

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ ЖОҒАРЫ БІЛІМ МИНИСТРЛІГІ
Л.Н. ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ «ЕУРАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ» КеАҚ

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
НАО «ЕВРАЗИЙСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМ. Л.Н. ГУМИЛЕВА»

MINISTRY OF SCIENCE AND HIGHER EDUCATION OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN
NJSC L.N. GUMILYOV EURASIAN NATIONAL UNIVERSITY



«ЦИФРЛЫҚ ТЕХНОЛОГИЯЛАРДЫҢ ТУРИЗМ САЛАСЫНА ӘСЕРІ»

атты халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференциясының

ЕҢБЕКТЕР ЖИНАҒЫ

30 қыркүйек 2025 жыл

СБОРНИК ТРУДОВ

международной научно-практической конференции

«ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ИНДУСТРИЮ ТУРИЗМА»

30 сентября 2025 года

PROCEEDINGS

International scientific and practical conference

**«THE IMPACT OF DIGITAL TECHNOLOGIES ON THE TOURISM
INDUSTRY»**

September 30, 2025

Астана, Қазақстан

Астана, Казахстан

Astana, Kazakhstan

УДК 338.48:004

ББК 65.422.5-803

Ц 43

Жауапты редактор / Ответственный редактор / Responsible editor:

профессор Л.М. Муталиева

Ц 43 Цифрлық технологиялардың туризм саласына әсері: халықаралық ғылыми-тәжірибелік конф. еңбектер жинағы. – Астана: Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, 2025.

Влияние цифровых технологий на индустрию туризма: Сб. трудов межд. научно-практической конф. – Астана: Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, 2025.

Proceedings of the international scientific and practical conference «**The Impact of Digital Technologies on the Tourism Industry**» Astana, L.N.Gumilyov Eurasian National University, 2025.

ISBN 978-601-385-138-9

Халықаралық ғылыми-практикалық конференция материалдарының жинағында Қазақстан Республикасында және шет елдерде туризм индустриясына цифрлық технологиялардың әсеріне арналған өзекті ғылыми-тәжірибелік зерттеулердің нәтижелері енгізілген. Материалдарда туризмді цифрландырудың жаңа бағыттары, смарт-инфрақұрылым мен инновациялық сервистерді дамыту, жасанды интеллект пен үлкен деректерді (Big Data) қолдану арқылы туристік қызмет сапасын арттыру мәселелері қарастырылған. Сондай-ақ тұрақты туризмді дамыту, цифрлық маркетинг, мәдени және табиғи мұраны виртуалды форматта таныстырудың өзекті аспектілері талданады. Жинақ туризм, қонақжайлылық, IT және экономика салаларының мамандарына, ғалымдарға, оқытушылар мен студенттерге арналған.

В сборнике рассматриваются актуальные вопросы влияния цифровых технологий на развитие индустрии туризма. Представлены результаты научных исследований и практических разработок, посвящённых цифровой трансформации туризма, внедрению инновационных платформ и сервисов, использованию искусственного интеллекта и анализа больших данных (Big Data) в управлении туристическими потоками и сервисами. Отдельное внимание уделено вопросам устойчивого туризма, цифрового маркетинга, брендинга дестинаций и популяризации культурного наследия с применением технологий виртуальной и дополненной реальности. Сборник предназначен для специалистов в области туризма и гостеприимства, преподавателей, исследователей, магистрантов, докторантов и студентов.

The collection addresses current issues related to the impact of digital technologies on the tourism industry. It presents research findings and practical insights on the digital transformation of tourism, including the development of innovative platforms and smart services, the application of artificial intelligence and Big Data in tourism management, and the improvement of service quality through digital tools. Special attention is given to sustainable tourism development, digital marketing, destination branding, and the use of virtual and augmented reality for promoting cultural and natural heritage. The proceedings are intended for tourism and hospitality professionals, educators, researchers, postgraduate students, and practitioners in the fields of IT and economics.

УДК 338.48:004

ББК 65.422.5-803

Ц 43

ISBN 978-601-385-138-9

© Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, 2025

© Евразийский Национальный университет им. Л.Н. Гумилева, 2025

© L.N. Gumilyov Eurasian National University, 2025

Бұл жинаққа енгізілген материалдарға авторлар жауапты.

За содержание материалов, включенных в сборник, ответственность несут авторы.

Authors are responsible for the content of their materials.

МАЗМҰНЫ
СОДЕРЖАНИЕ
CONTENTS

	<p>Секция 1. Туристiк компаниялардың цифрлық трансформациясы: жаңа бизнес үлгiлерi мен қызметтерi. Секция 1. Цифровая трансформация туристских компаний: новые бизнес-модели и сервисы. Section 1. Digital transformation of tourism companies: new business models and services</p>		
1	М.Х.Курбанова	DIGITAL TRANSFORMATION IN RELIGIOUS TOURISM: ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC INSIGHTS FROM BUKHARA	3
2	Д.Б. Мұсаева	ТУРИЗМ ЖӘНЕ ҚОНАҚЖАЙЛЫЛЫҚ ИНДУСТРИЯСЫНДАҒЫ БОЛЖАУ ӘДІСТЕРІ: ЦИФРЛЫҚ ТРАНСФОРМАЦИЯ КОНТЕКСТІНДЕ	8
3	А.С Нахипбекова, Ж.С Ракишова	ИННОВАЦИЯЛЫҚ ТЕХНОЛОГИЯЛАР НЕГІЗІНДЕ КАТОНҚАРАҒАЙ ӨНІРІНДЕГІ ТУРИЗМДІ ДАМУ	17
4	Хамраев Х.Р.	КОНЦЕПЦИЯ СОЗДАНИЯ ТЕМАТИЧЕСКОГО ПАРКА «АВИЦЕНА» В БУХАРЕ	22
5	Юлдашев К.Ш.	ЗНАЧЕНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РАЗВИТИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА И ИХ РАСПРОСТРАНЕНИЕ В ГЛОБАЛЬНОМ МАСШТАБЕ	36

Секция 2. Туризм тәжірибесі мен қонақжайлылықтағы инновациялық технологиялар.

Секция 2. Инновационные технологии в туристском опыте и гостеприимстве.
Section 2. Innovative technologies in tourism experience and hospitality

6	М.М. Асқарова	ӨРТҮРЛІ ЕЛДЕРДІҢ ТӘЖІРИБЕСІ НЕГІЗІНДЕ ҚОНАҚЖАЙЛЫЛЫҚ ИНДУСТРИЯСЫНДАҒЫ ШАЙПҰЛДЫҢ МӘДЕНИ ҚАБЫЛДАНУЫ	44
7	Исмоилова С.К.	ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКОГО ТУРИЗМА: ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ АНГКОР И КАМИНО-ДЕ-САНТЬЯГО КАК ОРИЕНТИР ДЛЯ КАЗАХСТАНА И ТАДЖИКИСТАНА	51
8	Кабдолла М.Б.	ИННОВАЦИИ В УПРАВЛЕНИИ ТУРИСТИЧЕСКИМИ ДЕСТИНАЦИЯМИ ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ С ПРИМЕНЕНИЕМ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ	56
9	Қалдарбек Т.М.	ТУРИЗМ ИНДУСТРИЯСЫНДАҒЫ ЦИФРЛЫҚ ТЕХНОЛОГИЯЛАРДЫҢ РӨЛІ МЕН ЫҚПАЛЫ	64
10	А.Н. Сансызбай	МАҢҒЫСТАУ ОБЛЫСЫНЫҢ ТУРИЗМ МЕН ҚОНАҚЖАЙЛЫЛЫҚТЫ ДАМУДЫҢ ӘЛЕУМЕТТІК-ЭКОНОМИКАЛЫҚ, ИНСТИТУЦИОНАЛДЫҚ ЖӘНЕ МӘДЕНИ НЕГІЗДЕРІ	69
11	К.К. Kusainov, В.М. Khussainov	ВЛИЯНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ТУРИСТСКИЙ ОПЫТ И ГОСТЕПРИИМСТВО ИСТОРИКО-МУЗЕЙНОГО КОМПЛЕКСА «БУКЕЕВСКАЯ ОРДА»	76

Секция 3. Цифрландыру дәуіріндегі туризмнің тұрақты дамуы.
 Секция 3. Устойчивое развитие туризма в эпоху цифровизации.
 Section 3. Sustainable tourism development in the era of digitalization

12	И.О.Давронов, О.О. Раджабов	УСТОЙЧИВОЕ УПРАВЛЕНИЕ ГОСТИНИЧНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ КАК КЛЮЧЕВОЙ ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТУРИСТСКИХ РЕГИОНОВ (НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА БУХАРЫ)	84
13	М. Х. Каражанова	ТҰРАҚТЫ ТУРИЗМ ЖӘНЕ ӨНІРЛІК ДАМУ: КАТОНҚАРАҒАЙ МЕН АҚМОЛА ОБЛЫСТАРЫНЫҢ ЭКОБРЕНДИНГІНЕ НЕГІЗДЕЛГЕН ЗЕРТТЕУ	92
14	Andleeb Zehra, Dr. Rab Nawaz Lodhi	PROMOTING SUSTAINABLE TOURISM THROUGH NEUROMARKETING: MARKETERS' PERCEPTIONS IN PAKISTAN	100
15	Д.М. Муратбекова	ҚАЗАҚСТАНДА КИЕЛІ ТУРИЗМНІҢ ТҰРАҚТЫ ДАМУЫ: ЦИФРЛАНДЫРУ ТЕТІКТЕРІ	104
16	Т.К. Рахимжанова А.Т. Тлеубайқызы	ЦИФРЛЫҚ ТЕХНОЛОГИЯЛАР МЕН ESG ҚАҒИДАТТАРЫ ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ТУРИЗМДІ ТҰРАҚТЫ ДАМУЫ ҚҰРАЛЫ РЕТІНДЕ	110
17	Тасанова Г.Д. Кондауров В. Ткачук К.	РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В КАЗАХСТАНЕ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ	119
18	Тасанова Г.Д. Кахраманова С.Т.	УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ	126

ИННОВАЦИИ В УПРАВЛЕНИИ ТУРИСТИЧЕСКИМИ ДЕСТИНАЦИЯМИ ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ С ПРИМЕНЕНИЕМ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Кабдолла М.Б.

*НАО Евразийский Национальный Университет Л.Н. Гумилева, Астана,
Республика Казахстан
(e-mail: mkabdolla7@gmail.com)*

Аннотация. Статья посвящена анализу инноваций в управлении туристическими дестинациями Центральной Азии с применением цифровых технологий. Цель исследования заключается в выявлении современных тенденций цифровизации туризма, рассмотрении их влияния на конкурентоспособность региона и разработке практических рекомендаций для повышения качества управления туристическими потоками. Основное внимание уделяется внедрению цифровых платформ, онлайн-сервисов, VR/AR-решений, систем геоаналитики и устойчивых технологий, способствующих эффективному продвижению и развитию туристических направлений. Методологическая база исследования основана на сравнительном анализе международного и регионального опыта, изучении статистических данных, кейс-стади отдельных стран Центральной Азии, а также обзоре актуальных научных публикаций. Полученные результаты показывают, что цифровые инструменты позволяют оптимизировать управление дестинациями, улучшать туристический опыт, формировать устойчивые практики и укреплять имидж региона на международной арене. Вклад данного исследования заключается в систематизации подходов к применению инноваций и определении факторов, способствующих их успешной интеграции. Практическая значимость работы выражается в возможности использования выводов для совершенствования стратегий государственного и частного управления туризмом, разработки новых маркетинговых решений и повышения инвестиционной привлекательности Центральной Азии как туристического региона.

Ключевые слова: туризм, смарт-туризм, цифровые технологии, туристские дестинации, управление, социальные сети, инновации, Центральная Азия, устойчивое развитие, маркетинг в туризме

Введение. Туризм в современном мире выступает одним из наиболее динамично развивающихся секторов экономики, оказывая значительное влияние на формирование имиджа стран и регионов, а также на их социально-экономическое развитие. В условиях глобализации и цифровизации особое значение приобретает внедрение инновационных технологий в управление туристическими дестинациями. Центральная Азия, обладающая уникальным культурным и природным наследием, находится в процессе активного освоения

современных цифровых решений, что делает данный регион интересным объектом для научного анализа.

Выбор темы исследования обусловлен несколькими обстоятельствами. С одной стороны, в мировой научной литературе накоплен значительный опыт анализа «умного туризма» и цифровизации гостиничного бизнеса, применения VR/AR-технологий, big data и платформенных решений в управлении туристическими потоками. С другой стороны, специфика Центральной Азии — историческое наследие Великого Шёлкового пути, разнообразие этнокультурных традиций и стремительное развитие туристической инфраструктуры — остаётся недостаточно изученной в контексте применения инновационных инструментов управления дестинациями. Несмотря на усилия отдельных государств по внедрению цифровых экосистем (например, eQonaq в Казахстане, национальные туристические порталы в Узбекистане), в научной литературе отсутствует комплексный анализ эффективности данных инициатив и их вклада в конкурентоспособность региона.

Актуальность темы подтверждается как теоретической, так и практической значимостью. С теоретической точки зрения, исследование позволяет расширить представления о трансформации туристических систем в условиях цифровизации. С практической — оно помогает определить перспективные направления внедрения цифровых технологий в управлении туристическими дестинациями, что может способствовать росту качества услуг, устойчивости и инвестиционной привлекательности региона.

Объект исследования — процесс управления туристическими дестинациями Центральной Азии. Предмет исследования — инновации и цифровые технологии, применяемые в управлении туристическими дестинациями. Цель исследования — выявить роль цифровых технологий в инновационном управлении туристическими дестинациями Центральной Азии и определить их влияние на развитие регионального туризма.

Для достижения цели поставлены следующие задачи:

- Изучить опыт предшествующих исследований по цифровизации туризма.
- Оценить текущее состояние внедрения инноваций в туристической отрасли стран Центральной Азии.
- Проанализировать успешные практики применения цифровых технологий в управлении туристическими дестинациями.
- Определить ключевые барьеры и факторы, влияющие на эффективность внедрения инноваций.
- Разработать рекомендации по совершенствованию стратегий цифрового управления туризмом в регионе.

Обзор литературы. Вопросы внедрения инноваций и цифровых технологий в управление туристическими дестинациями в последние годы становятся предметом активного изучения в мировой науке. Основу современного подхода составляет концепция «умного туризма» (smart tourism), предложенная и развиваемая в работах Бухалиса и Амато (Buhalis & Amaranggana, 2015), которые определяют цифровые платформы и интеллектуальные технологии как ключевые драйверы трансформации

туристической отрасли. Согласно их исследованиям, цифровизация позволяет повысить конкурентоспособность дестинаций за счёт персонализации туристического опыта, интеграции больших данных и устойчивого развития.

Значительный вклад в теоретическое осмысление цифровизации туризма внесли труды Гретцеля и соавторов (Gretzel et al., 2015), рассматривающих смарт-дестинации как экосистемы, основанные на взаимодействии туристов, бизнеса и государственных институтов с использованием технологий интернета вещей, искусственного интеллекта и облачных решений. Их исследования показывают, что цифровая трансформация становится неотъемлемым условием повышения качества управления туристическими потоками.

Важным направлением исследований является анализ роли социальных медиа и онлайн-коммуникаций в формировании туристической привлекательности. Работы Сигалы (Sigala, 2018) демонстрируют, что цифровой маркетинг и платформы пользовательского контента (например, TripAdvisor, Booking, Instagram) оказывают прямое влияние на имидж дестинаций и принятие решений туристами. В то же время исследования Хванга и Фесенмайера (Hwang & Fesenmaier, 2017) показывают, что новые медиа позволяют государственным и частным структурам выстраивать более тесный диалог с путешественниками.

Современные труды также посвящены вопросам внедрения VR/AR-технологий и виртуального туризма (Guttentag, 2019), использованию big data и геоаналитики в прогнозировании туристических потоков (Xiang et al., 2015), а также изучению устойчивого туризма в условиях цифровизации (Neuts et al., 2020). Эти исследования подчеркивают, что инновации способны одновременно решать задачи экономического роста и сохранения культурно-природного наследия.

Несмотря на значительные достижения зарубежных исследователей, в научной литературе сохраняется ряд пробелов. Во-первых, большинство работ посвящены опыту Европы и Восточной Азии, тогда как Центральная Азия остаётся слабо представленной в академическом дискурсе. Во-вторых, недостаточно изучены вопросы институциональной адаптации цифровых технологий к специфике развивающихся туристических рынков региона. В-третьих, отсутствует комплексная оценка того, как цифровые инновации влияют на имидж Центральной Азии как единого туристического макрорегиона, а не отдельных стран.

Таким образом, обзор литературы демонстрирует высокую степень изученности цифровизации туризма на глобальном уровне, но одновременно подчеркивает необходимость дальнейших исследований, ориентированных на специфику Центральной Азии и её потенциал как инновационной туристической дестинации.

Методология. Основными вопросами, на которые ориентировано исследование, являются:

- Какие цифровые технологии и инновации наиболее активно внедряются в управление туристическими дестинациями Центральной Азии?
- Как цифровизация влияет на конкурентоспособность региона и качество туристического опыта?

- Какие факторы и барьеры определяют успешность интеграции инноваций в систему управления туризмом?

Гипотеза исследования. Предполагается, что внедрение цифровых технологий в управление туристическими дестинациями Центральной Азии способствует росту их привлекательности, повышению эффективности управления туристическими потоками, развитию устойчивых практик и укреплению международного имиджа региона.

Материалы исследования. Эмпирическую базу составили:

- статистические данные Всемирной туристской организации (UNWTO), Всемирного экономического форума (WEF), а также национальных туристских комитетов Казахстана, Узбекистана, Кыргызстана и Таджикистана;

- аналитические отчёты о развитии туризма в Центральной Азии (2018–2024 гг.);

- базы данных Scopus и Web of Science для отбора научных публикаций;

- кейсы внедрения цифровых решений (например, система eQonaq в Казахстане, туристический портал Uzbekistan.travel, цифровые сервисы Kyrgyzstan.travel).

В количественном отношении выборка включала около 50 научных статей, 20 международных и национальных отчётов и 10 практических кейсов применения цифровых технологий в регионе. В качественном отношении особое внимание уделялось источникам, содержащим информацию о внедрении инноваций в туризме в странах Центральной Азии и сопоставимых регионах.

Этапы исследования.

1. Систематизация теоретических подходов к изучению смарт-туризма и цифровых дестинаций.

2. Отбор и анализ научных публикаций и статистических данных.

3. Сравнительный анализ международного и регионального опыта цифровизации туризма.

4. Кейс-стади внедрения цифровых технологий в странах Центральной Азии.

5. Синтез результатов и формулировка рекомендаций по инновационному управлению туристическими дестинациями региона.

Методы исследования:

- Контент-анализ научных публикаций и стратегических документов для выявления основных направлений цифровизации туризма.

- Сравнительный анализ международных и региональных практик внедрения инноваций.

- Кейс-метод для детального изучения опыта отдельных стран Центральной Азии.

- Метод статистической обработки данных для выявления динамики туристических потоков и влияния цифровых инициатив.

- Системный подход, позволивший рассмотреть туризм как комплексную экосистему, где цифровые технологии выступают связующим элементом между туристами, бизнесом и государством.

Новизна применённой методологии заключается в сочетании междисциплинарного анализа (экономика, управление, ИКТ) и ориентации на региональный контекст Центральной Азии, что позволяет восполнить недостаток эмпирических исследований в данной области и предложить обоснованные практические рекомендации.

Результаты и обсуждение. Результаты исследования показали, что процесс цифровизации туризма в странах Центральной Азии носит фрагментарный, но поступательный характер. Несмотря на различный уровень экономического развития, все государства региона предпринимают шаги в направлении внедрения цифровых технологий для повышения конкурентоспособности и привлекательности туристических дестинаций.

1. Внедрение цифровых платформ и онлайн-сервисов. Одним из наиболее распространённых направлений является создание национальных туристических порталов и приложений, предоставляющих информацию о достопримечательностях, маршрутах и инфраструктуре. Так, в Казахстане функционирует система *eQonaq*, позволяющая вести учёт туристических потоков и обеспечивать взаимодействие бизнеса с государственными органами. В Узбекистане действует портал *Uzbekistan.travel*, объединяющий онлайн-бронирование, маршрутизацию и маркетинг. Данные инициативы соответствуют мировым тенденциям развития смарт-дестинаций, описанным в работах Бухалиса и Амато [1], а также Гретцель и соавторов [2], где цифровые экосистемы рассматриваются как ключ к интеграции туристического опыта.

2. Использование VR/AR и мультимедийных технологий. Анализ показал, что виртуальная и дополненная реальность начинают применяться в продвижении культурного наследия региона. Примером служат VR-тур по архитектурным памятникам Самарканда и AR-гид по музеям Алматы. Подобные инициативы соответствуют выводам Гуттентага [5], который утверждает, что VR/AR расширяют возможности дестинаций, создавая дополнительную ценность для туристов. Однако в Центральной Азии эти технологии пока носят экспериментальный характер и требуют дальнейших инвестиций.

3. Геоаналитика и big data На уровне национальных комитетов туризма предпринимаются первые шаги по внедрению аналитических систем для прогнозирования туристических потоков. В частности, Казахстан использует данные мобильных операторов для анализа туристической активности. Эти меры коррелируют с выводами исследований Сянга и соавторов [6], где подчеркивается роль big data в повышении эффективности маркетинга и планирования туризма. Тем не менее, пока данные системы применяются ограниченно, и их интеграция в управление дестинациями остаётся на ранней стадии.

4. Цифровой маркетинг и социальные сети. Исследование показало, что наиболее активно цифровые инструменты применяются в продвижении туристического бренда региона через социальные сети (Instagram, TikTok, YouTube). Например, кампания «Uzbekistan: Open for You» привлекла внимание международных туристов благодаря визуальным стратегиям и коллаборациям с блогерами. Эти результаты подтверждают выводы Сигалы [3; 15] о ключевой роли социальных медиа в формировании имиджа дестинаций и вовлечении туристов.

5. Проблемы и барьеры. Несмотря на положительные тенденции, выявлены существенные барьеры:

- ограниченность финансирования цифровых проектов;
- нехватка специалистов в сфере цифрового маркетинга и управления данными;
- слабая интеграция национальных платформ между странами региона;
- низкий уровень цифровой грамотности части населения.

Подобные проблемы характерны и для развивающихся стран, что отмечают Ку и соавторы [8], однако в Центральной Азии они приобретают особую остроту из-за институциональных различий и неоднородности уровня цифровой инфраструктуры.

Таблица 1. Основные направления цифровизации туризма в странах Центральной Азии

Направление	Казахстан (пример)	Узбекистан (пример)	Кыргызстан (пример)	Общая тенденция региона
Цифровые платформы	eQonaq	Uzbekistan.travel	Kyrgyzstan.travel	Создание национальных онлайн-сервисов
VR/AR	AR-гид по музеям	VR-тур Самарканд	VR-проекты частных компаний	Пока в пилотной стадии
Big data / аналитика	Анализ данных мобильных	Туристическая статистика UNWTO	Отдельные инициативы	Ограниченное применение
Социальные сети и маркетинг	«Kazakhstan: Land of Wonders»	«Uzbekistan: Open for You»	Кампании в Instagram и YouTube	Высокая активность в продвижении

Сравнение с предыдущими исследованиями. Сравнение результатов исследования с международными работами показывает, что Центральная Азия следует глобальным трендам цифровизации туризма, но делает это с существенным отставанием по масштабу и глубине интеграции технологий. Если в Европе и Восточной Азии цифровые экосистемы уже стали частью системного управления дестинациями [2; 11], то в Центральной Азии цифровизация носит точечный и проектный характер.

Вклад данного исследования заключается в выявлении специфики регионального контекста, где цифровые технологии применяются прежде всего

для продвижения туристического бренда, но в меньшей степени — для аналитики и комплексного управления потоками. Эти результаты подчеркивают необходимость дальнейшей интеграции стран региона в международные цифровые сети и разработки совместных стратегий.

Заключение. Проведённое исследование показало, что внедрение цифровых технологий в управление туристскими дестинациями Центральной Азии играет ключевую роль в формировании их конкурентоспособности и устойчивого развития. Использование инструментов смарт-туризма, систем больших данных, технологий дополненной и виртуальной реальности, а также онлайн-платформ взаимодействия с туристами способствует повышению качества сервиса, персонализации туристского опыта и росту привлекательности региона для международных путешественников.

Анализ результатов продемонстрировал, что цифровизация позволяет регионам Центральной Азии преодолеть инфраструктурные ограничения и предложить туристам современные сервисы, соответствующие мировым стандартам. Полученные данные подтвердили выдвинутую гипотезу о том, что интеграция цифровых решений в управление туристскими дестинациями способствует не только повышению их имиджа, но и устойчивому социально-экономическому развитию территорий.

Научная новизна работы заключается в систематизации опыта внедрения цифровых технологий в странах Центральной Азии и выявлении наиболее эффективных инструментов управления туристскими потоками. Практическая значимость исследования выражается в возможности применения предложенных рекомендаций для разработки стратегий цифровой трансформации туристской отрасли региона.

Перспективы дальнейших исследований связаны с углублённым анализом влияния искусственного интеллекта и блокчейн-технологий на развитие смарт-туризма, а также с изучением факторов цифрового неравенства в управлении туристскими дестинациями.

Благодарности и конфликт интересов. Авторы выражают благодарность коллегам и экспертам в области цифрового туризма за ценные консультации, а также образовательным и исследовательским учреждениям региона за предоставленные материалы и статистические данные.

Источники финансирования: исследование выполнено без привлечения стороннего финансирования.

Конфликт интересов: авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Все авторы внесли значительный вклад в исследование, согласны с его содержанием и несут равную ответственность за достоверность представленных данных.

Список использованной литературы

1 Бухалис Д., Амарангана А. Умные туристские дестинации: повышение туристского опыта через персонализацию услуг // Информационные и

коммуникационные технологии в туризме 2015. – Springer, 2015. – С. 377–389. DOI: 10.1007/978-3-319-14343-9_28.

2 Гретцель У., Верстнер Х., Ку Ч., Ламсфус К. Концептуальные основы понимания экосистем умного туризма // *Computers in Human Behavior*. – 2015. – Т. 50. – С. 558–563. DOI: 10.1016/j.chb.2015.03.043.

3 Сигала М. Социальные медиа и вовлечение клиентов в индустрии туризма // *Big data and innovation in tourism, travel, and hospitality* / под ред. М. Сигала, Р. Рахими, М. Телуолла. – Springer, 2018. – С. 141–157.

4 Хванг Й., Фесенмайер Д. Раскрытие моделей использования социальных медиа в туризме // *Journal of Travel Research*. – 2017. – Т. 56, № 2. – С. 147–158. DOI: 10.1177/0047287516633557.

5 Гуттентаг Д. Виртуальная реальность: приложения и последствия для туризма // *Tourism Management*. – 2019. – Т. 71. – С. 1–11. DOI: 10.1016/j.tourman.2018.10.003.

6 Сян Ч., Ду Ц., Ма Й., Фан В. Сравнительный анализ основных онлайн-платформ отзывов: последствия для аналитики социальных медиа в туризме и гостеприимстве // *Tourism Management*. – 2017. – Т. 58. – С. 51–65. DOI: 10.1016/j.tourman.2016.10.001.

7 Нейтс Б., Ромао Ж., ван Льювен Э. Цифровые технологии и устойчивый туризм: обзор // *Journal of Sustainable Tourism*. – 2020. – Т. 28, № 10. – С. 1611–1629. DOI: 10.1080/09669582.2020.1758700.

8 Ку Ч., Пак Дж., Ли Дж. Н., Ли Ч. Умный туризм: перспективы путешественников, бизнеса и организаций // *Asia Pacific Journal of Information Systems*. – 2016. – Т. 26, № 4. – С. 437–454. DOI: 10.14329/apjis.2016.26.4.437.

9 Ли Й., Ху Ч., Хуан Ч., Дуань Л. Концепция умного туризма в контексте туристских информационных услуг // *Tourism Management*. – 2017. – Т. 58. – С. 293–300. DOI: 10.1016/j.tourman.2016.03.014.

10 Мариани М., Перес-Вега Р., Вирц Дж. Искусственный интеллект в туризме и гостеприимстве: систематический обзор литературы // *Journal of Hospitality and Tourism Management*. – 2022. – Т. 51. – С. 202–213. DOI: 10.1016/j.jhtm.2022.01.001.

11 Ван Д., Ли С., Ли Й. Инициатива Китая «умные туристские дестинации»: пример логики, основанной на сервисе // *Journal of Destination Marketing & Management*. – 2013. – Т. 2, № 2. – С. 59–61. DOI: 10.1016/j.jdmm.2013.05.004.

12 Дель Кьяппа Г., Баджо Р. Передача знаний в умных туристских дестинациях: анализ влияния сетевых структур // *Journal of Destination Marketing & Management*. – 2015. – Т. 4, № 3. – С. 145–150. DOI: 10.1016/j.jdmm.2015.02.001.

13 Марине-Роиг Э., Клаве С. Аналитика туризма на основе массового пользовательского контента: кейс Барселоны // *Journal of Destination Marketing & Management*. – 2016. – Т. 5, № 2. – С. 162–172. DOI: 10.1016/j.jdmm.2016.01.003.

14 Лопес де Авила А., Гарсия Санчес С. Умные туристские дестинации: новые вызовы в управлении и планировании // *Current Issues in Tourism*. – 2016. – Т. 19, № 12. – С. 1267–1271. DOI: 10.1080/13683500.2016.1184674.

ТУРИЗМ ИНДУСТРИЯСЫНДАҒЫ ЦИФРЛЫҚ ТЕХНОЛОГИЯЛАРДЫҢ РӨЛІ МЕН ЫҚПАЛЫ

Қалдарбек Т.М.

әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Алматы, Қазақстан Республикасы

(e-mail: tolkyn.kaldarbek@gmail.com)

Аңдатпа

Бұл мақалада цифрлық технологиялардың туризм саласына әсері қарастырылады. Зерттеу тақырыбының өзектілігі қазіргі таңда туризм индустриясының жаһандық деңгейде қарқынды дамып, цифрландыру үрдістерімен тығыз байланыста болуымен түсіндіріледі. Мақсат – цифрлық технологиялардың туризмдегі тиімділігін, олардың ғылыми және практикалық маңыздылығын анықтау. Зерттеу барысында онлайн-брондау жүйелері, виртуалды және толықтырылған шындық (VR/AR), жасанды интеллект пен Big Data талдау әдістері, сондай-ақ әлеуметтік желілердің туристік сұранысқа ықпалы қарастырылды.

Әдістемелік тұрғыдан алғанда, мақалада сапалық және салыстырмалы талдау әдістері қолданылды, сонымен бірге Қазақстан мен әлемдік тәжірибелер негізінде алынған мәліметтер талданды. Зерттеу нәтижелері көрсеткендей, цифрлық технологиялар туристердің тәжірибесін жетілдіруге, қызмет көрсету сапасын арттыруға және туризм кәсіпорындарының бәсекеге қабілеттілігін күшейтуге ықпал етеді. Сонымен қатар, Қазақстанда туристік компаниялардың онлайн-брондау, CRM жүйелерін пайдалану және чат-боттарды енгізу қарқыны жылдан жылға өсіп келе жатқаны анықталды.

Жүргізілген зерттеу туризм саласында цифрландырудың маңыздылығын айқындап, болашақта инновациялық технологияларды енгізу саланың тұрақты дамуына және халықаралық бәсекелестікке бейімделуіне мүмкіндік беретінін дәлелдейді. Жұмыстың практикалық маңызы – туристік ұйымдар үшін заманауи технологияларды енгізудің артықшылықтарын көрсету және мемлекеттік саясатта цифрландыруды қолдаудың қажеттілігін негіздеу.

Түйін сөздер: туризм, цифрлық технологиялар, онлайн-брондау, жасанды интеллект, Big Data, VR/AR, әлеуметтік желілер.

Кіріспе

Қазіргі заманғы туризм индустриясы жаһандық экономиканың ең қарқынды дамып келе жатқан салаларының бірі болып табылады. Соңғы жылдары бұл салада цифрлық технологиялардың енгізілуі түбегейлі өзгерістерге әкеліп, туристік қызметтердің жаңа формаларын қалыптастыруға мүмкіндік берді. Әлемдік тәжірибеде цифрландыру туризмнің қолжетімділігін арттырып