұйымдардың озық тәжірибесін Қазақстан жағдайына икемдеп енгізу, әсіресе деректерді басқару және туризмді цифрлық реттеу саласында.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Buhalis D., Amaranggana A. Smart tourism destinations enhancing tourism experience through personalization of services // Information and Communication Technologies in Tourism. – Springer, 2015. – P. 377–389.
2. Gretzel U., Sigala M., Xiang Z., Koo C. Smart tourism: foundations and developments // Electronic Markets. – 2015. – Vol. 25. – No. 3. – P. 179–188.
3. Xiang Z., Fesenmaier D. R. Big data analytics, tourism design and smart tourism. – Springer, 2017. – 307 p.
4. Neuhofer B., Buhalis D., Ladkin A. Smart technologies for personalized experiences: A case study in the hospitality domain // Electronic Markets. – 2015. – Vol. 25. – No. 3. – P. 243–254.
5. Sigala M. Social media and customer engagement in the tourism industry. – London: Routledge, 2018. – 276 p.
6. Қазақстан Республикасының Президенті. Қазақстан халқына Жолдау. – Астана, 2023. – Қолжетімді режимде: <https://www.akorda.kz> (қол жеткізілген күні: 15.03.2025).
7. Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2023–2029 жылдарға арналған тұжырымдамасы. – Астана: ҚР Мәдениет және спорт министрлігі, 2023. – 64 б.
8. «Цифрлық Қазақстан» мемлекеттік бағдарламасы (2017–2025). – Астана: ҚР Ақпарат және коммуникациялар министрлігі, 2017. – 80 б.
9. Қазақстан Республикасының Ұлттық статистика бюросы. Қазақстандағы туризм статистикасы. – Астана, 2024. – Қолжетімді режимде: <https://stat.gov.kz> (қол жеткізілген күні: 15.03.2025).

10. UNESCO, UNWTO. Tourism and cultural heritage in Central Asia: Opportunities and challenges. – Paris: UNESCO Publishing, 2022. – 142 p.
11. Абдрахманова Г. Н., Сатыбалдин А. А. Қазақстандағы туризм саласының цифрлануы: мүмкіндіктер мен шектеулер // Экономика және статистика. – 2022. – №2. – Б. 45–53.
12. Нурлыбекова Ж., Кожаметова Л. Қазақстан туризм индустриясындағы инновациялық технологиялар // Туризм және қонақжайлылық. – 2021. – №4. – Б. 37–44.
13. Кимсанов С. Қазақстандағы туристік дестинацияларды цифрлық ілгерілету тәжірибесі // Экономика: стратегия и практика. – 2020. – Т. 25. – №3. – С. 121–130.
14. Иванов С., Тюрина Н. Инновационные продукты в туризме: цифровая трансформация и новые вызовы. – Москва: Финансы и статистика, 2019. – 216 с.
15. Жандосова А. Smart tourism концепциясын Қазақстан жағдайында қолдану тәжірибесі // ҚазҰУ Хабаршысы. Экономика сериясы. – 2023. – №1. – Б. 87–95.
16. Жолдасова Т. Онлайн-бронирование туристических услуг в Казахстане // Вестник туризма. – 2020. – №2. – С. 45–53.
17. Kim J., Han S. Smart tourism and digital innovation: Global trends // Journal of Tourism Technology. – 2018. – Vol. 10, №4. – P. 22–36.
18. Li X., Wang Y., Zhang Z. Big data applications in tourism industry // International Journal of Hospitality Management. – 2020. – Vol. 85. – P. 102–110.
19. Kazakhstan Sees Record Tourism Indicators in 2023 // The Astana Times. – 2024. – Режимде қол жетімді: <https://astanatimes.com/2024/05/kazakhstan-sees-record-tourism-indicators-in-2023> (қол жеткізілген күні: 18.03.2025).
20. Kazakhstan's tourism sector shows signs of recovery in 2023, drawing over 9 mln foreign tourists // Kazinform. – 2024. – Режимде қол жетімді: <https://qazinform.com/news/kazakhstans-tourism-sector-shows-signs-of-recovery-in-2023-drawing-over-9-mln-foreign-tourists-bd7ce1> (қол жеткізілген күні: 18.03.2025).
21. Kazakhstan seeks to attract around 10 million tourists this year // Kazinform. – 2024. – Режимде қол жетімді: <https://qazinform.com/news/kazakhstan-seeks-to-attract-around-10-million-tourists-this-year-6fc030> (қол жеткізілген күні: 18.03.2025).
22. Kazakhstan.travel Traffic Analytics, Ranking & Audience // SimilarWeb. – 2025. – Режимде қол жетімді: <https://www.similarweb.com/website/kazakhstan.travel> (қол жеткізілген күні: 18.03.2025).

REFERENCES

1. Buhalis D., Amaranggana A. Smart tourism destinations enhancing tourism experience through personalization of services // Information and Communication Technologies in Tourism. – Springer, 2015. – P. 377–389.
2. Gretzel U., Sigala M., Xiang Z., Koo C. Smart tourism: foundations and developments // Electronic Markets. – 2015. – Vol. 25. – No. 3. – P. 179–188.
3. Xiang Z., Fesenmaier D. R. Big data analytics, tourism design and smart tourism. – Springer, 2017. – 307 p.
4. Neuhofer B., Buhalis D., Ladkin A. Smart technologies for personalized experiences: A case study in the hospitality domain // Electronic Markets. – 2015. – Vol. 25. – No. 3. – P. 243–254.
5. Sigala M. Social media and customer engagement in the tourism industry. – London: Routledge, 2018. – 276 p.

6. Qazaqstan Respublikasynyñ Prezidenti. Qazaqstan halqyna Joldau. [Address of the President of the Republic of Kazakhstan to the Nation.] – Astana, 2023. – Qoljetımdı rejimde: <https://www.akorda.kz> (qol jetkızılgen küni: 15.03.2025).
7. Qazaqstan Respublikasynyñ turistik salasyn damytudyñ 2023–2029 jyldarğa arnalğan tūjyrymdamasy. [The concept of development of the tourism industry of the Republic of Kazakhstan for 2023–2029.] – Astana: QR Mädeniet jäne sport ministrlığı, 2023. – 64 b.
8. «Sıfrlyq Qazaqstan» memleketтік baǵdarlamasy (2017–2025). [State program "Digital Kazakhstan" (2017–2025).] – Astana: QR Aqparat jäne kommunikasiar ministrlığı, 2017. – 80 b.
9. Qazaqstan Respublikasynyñ Ūlttyq statistika bürosy. Qazaqstandaǵy turizm statistikasy. [Tourism statistics of Kazakhstan. Bureau of National Statistics of the Republic of Kazakhstan.] – Astana, 2024. – Qoljetımdı rejimde: <https://stat.gov.kz> (qol jetkızılgen küni: 15.03.2025).
10. UNESCO, UNWTO. Tourism and cultural heritage in Central Asia: Opportunities and challenges. – Paris: UNESCO Publishing, 2022. – 142 p.
11. Abdrahmanova G. N., Satybaldin A. A. Qazaqstandaǵy turizm salasynyñ sıfrlanuy: mümkindikter men šekteuler [Digitalization of the tourism industry in Kazakhstan: opportunities and limitations] // Ekonomika jäne statistika. – 2022. – №2. – B. 45–53.
12. Nurlybekova J., Kojahmetova L. Qazaqstan turizm industriasyndaǵy innovasiyalyq tehnologialar [Innovative technologies in the tourism industry of Kazakhstan] // Turizm jäne qonaqjailılyq. – 2021. – №4. – B. 37–44.
13. Kimsanov S. Qazaqstandaǵy turistik destinasiyalardy sıfrlyq ilgeriletu täjiribesi [Experience of digital promotion of tourist destinations in Kazakhstan] // Ekonomika: strategia i praktika. – 2020. – T. 25. – №3. – S. 121–130.
14. İvanov S., Tūrına N. İnnovasionnye produkty v turizme: sıfrovaia transformasia i novye vyzovy [Innovative products in tourism: digital transformation and new challenges]. – Moskva: Finansy i statistika, 2019. – 216 s.
15. Jandosova A. Smart tourism konsepsiasyn Qazaqstan jaǵdaiynda qoldanu täjiribesi [Experience of using the concept of Smart tourism in Kazakhstan] // QazŪU Habaršysy. Ekonomika seriesy. – 2023. – №1. – B. 87–95.
16. Joldasova T. Onlain-bronirovanie turistichestkih uslug v Kazahstane [Online booking of tourist services in Kazakhstan] // Vestnik turizma. – 2020. – №2. – S. 45–53.
17. Kim J., Han S. Smart tourism and digital innovation: Global trends // Journal of Tourism Technology. – 2018. – Vol. 10, №4. – P. 22–36.
18. Li X., Wang Y., Zhang Z. Big data applications in tourism industry // International Journal of Hospitality Management. – 2020. – Vol. 85. – P. 102–110.
19. Kazakhstan Sees Record Tourism Indicators in 2023 // The Astana Times. – 2024. – Rejimde qol jetımdı: <https://astanatimes.com/2024/05/kazakhstan-sees-record-tourism-indicators-in-2023> (qol jetkızılgen küni: 18.03.2025).
20. Kazakhstan's tourism sector shows signs of recovery in 2023, drawing over 9 mln foreign tourists // Kazinform. – 2024. – Rejimde qol jetımdı: <https://qazinform.com/news/kazakhstans-tourism-sector-shows-signs-of-recovery-in-2023-drawing-over-9-mln-foreign-tourists-bd7ce1> (qol jetkızılgen küni: 18.03.2025).
21. Kazakhstan seeks to attract around 10 million tourists this year // Kazinform. – 2024. – Rejimde qol jetımdı: <https://qazinform.com/news/kazakhstan-seeks-to-attract-around-10-million-tourists-this-year-6fc030> (qol jetkızılgen küni: 18.03.2025).

22. Kazakhstan.travel Traffic Analytics, Ranking & Audience // SimilarWeb. – 2025. –
Rejimde qol jetimdi: <https://www.similarweb.com/website/kazakhstan.travel> (qol jetkizilgen küni:
18.03.2025).

М. МӘУЛЕТҚАЗЫ Қазақ спорт және туризм академиясының докторанты, (Қазақстан, Алматы) e-mail: Mukhitdin01@gmail.com	А. ТУЛЬБАЕВА Қауымдастырылған профессор м.а. Қазақ спорт және туризм академиясы (Қазақстан, Алматы), e-mail: aika_tu81@mail.ru
Н.АБИШОВ Қауымдастырылған профессор м.а. Халықаралық туризм және меймандостық университеті, (Қазақстан, Түркістан) e-mail: abishov.nurzhan@iuth.edu.kz	15.07.25ж. баспаға түсті. 15.08.25ж. түзетулерімен түсті. 29.09.25ж. басып шығаруға қабылданды.

М. MAULETKAZY¹✉, А. TULBAYEVA¹, N. ABISHOV²

¹Kazakh Academy of Sports and Tourism

(Kazakhstan, Almaty), e-mail: Mukhitdin01@gmail.com

²International University of Tourism and Hospitality (Kazakhstan, Turkistan)

FORMATION OF INNOVATIVE TOURISM PRODUCTS UNDER THE DIGITAL TRANSFORMATION OF KAZAKHSTAN'S TOURISM INDUSTRY

Abstract. *This article analyzes the processes of digital transformation in Kazakhstan's tourism industry in comparison with international practices. The purpose of the study is to identify the opportunities and limitations of implementing smart technologies in the tourism sector and to align them with the recommendations of international organizations such as UNWTO, OECD, and UNESCO. The research methodology includes a literature review, comparative analysis, content analysis, surveys, and expert interviews. The findings indicate significant progress in digital infrastructure development, human resource potential, and the implementation of innovative solutions in Kazakhstan. However, constraints remain in the use of VR/AR technologies, the full integration of online platforms, and the development of digital skills. The conclusions presented in the article may serve as a foundation for positioning Kazakhstan as a model hub of digital tourism in Central Asia and bringing it closer to international standards.*

Keywords: *digital tourism, smart tourism, innovations, digital transformation, Kazakhstan, international experience.*

М. МАУЛЕТКАЗЫ¹✉, А. ТУЛЬБАЕВА¹, Н. АБИШОВ²

¹Казахская академия спорта и туризма

(Казахстан, Алматы), e-mail: Mukhitdin01@gmail.com

²Международный университет туризма и гостеприимства (Казахстан, Туркестан)

ФОРМИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ТУРИСТСКИХ ПРОДУКТОВ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ КАЗАХСТАНА

Аннотация. В статье рассматриваются процессы цифровой трансформации туризма в Казахстане в сопоставлении с международным опытом. Цель исследования – выявить возможности и ограничения внедрения смарт-технологий в туристской сфере и согласовать их с рекомендациями таких международных организаций, как UNWTO, OECD и UNESCO. Методология исследования включает литературный обзор, сравнительный анализ, контент-анализ, анкетирование и экспертные интервью. Согласно полученным результатам, в Казахстане наблюдается значительный прогресс в развитии цифровой инфраструктуры, кадрового потенциала и внедрении инновационных решений. Вместе с тем сохраняются проблемы, связанные с ограниченным применением VR/AR-технологий, неполной интеграцией онлайн-платформ и недостаточным уровнем цифровых компетенций. Представленные в статье выводы могут стать основой для позиционирования Казахстана в качестве модельной площадки цифрового туризма в Центральной Азии и продвижения его на международный уровень.

Ключевые слова: цифровой туризм, смарт-туризм, инновации, цифровая трансформация, Казахстан, международный опыт.