

ӨОЖ 338.2:004.9

**С.Т. Зиядин,**

э.ғ.д., профессор, әл-Фараби атындағы ҚазҰУ

**А.К. Курманғалиева,**

э.ғ.к., доцент, А. Байтурсынов ат. Қостанай мемлекеттік университеті

**Ж.А. Тастемирова,**

аға оқытушы, А. Байтурсынов ат. Қостанай мемлекеттік университеті

**Ж.А. Сарманова,**

магистрант, әл-Фараби атындағы ҚазҰУ,

Алматы

## Цифрлық экономика жағдайында туризм саласын жетілдіру

### Кіріспе

Қазіргі кезде Жаңа технологиялар икемді және ұйымдасқан, бәсекеге қабілетті демалыс өткізуге мүмкіндік береді. Стандартты және кешенді туризмнің орнына жаппай сұранысқа сүйене отырып жасалған оның жаңа түрлері келеді, яғни, цифрлы туризм.

Жаңа туризм тәжірибесіне демографиялық өзгерістер (халықтың қартаюуы), өмір сүру стилі, жұмыс сипаты, жиілігі мен ұзақтығы сияқты факторлар әсер етеді. Адамдар жаңа және стандартты емес саяхат түрлеріне ұмтылады. Олардың өсіп келе жатқан талаптары туристік бизнесте жаңа қажеттіліктерді қанағаттандыратын инновациялар мен жаңалықтарды ашуға жол береді.

Жаңа технологиялар е-туризмді (e-tourism) және е-саяхаттарды (e-travel) және туристік ақпараттық жүйелерді енгізуге ықпал етеді.

Е-туризм – бұл түпкілікті тұтынушыларға онлайн тікелей сату қызметін қамтамасыз ететін туристік қызмет көрсету, ол өндірушілерді, турагенттер мен делдалдарды (B2B) біріктіреді.

Е-саяхат – бұл онлайн ақпараттық қызмет, туристік сапарлар мен саяхаттарды жоспарлау кезінде туындауы мүмкін барлық мәселелер бойынша кеңес береді.

Туристік ақпараттық жүйелер е-туризм мен е-саяхатпен айналысатын ұйымдарға қызмет көрсетеді және ақпараттық көмек көрсетіп келеді [1].

Қазақстанның үлкен туристік әлеуетіне қарамастан, еліміз халықаралық туристік елдерінің тізбегіне қосыла алар емес. Мұның бір себебі заманауи құралдар негізіндегі жеткіліксіз дәрежедегі ақпараттық ресурстар болып отыр. Толық ақпаратпен қамтылған нарықты біз жоғарғы деңгейлі нарыққа жатқыза алмаймыз. Турист пен туристік агенттіктің арасындағы делдал ақпараттық құралдар болып табылады. Ол тек ақпараттар ағыны ретінде ғана емес, қызметтер мен төлемдер ретінде де көрініс табады. Мысалы мынадай қызметтер: қонақүйде қону, автокөлік жалдау, комплексті турлар, ұшақ орындары және т.б.

### Негізгі бөлім

Туризмнің дамуында ыңғайлы бағытты таңдаудың жүйелік түрі – дестинация болып табылады.

Сурет 1-де көрсетілгендей, дестинациялардың, бірнеше түрі және олар түрлі мөлшерде болуы мүмкін, бүкіл елдің аумағынан басталып кішкентай қалашықпен аяқталады (мысалы, Ұлы Устюг - Аяз Атаның отаны). Дестинациялар ұсынатын қызметтер қоғамдық ресурстар

болып табылады: қорғалатын ландшафтар және т.б. Жергілікті колорит айқын тартымдылығын, аттракциондар мен көрнекті орындар өзіндік ерекшелігін сыйлайды.

Саяхатшылар неғұрлым ыңғайлы болатын, қажеттіліктерін қанағаттандыратын бағыттағы сапарды таңдайды. Олар ұсынатын игіліктер ерекше орындар болса, ол үшін қажетті ақша төлеуге дайын болады.



Сурет 1 – Дестинация түрлері

Дестинация тағдыры көптеген факторларға байланысты. Бұл орналасқан жер мен нарықтық ресурстар потенциалы, көліктік қолжетімділігі, баға деңгейі және олардың маусымдық ауытқуы және т. б. Дестинация өздерінің өмірлік цикліне байланысты: салт-дәстүр, сәннің белгілі бір түрлері және туристік қызметтер. Дестинацияның өмірлік цикліне Альпыны жатқызамыз. Бұл туристік аймақ Екінші дүниежүзілік соғыстан кейін және 1980-ші жылдарға дейін өте танымал болды, сол кезде аты шыққан жылдамдыққа шаңғы тебу кешенді туристік индустриясын дамыта түсті. Алайда, теңіз жағасында демалудың пайда болуы бұл туризм түрін әлсірете бастады.

Елдер индустриялық әдістерді, өсіп келе жатқан туристік сұранысты, оның интернационализациялануын, жаңа бәсекелестікті дамытуға 50 жыл жұмсады. Инновациялар туризмді ұсақ қадамдармен әкелетін біртіндеп дамыту болып табылатын кері байланыс процесі болып табылады. Алдыңғы қатарлы туристік компанияларда инновациялар бағдарламаландырылады, ол - одан әрі дамыту туралы шешім қабылдаған кезде қолданылатын стандарт. Нарықта жаңа инновациялармен кезігіп қалмас үшін компаниялар өз бюджетінен оны зерттеуге қаражатты жиі бөліп отырады.

Осылайша, электрондық сауда-саттық экономикадағы жағдайды айтарлықтай өзгертуге алып келеді. Алайда, компаниялар электрондық сауда дәуіріне дайындығын арттыруда [3].

«Цифрлы» экономиканың негізі болып табылатын ақпараттық технологиялардың дамуы тез қарқынмен жалғасады және осы себеппен мүлтіксіз

экономикалық қызметте де айтарлықтай өзгерістер орын алатын жағдай болады. Электронды коммерция кең тарап, цифрлы ақпараттар адам өмірінің бар аспектісінде дамиды.



Сурет 2 – Туризм сферасындағы IT технологиялар

Сонымен қоса, төлемдер делдалдар арқылы емес, тікелей жүріп отырады. Сондықтан, цифрлы туризмнің ажырамас бөлігі ақпараттық құралдардың қолданылуы болып табылады. Туризм саласында қолданылатын ақпараттық құралдар компьютерлі резерв жүйесін, ақпараттық басқару жүйесін, электронды авиажелілік ақпараттық жүйесін, телефон желісін және хат алмасу жүйесін кіріктіреді. Цифрлы туризм саласында ақпараттық құралдар ақпараттық технологиялармен байланыса отырып жұмыс жасайды (Сурет 2).

Ақпараттық құралдардың дамуы ақпараттандыру деңгейін көрсетеді. Ақпараттандыру – туризм саласындағы ақпараттық қажеттіліктерді қанағаттандыруға бағытталған қоғамдық-ұйымдық, әлеуметтік-экономикалық және ғылыми-техникалық процестердің жиынтығы. Туристік салада ақпараттандырудың дамуы компьютерлік жүйесін енгізумен байланысты болды. Туризмдегі компьютерлік жүйелердің қызметін 3 класқа бөлуге болады (Сурет 3):

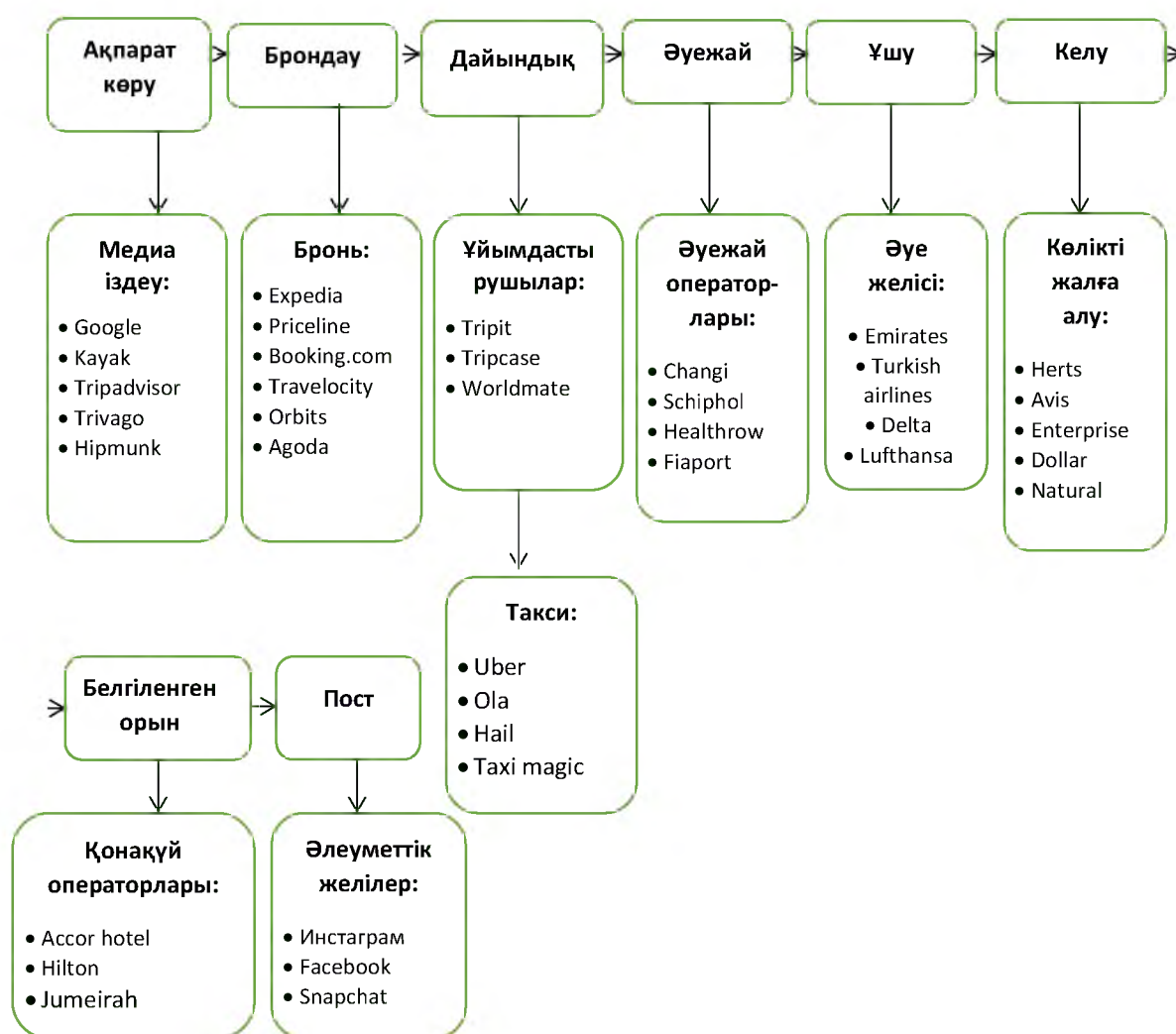
1. Басты технологиялық жүйе – компьютерлі резерв жүйесі арқылы клиенттердің тапсырысын орындау.

2. Көмекші жүйелер – қажетті құжаттарды дайындайтын турфирманың автоматтандырылған қызметі.

3. Басқару жүйесі – басқару шешімдерін қабылдауға көмектесетін

фирманың қызметі жайлы ақпараттарды орталықтандыратын ақпараттық жүйе.

Халықаралық туристік ұйым жалпы дүние жүзіне бірінғай графикалық ақпараттық жүйе құруды қарастыруда. Алайда, бір объектінің әр елде әртүрлі аталуы бұл идеяны артқа тартуда. Келесі суретте жаһандық туризм саласындағы ақпараттық ресурстар тізбегі көрсетілген.



Сурет 3 – Авиациялық және туристік экожүйе

Ақпарат көзі: Дүниежүзілік экономикалық форум [2]

Бағыттық экожүйе клиенттердің талабы бойынша қызмет көрсету арқылы сандық инновацияны қолдана отырып, бағытын құруға көмектеседі. Мұнда әлем бойынша қолданылатын жаһандық электронды ресурстар бейнеленген.

Туризм – бұл экспорттық сектор, халықаралық келушілер ретінде шетел адамдарының шығысы елге табыс ретінде тартылады. 2016 жылы жалпы келушілер

экспорты әлемдік экспорттың 6,6% құрады (барлығы 1,4 трлн АҚШ доллары) және жалпы әлемдік экспорттың 30%-ға жуығын алып отыр.

2016 жылы ЖІӨ-дегі туризмнің тікелей үлесі 3,1% құрайды. Бұл тұтастай алғанда жаһандық экономиканы 2,5% – ға өсіруге үлесін қосты, ал бұл дегеніміз, саяхат және туризм алты жыл бойы қатарынан жаһандық экономикаға үлкен үлес қосқандығын көрсетеді (Сурет 4).



Сурет 4 – Халықаралық туризмнің ұлттық экономикаға әсері

Ақпарат көзі: Дүниежүзілік экономикалық форум [2]

«Саяхат және туризмнің» жұмыспен қамту саласына тікелей қосқан үлесі 2016 жылы 1,8%-ға өсірген, бұл тікелей секторға шамамен 2 миллион жаңа жұмыс орнын, ал жалпы алғанда шамамен 6 миллион жаңа жұмыс орындарын қамтыған. Бұл - 2016 жылғы 5 жаңа жұмыс орнының 1 орны туризммен байланысты болды.

2016 жылы туризм саласы 2,3 триллион АҚШ долларын тікелей экономикаға енгізген және бүкіл әлем бойынша 109 миллион жұмыс орындарын қамтамасыз етті. 2016 жылы жанама әсерімен есептегенде 7,6 триллион АҚШ долларын әлемдік экономикаға қосқан, 292 миллион жұмыс орнын қамтыған. Бұл әлемдік ЖІӨ-нің шамамен 10,2%-на тең және 10 жұмыс орнының 1-не сай келеді.

Сапарда және туризмде адамдар демалу мақсатында да, сондай-ақ бизнес бойынша да ел ішінде шығуы болуы мүмкін не шетелге шығады. 2016 жылы барлық шығыстардың 76,8% демалыс сапарына кеткен, жұмыс демалысымен салыстырғанда 23,2%-ын іскерлік сапарлар құраған. Ішкі демалыстар ЖІӨ-нің 72%-ын алып отыр, сәйкесінше шетел адамдарының шығыстары 28%-ды құраған.

2016 жылы туризм секторының жаһандық дамуы басқа атақты секторлардың артта қалуына себепші болды. [2]

Цифрлы туризмге көшудегі тағы бір маңызды инновация QR кодтардың пайда болуы болып табылады. 2012 жылдан бері әртүрлі аудандарда тарихи-дәстүрлі мұраларға QR кодтарды қолданумен туристік порталдарды модернизациялау

және құру жобалары жүзеге асуда. Заманауи ақпараттық технологиялардың дамуын көрсететін жобалардың негізгі элементі болып QR кодтарды қолдану болып табылады.

**QR код** (quick response – жылдам жауап қайтару) – бұл екі өлшемді матрицалық код, планшеттің немесе мобильді телефонның фотокамерасы арқылы ақпаратты жылдам алуға мүмкіндік береді. Ақпаратты оқу үшін ұялы телефонға арнайы тегін бағдарламалар жасалады. Алғаш рет 1994 жылы Denso–Wave жапон компаниясы автомобиль өндірісінде QR кодты ойлап тапқан болатын. Содан бастап жарнама буклеттері мен тауар танбалауда кең қолданыла бастады. Бірақ, 90-жылдардың соңынан QR кодтарды қолдану туризм индустриясында да дами бастады. QR кодтарын қолдану қоғамдық транспортпен байланысты жүйелерді құруда, қоғамдық тамақтану және қонақ үй қызметі саласында, жергілікті жердің туристік орындары туралы ақпараттар алуда біршама атақты болып отыр.

Тарихи-дәстүрлі объектілерді ақпараттық QR код көрсетілген таблолармен камтамасыз ету, сол объект туралы үлкен көлемдегі ақпараттарды алуға ыңғайлы. Кодты оқу барысында объект туралы ақпараты бар ресурсқа переадресация жасалынады.

Сонымен қоса, порталдағы ақпараттар әр-түрлі тілде, әртүрлі формада – мәтіндік, визуалды, дыбысты болуы мүмкін. Демалыс орындары геолокациясы көрсетілген картаға біріктіріліп, экскурсиондық маршруттың бір бөлігі ретінде көрсетілсе, онда жаңа ақпараттық навигациялық жүйенің өндірісін айта бастасақ болады.

Бір жағынан, жобалар қаланың тарихи-дәстүрлі мұрасына жастардың назарын аудартатын бір мүмкіндік болып табылады. Одан басқа, қағаз карталар мен жол сілтемелерден айырмашылығы – ондағы ақпарат көлемінің шексіздігі. Қосымша ақпараттар да көрсетіледі: картадан

объектілерді іздеу, маршрутты немесе экскурсияны құру, ауа райы, ауданның туристік ресурсына сілтемелер және т.б.

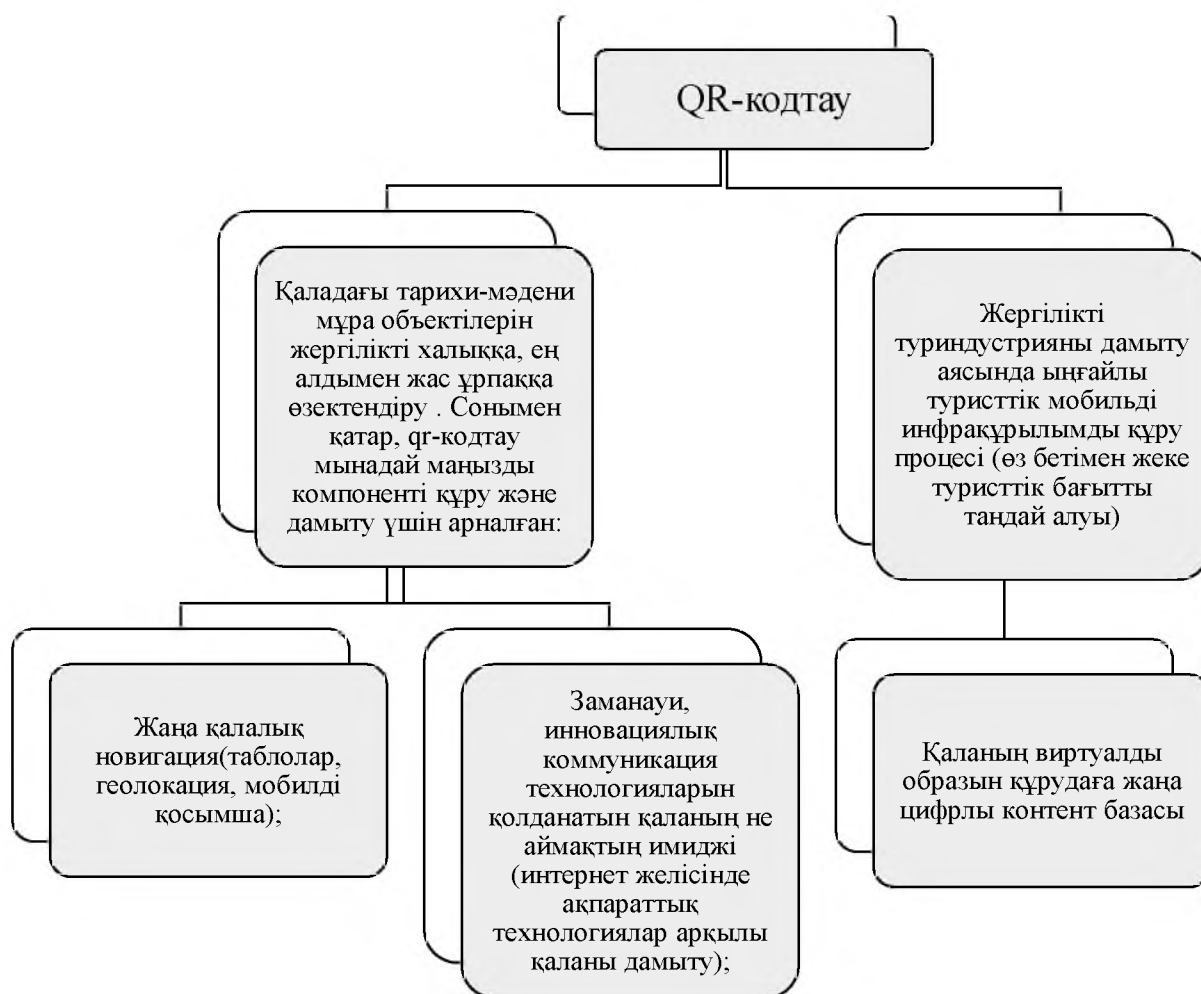
Ақпаратты орналастырудың екінші тәсілі – жобаға арналған маманданған ақпараттық порталдардың пайда болуы. Мұның өзгешелігі тек осы объект бойынша ақпаратты береді. Бұл ресурстарда орналастыру, брондау, тамақтану сияқты мәліметтерді кездестірмейміз [4].

Жалпы айтқанда, QR кодтар қаладағы тарихи-дәстүрлі мұраларды дамытудың жаңа форматы болды. Кез-келген адамға гаджет арқылы объектілер жөнінде ақпарат алуға мүмкіндік беретін, интернет технологияларды заманауи байланыс құралдарымен біріктіру перспективасы басқа да көптеген QR кодтау секілді бір типті жобалардың пайда болуына әкелді. Бұл жобалардың айырмашылығы тек ұйымдастырушылардың жауаптылығына, сайттардың ыңғайлылығына және ақпарат көлеміне байланысты.

Жалпы айтқанда, туристік ақпараттық навигациялық жүйесін қолдану оның құру сапасына, мобильді қосымшасын жасау мүмкіндігіне және басқа жүйелерді ұйымдастыруға тікелей байланысты болады (Сурет 5) [4].

Келесі мәселе – цифрлы туристік карталардың пайда болуы. Қазіргі уақытта туристік және жол картасы орналастырылған интернеттегі тиісті сайттар мен порталдар үлкен сұранысқа ие болды. Интерактивті карталар көрсеткіштермен және анықтамалық мәліметтермен қоса жүреді.

2015 жылы Қытай, Ресей және Моңғолия жалпы құны 1,4 миллиард (шамамен 220 миллион доллар) юань болатын келісімдер жасасты. Ол келісім трансшекаралық мемлекеттер арасындағы бірқатар ынтымақтастықты дамыту мақсатындағы қонақ үйлер мен демалыс аймақтарының құрылысын қамтиды. 2014 жылы Моңғолияны 630 мың Ресей туристері аралады.



Сурет 5 – QR кодтау жүйесі

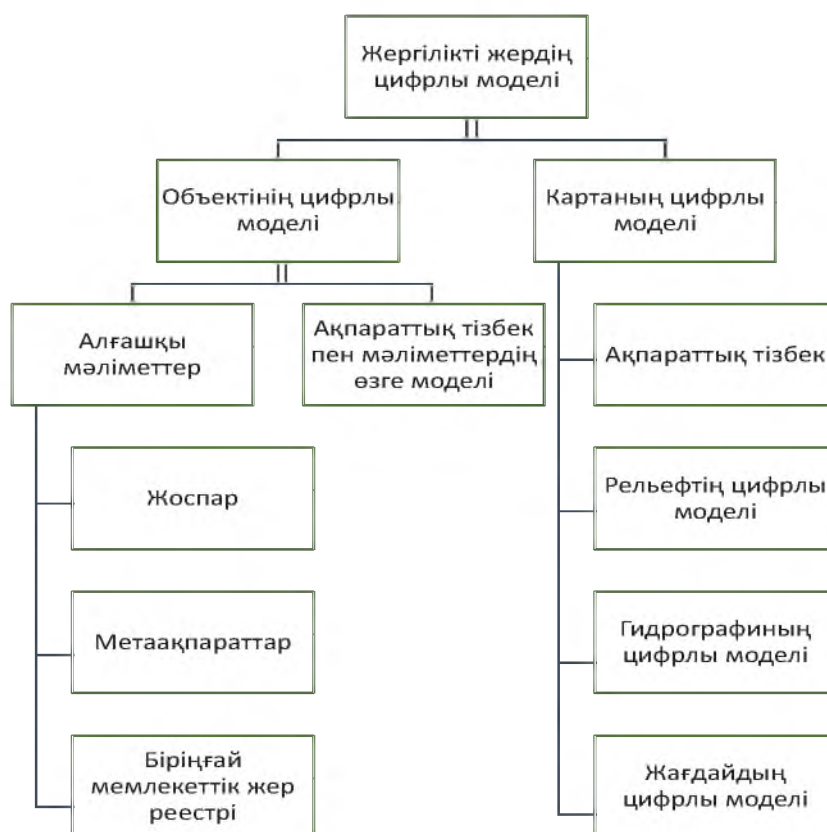
Ақпарат көзі: Е. А. Кирсанова [4]

«Шекарасыз Әлем» туристік қауымдастығының деректері бойынша, келісімнің шеңберінде 2015 жылы 480 мың қытайлық туристер Ресейге визасыз сапар жасаған және 184 мың адам турсапармен келген.

Дегенмен, Бурятия Республикасында құрылған Ресей-Қытай инвестициялық қорының туризм және демалыс инфрақұрылымы жөніндегі өкілі қытай тіліндегі карта саны жеткіліксіз және сервис деңгейі қажеттіліктерін қанағаттандырмайтындығын айтты.

Геоақпараттық сервистердің және сандық туристік карталардың деректері түрлі техникалық мүмкіндіктері бар құрылғыларды пайдаланушылар үшін ашық интернет кеңістігінде болуы шарт [5].

Сонымен қатар, цифрлық карта процесінде алынған Веб-ГИС-жүйесі жалпы қала туралы түсінік беріп қана қоймай, туристік объектілермен маршрут құрса да болады. Бұл туралы Сурет 6-да көрсетілген.



Сурет 6 – Жергілікті жердің цифрлы моделі

Ақпарат көзі: Кацко С.Ю. [5]

Атап айтқанда, сайт бетінде ГИС-сервис интерактивті Веб-интерфейс арқылы сіз қызықтырушы санат объектілерін қалыптастыру үшін динамикалық сервер мазмұнының сандық туристік векторлық карталар негізінде кеңістіктік деректер базасы «visitrb» арқылы кейіннен картографиялық бейнеленуін браузер терезесінде көре аласыз. Сызықтық және нүктелік кеңістіктік объектілері сандық туристік картасында суреттермен көрсетіледі, ал басқан кезде пайдаланушы қызықтырған элементті ашады және объект туралы мамандандырылған бет егжей-тегжейлі ақпарат береді.

Айта кету керек, цифрлы туристік карталар мен навигациялық бағдарламаларын жетілдіру олардың

мазмұнын, геоақпараттық картографиялау әдістерін дамытуға ықпал етеді [6].

### Қорытынды

Цифрлы туризм ақпараттық технологияларды дамыту және интернет Web-сайттарды көптеген орындарына орналастыру арқасында Батыс Еуропа елдерінде және Америкада өте танымал болды. Web-сайт беттері бар қонақ үйлер парақшаларына барлық ұсынылатын қызметтер мен тұру бағаларын, шарттары туралы толық ақпаратты орналастырады. Әлеуетті турист үшін Интернет өз бетінше баратын елмен, көрнекті орындар мен қонақ үйлермен, сондай-ақ тұру жағдайларымен танысу үшін тартымды болып табылады. Бірте-бірте саяхатшылар



электронды виза және электрондық билет секілді осындай жаңашылдыққа көше бастады және оларды пайдалануда, бұл цифрлы туризмнің қарқынды даму үстінде деп айтуға мүмкіндік береді.

Ұзақ даму тарихи бола тұрып, туризм әлі күнге дейін толық, бір мәнді анықтама алған жоқ және оны тек жеке мамандар ғана емес, туристік ұйымдар да әр түрлі анықтап жүр. Күрделі әлеуметтік-экономикалық құбылыс ретінде ол жеткілікті зерттелмеген және оған сандық баға беру қиын.

Қазіргі уақытта Қазақстандағы әлеуметтік туризмнің орнын экономикалық туризм ығыстыра бастады және оның жоғары дамыған индустрияға, ұлттық экономиканың маңызды бір саласына айналуы мәселесін шешу керек. Сондықтан шет елдерде және өзіміздің елде адамзат тарихының әр түрлі кезеңдеріндегі туризмнің тиімді даму факторларын зерттеу қазіргі күндегі өте өзекті мәселелердің бірі болып табылады. Туризм тарихы бойынша еңбектердің нәтижесін пайдалану туризм танудың негізгі теорияларын дамытуға, Қазақстан Республикасындағы туризм индустриясын дамытудағы осы заманғы тұжырымдаманы жасауға және туристік кадрлар даярлауға мүмкіндік береді.

Туризмнің шаруашылық саласы ретінде дамуы мемлекеттердің тұрақты даму стратегиясымен тығыз ұласады. Әлеуметтік-экономикалық дамудың катализаторы болып табылатын бұл күрделі құрылымды сала табиғатты экономикалық максатта тиімді пайдаланудың негізінде адамдар өмірінің жоғары деңгейін қамтамасыз ете алады. Қазіргі шақта туризмде жаһандандыру, цифрландыру процесі жүріп жатыр, оған Қазақстан да еніп отыр.

Халықаралық туризм шетел валюта-сының белсенді көзі болып табылады және де ол мемлекеттің төлем балансына әсер етеді. Халықаралық туризм көптеген елдердің экономикасына ғана емес,

сонымен қатар олардың әлеуметтік-мәдени ортасына, экологиясына да әсерін тигізеді. Ал ол өз кезегінде туристер ағымына әсер етеді.

*Қолданылған әдебиеттер көзі*

1. Lénia Marques, Carla Borba. (2017.) The concept of smart tourism in the context of tourism information services. *Tourism Management*. Volume 58, February 2017, P. 293-300. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.03.014>
2. TRAVEL & TOURISM: GLOBAL ECONOMIC IMPACT & ISSUES 2017. WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL (WTTC), The Harlequin Building, 65 Southwark Street, London SE1 0HR, United Kingdom. [www.wttc.org](http://www.wttc.org). (дата обращения: 13.04.2018)
3. Samira Borouji Hojehghan & Alireza Nazari Esfangareh. (2011.) Digital economy and tourism impacts, influences and challenges. *Islamic Azad University, Central Tehran Branch, Iran*. P. 153-160. doi:10.1016/j.sbspro.2011.05.136
4. Кирсанова Е.А. Qr-коды и туризм. К опыту создания цифрового контента об историко-культурных объектах в контексте развития туристических порталов // *Вестник Кемеровского государственного университета*. - 2015. - № 2 (62), Т. 7. - С. 8-10
5. Кацко С.Ю. Исследование компьютерных картографических изображений и их реализация в геоинформационном картографировании: автореф. дис. ... канд. техн. наук. – Новосибирск.: ред.-изд. отдел ГОУ ВПО СГГА, 2008. – 25 с. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.miigaik.ru/nauka/dissertacionnyy\\_sovet/zasedaniya/20081120175827-1611.pdf](http://www.miigaik.ru/nauka/dissertacionnyy_sovet/zasedaniya/20081120175827-1611.pdf)
6. Лубсанова Е.Л. Цифровые карты «Производители сельскохозяйственной продукции Республики Бурятия» // В сб.: «I Европейская конференция по наукам о Земле». – Вена (Австрия): Ассоциация перспективных исследований и высшего образования «Восток-Запад», 2015. – С. 62-66.

References

Аннотация

1. Lénia Marques, Carla Borba. (2017.) The concept of smart tourism in the context of tourism information services. *Tourism Management*. Volume 58, February 2017, P. 293-300. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.03.014>

2. TRAVEL & TOURISM: GLOBAL ECONOMIC IMPACT & ISSUES 2017. WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL (WTTC), The Harlequin Building, 65 Southwark Street, London SE1 0HR, United Kingdom. [www.wttc.org](http://www.wttc.org). (data obraenna: 13.04.2018)

3. Samira Borouji Hojehghan & Alireza Nazari Esfangareh. (2011.) Digital economy and tourism impacts, influences and challenges. *Islamic Azad University, Central Tehran Branch, Iran*. P. 153-160. doi:10.1016/j.sbspro.2011.05.136

4. E. A. Kirsanova. (2015.) Qr-kody i túrizm. K opytý sozdaniia tsifrovogo kontenta ob istoriko-kýltúrnykh obektakh v kontekste razvitiia túristicheskikh portalov. *Vestnik Kemerovskogo gosýdarstvennogo ýniversiteta* № 2 (62) T. 7. С. 8-10. (in Russ.)

5. Katsko S.Iý. (2008.) Issledovanie kompyúternykh kartograficheskikh izobrajenii i ih realizatsiia v geoinformatsionnom kartografirovani: avtoref. dis. kand. tehn. naýk. – Novosibirsk.: red.-izd. otdel GOÝ VPO SGGa, 25 s. [Elektronny resýrs]. Re-jim dostýpa: [http://www.miigaik.ru/nauka/dissertacionny\\_sovet/zasedaniya/20081120175827-1611.pdf](http://www.miigaik.ru/nauka/dissertacionny_sovet/zasedaniya/20081120175827-1611.pdf) (in Russ.)

6. Lýbsanova E.L. (2015.) Tsifrovye karty «Proizvoditeli selskohoziaistvennoi prodýktsii Respýblikí Býriatua», *Sbornik «I Evropeiskaia konferentsiia po naýkam o Zemle»*, Avstriia, Vena: Assotsiatsiia perspektivnykh issledovani i vysshego obrazovaniia «Vostok-Zapad». S. 62-66. (in Russ.)

В статье рассматриваются некоторые тенденции развития сферы туризма в условиях цифровой экономики. Туристическая индустрия считается одной из наиболее прибыльных отраслей экономики в мире, и с каждым годом ее влияние на экономику страны все более усиливается. В последнее время на развитие туристического бизнеса большое влияние оказывают Интернет-технологии и все чаще во всемирной паутине можно найти разнообразные сайты (Веб-страницы), посвященные развитию туристической индустрии, туристическим фирмам, агентствам, а также санаториям, пансионатам, отелям.

Цель статьи – раскрыть преимущества цифровых информационных технологий в развитии туризма и определить перспективы его развития. Наглядно представлены преимущества информационных технологий в продвижении цифрового туризма. Развитие цифрового туризма связано с тем, что сегодня мировое сообщество невозможно представить без разнообразных портативных технических средств.

В результате внедрение глобальной сети интернет во все сферы жизнедеятельности человека позволило развиваться электронной коммерции, которая прочно вошла и в индустрию туризма. На современном этапе туристские сайты занимают весомый объем в общем количестве появившихся интернет-сайтов. Электронный туризм – весьма актуальная тема для современного глобализованного общества. Однако сегодня недостаточно исследований, в которых раскрывались бы преимущества влияния интернета на индустрию туризма в Казахстане и в мире в целом. В статье определяется роль Интернета и новых технологий в развитии нового вида организации – цифрового туризма.

*Ключевые слова:* цифровая экономика, цифровой туризм, интернет, интернет-технологии, дестинация.

### **Abstract**

The article discusses some trends in the development of tourism in the digital economy. The tourism industry is considered to be one of the most profitable sectors of the economy in the world and its impact on the economy is increasing every year. In recent years, the development of tourism business is greatly influenced by Internet technology and increasingly in the world wide web you can find a variety of sites (Web pages) devoted to the development of the tourism industry, travel agencies, agencies, as well as sanatoriums, boarding houses, hotels.

The purpose of the article is to consider the advantages of digital information technologies in the development of tourism and to determine the prospects for its development. The article discusses the advantages of information technologies in the promotion of digital tourism. The development of digital tourism is due to the fact that today the world community can not be imagined without a variety of portable technology.

As a result, the introduction of the global Internet in all spheres of human activity allowed to develop e-Commerce, which is firmly entered into the tourism industry. At the present stage, tourist sites occupy a significant volume in the total number of Internet sites that have appeared. E-tourism is a very relevant topic for today's globalized society. However, today there is not enough research that would reveal the advantages of the Internet influence on the tourism industry in Kazakhstan and in the world as a whole. The article defines the role of the Internet and new technologies in the development of a new type of digital tourism organization. It is concluded that digitalization in the field of tourism within the digital economy only at the behest of the time.

*Key words:* digital economy, digital tourism, Internet, Internet technologies, destination.