

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра туризма и культурного наследия

**Интернет-технологии как стимулирующий фактор продвижения
внутреннего туризма в Республике Казахстан**

АВТОРЕФЕРАТ МАГИСТЕРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 3 курса 367 группы

направления 43.04.02 – Туризм

Института истории и международных отношений

наименование факультета, института

Давлетовой Дильмиры Галимжановны

фамилия, имя, отчество

Научный руководитель

доцент, к.и.н., доцент

должность, уч. степень, уч. звание

подпись, дата

О. В. Королева

инициалы, фамилия

И. о. заведующего кафедрой

к.и.н., доцент

должность, уч. степень, уч. звание

подпись, дата

О. В. Королева

инициалы, фамилия

Саратов 2025

Введение. *Актуальность* данного исследования определяется потребностью в проведении комплексного анализа влияния интернет-технологий и информационных систем на развитие внутреннего туризма в Республике Казахстан. В условиях глобализации социально-экономических процессов цифровизация становится ключевым инструментом развития туристической отрасли. Казахстан располагает значительным природным и культурным потенциалом, однако эффективность его использования во многом зависит от уровня цифровизации туристских услуг. Пандемия COVID-19 ускорила переход туристов к онлайн-сервисам, что сделало интернет-технологии основным каналом взаимодействия между туристом и туристской организацией. Вместе с тем существующие информационные ресурсы (Kazakhstan.travel¹, Visit Almaty², Visit Turkistan³, eQonaq⁴) остаются разрозненными и не интегрированы в единую систему, что снижает их эффективность.

В «Государственной программе развития туристской отрасли Республики Казахстан на 2019–2025 годы⁵» внутренний туризм определён в качестве ключевого направления, а цифровизация выделена как один из приоритетных инструментов его продвижения. Расширение цифровой инфраструктуры позволяет обеспечить доступ к туристским услугам для жителей всех регионов, сократить информационные барьеры, повысить качество обслуживания, улучшить имидж страны и привлечь дополнительные туристские потоки. Однако в научной и практической плоскости до сих пор недостаточно исследований,

¹ Kazakhstan.travel. Национальный портал туристского потенциала страны [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://kazakhstan.travel/kz> (дата обращения: 17.10.2025).

² Visit Almaty. [Официальный портал]: URL: <https://visitalmaty.kz/> (дата обращения: 22.10.2025).

³ Visit Turkistan. [Электронный ресурс]. - URL: <https://www.facebook.com/visitturkistan.official/> (Дата обращения: 22.10.2025).

⁴ Специализированная информационная система «eQonaq». — [Электронный ресурс]. - URL: <https://eqonaq.kz/> (Дата обращения: 22.08.2025)

⁵ Государственная программа развития туристской отрасли Республики Казахстан на 2019–2025 годы [Электронный ресурс] // Официальный сайт Министерства туризма и спорта РК. — Астана: [б. и.], 2024. — URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/tourism/documents/details/146894?lang=ru> (дата обращения: 22.10.2025).

посвящённых системному анализу роли интернет-технологий именно во внутреннем туризме Казахстана, оценке эффективности используемых платформ и разработке интегрированных решений, способных объединить существующие ресурсы в единую информационную систему.

Поэтому данное исследование носит актуальный, практико-ориентированный характер и направлено на научное обоснование необходимости цифровой трансформации внутреннего туризма, выявление проблем действующих сервисов и разработку инновационного инструмента — интегрированного мобильного приложения, способствующего повышению доступности, удобства и привлекательности путешествий по Казахстану.

Степень научной разработанности проблемы исследования. На данный момент очень мало конкретной литературы и статей о развитии информационных и интернет-технологий в развитии туризма Республики Казахстан.

При написании данной работы было проанализировано достаточно много источников, которые помогли сформировать представление о состоянии и особенностях развития туризма в Казахстане. В работе Вечкинзова Е. А. Дарибекова А. С. «Проблемы и перспективы развития туристской отрасли Казахстана»⁶ представлен анализ текущих проблем и перспектив развития туристической отрасли Республики Казахстан. Данная работа помогла рассмотреть основные проблемы, влияющие на динамику развития туризма Казахстана.

В работе Аубакирова Ж.Я., Айтбембетова А.Б., Сидоренко Е.Н. «Конкурентоспособность туристской отрасли Казахстана в условиях технологической модернизации» анализируется отечественный и зарубежный

⁶ Вечкинзова, Е. А. Проблемы и перспективы развития туристической отрасли Казахстана / Е. А. Вечкинзова, А. С. Дарибекова // Креативная экономика. — 2021. — Т. 15, № 11. — С. 3335–3350. — DOI: 10.18334/ce.15.11.113256. — URL: <https://1economic.ru/lib/113256> (дата обращения: 08.09.2025).

опыт применения цифровых технологий в сфере туризма⁷. Данная работа помогла рассмотреть конкурентноспособность цифрового туризма, информационно-коммуникационные технологии, инновационные платформы (онлайн-услуги) в Республики Казахстан. Работы Морозовой Н.С.,⁸ Сердюкова С.Д., Романова Г.М. Сердюков, С. Д.⁹ 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.,¹⁰ Сердюков С.Д. Романова Г.М., Сердюкова Н.К.¹¹ рассматривают в своих трудах вопросы продвижения территорий. В исследованиях Арефьева А.С.,¹² Богомазовой И.В., Богомазова, И. В.,¹³

⁷ Аубакиров Ж.Я., Айтбембетов А.Б., Сидоренко Е.Н. Конкурентоспособность туристской отрасли Казахстана в условиях технологической модернизации // Вестник Университета «Туран». – 2021. – №3(91). – С. 45–52.

⁸ Морозова, Н. С. Конкурентные преимущества в сфере туризма и гостиничного бизнеса в условиях глобальной цифровизации / Н. С. Морозова, М. А. Морозов // Вестник Российского нового университета. Серия: Человек и общество. — 2020. — № 1. — С. 45–52. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/konkurentnye-preimuschestva-v-sfere-turizma-i-gostinichnogo-biznesa-v-usloviyah-globalnoy-tsifrovizatsii> (дата обращения: 08.10.2025).

⁹ Информационное обеспечение и продвижение туристской дестинации в условиях цифровой трансформации: монография / С. Д. Сердюков, Г. М. Романова, Н. К. Сердюкова ; под науч. ред. Г. М. Романовой. — М.: Первое экономическое изд-во, 2022. — 172 с. — ISBN 978-5-91292-428-6. — DOI: 10.18334/9785912924286. — URL: <https://znanium.ru/catalog/document?id=424745> (дата обращения: 08.10.2025).

¹⁰ Кирьянова, Л. Г. Маркетинг дестинаций как современный подход к управлению туристским регионом / Л. Г. Кирьянова // Вестник Томского государственного университета. Экономика. — 2013. — № 4 (24). — С. 5–15. — URL: https://tourlib.net/statti_tourism/kiryanova.htm (дата обращения: 08.10.2025).

¹¹ Сердюков, С. Д. Информационное обеспечение и продвижение туристской дестинации в условиях цифровой трансформации: монография / С. Д. Сердюков, Г. М. Романова, Н. К. Сердюкова ; под науч. ред. Г. М. Романовой. — М.: Первое экономическое изд-во, 2022. — 172 с. — ISBN 978-5-91292-428-6. — DOI: 10.18334/9785912924286. — URL: <https://znanium.ru/catalog/document?id=424745> (дата обращения: 08.10.2025).

¹² Арефьев, А. С. «Платформизация» как инструмент управления цифровой трансформацией в сфере туризма // Теоретическая и прикладная экономика. — 2020. — № 3. — С. 22–34. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/platformizatsiya-kak-instrument-upravleniya-tsifrovoy-transformatsiey-v-sfere-turizma> (дата обращения: 08.10.2025).

¹³ Цифровая экономика в индустрии туризма и гостеприимства: тенденции и перспективы / И. В. Богомазова, Е. В. Аноприева, Т. Б. Климова // Сервис в России и за рубежом. — 2019. — Т. 13, № 3 (85). — С. 8–16. — URL:

Гарифьяновой В.И., Гордиенко С.В.,¹⁴ Кирилловой С.А., Кицис В.М.,¹⁵ Маркеловой Е.А., Хайретдиновой О.А.,¹⁶ Харченко Д.Е., Лебедевой С.А.¹⁷ и др. раскрываются перспективные направления развития, а именно цифровизация отраслевых процессов в туризме и гостеприимстве.

Был проанализирован «Интерактивный портал о туризме Казахстана tourismkaz.kz». На данном портале содержится информация о внутренних туристических местах Республики Казахстан. Портал помог рассмотреть, что возможности для развития индустрии гостеприимства и туристических маршрутов в сельских районах Казахстана.

В статье Мукановой Б. Ш., Атикеевой С. Н., Сальменовой С. К., Бакербекковой А. Т. и Баимбаевой К. А.¹⁸ представлены результаты опроса, проведенного среди двадцати респондентов через социальные сети по теме роли внутреннего туризма в Казахстане. На основе полученных данных были построены графики и сделаны выводы.

<https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-ekonomika-v-industrii-turizma-i-gostepriimstva-tendentsii-i-perspektivy> (дата обращения: 08.10.2025).

¹⁴ Гарифьянова, В. И. Исследование возможностей цифровизации в индустрии международного туризма / В. И. Гарифьянова, А. М. Галимов // Казанский вестник молодых учёных. — 2019. — Т. 3, № 2. — С. 157–164. — URL: <https://kpfu.ru/portal/docs/F2071543258/IMO.KVMU.2.2019.pdf> (дата обращения: 08.10.2025).

¹⁵ Кицис, В. М. Формы проявления цифровизации в туризме / В. М. Кицис, Е. А. Морозова // Научное обозрение. — 2021. — № 2. — С. 8–15. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formy-proyavleniya-tsifrovizatsii-v-turizme> (дата обращения: 08.10.2025).

¹⁶ Маркелова, Е. А. Развитие мобильных гидов как тренд цифровизации туризма / Е. А. Маркелова, О. А. Хайретдинова // Вестник Уфимского государственного нефтяного технического университета. Серия: Экономика и управление. — 2022. — № 1 (25). — С. 173–175. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-mobilnyh-gidov-kak-trend-tsifrovizatsii-turizma> (дата обращения: 08.10.2025).

¹⁷ Харченко, Д. Е. Импортзамещение цифровых технологий в туристическом бизнесе в эпоху экономических трансформаций / Д. Е. Харченко, С. А. Лебедева // Вопросы инновационной экономики. — 2022. — Т. 12, № 4. — С. 1433–1452. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/importozameschenie-i-tsifrovizatsiya-v-industrii-turizma-i-gostepriimstva-v-novyh-realiiakh> (дата обращения: 08.10.2025).

¹⁸ Муканова, Б. Ш. Оценка развития внутреннего туризма в Казахстане / Б. Ш. Муканова, С. Н. Атикеева, С. К. Сальменова, А. Т. Бакербеккова, К. А. Баимбаева // National science. — 2020. — № 57 (ч. 2). — С. 45–52. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-razvitiya-vnutrennego-turizma-v-kazahstane> (дата обращения: 08.10.2025).

Цель исследования: исследовать технологии продвижения внутреннего туризма Казахстана в Интернет-пространстве и определить перспективы совершенствования его информационного обеспечения посредством проектирования эффективного Интернет-ресурса.

Задачи исследования:

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- рассмотреть теоретические основы интернет-сервисов и определить их значение в продвижении туристского продукта;
- проанализировать современное состояние внутреннего туризма в Республике Казахстан и выявить его потенциал и региональные особенности;
- исследовать цифровые ресурсы и мобильные приложения, применяемые в туристской индустрии, и оценить их эффективность;
- определить перспективные направления совершенствования информационного обеспечения внутреннего туризма;
- разработать и обосновать проект информационного ресурса о внутреннем туризме Казахстана, и оценить его практическую эффективность.

Методология исследования. В ходе исследования были применены методы логического и экономико–статистического анализа, которые основываются на методах: сравнения, обобщения, систематизации, индукции, дедукции, системный. Исследование было направлено на изучение того, как информационные технологии влияют на продвижение внутреннего туризма в Республике Казахстан через интернет.

Для оценки перспектив развития отрасли применялись элементы прогнозирования, что позволило смоделировать возможные сценарии внедрения информационных технологий в интернет-продвижение внутреннего туризма Казахстана и определить потенциальные направления его роста.

Магистерская диссертация включает введение, три главы, заключение, список использованных источников и приложения.

Практическая значимость исследования. Основные теоретические положения и выводы, полученные в ходе исследования, рекомендуются к использованию уполномоченным органам в сфере туризма и услуг Республики Казахстан для оптимизации нормативно-правовой базы, включая разработку национальной концепции, стратегических планов и программ развития туризма. Для развития внутреннего туризма предлагается создать мобильное приложение, которое позволит более эффективно развивать туристское предпринимательство и внутренний туризм. В исследовании представлена типология регионов по критерию туристско-рекреационного потенциала, что является приоритетом для государства. Результаты данной работы могут быть использованы для создания новых Интернет-ресурсов для продвижения туризма Казахстана и совершенствования уже существующих платформ.

Основное содержание работы. В первой главе «Теоретико-методологические основы использования интернет-технологий в туризме» рассматриваются сущность и особенности использования интернет-технологий в туризме. Проведён анализ существующих классификаций интернет-сервисов, а также их ключевых функций в маркетинге, коммуникации и формировании имиджа туристских дестинаций. Особое внимание уделено мобильным приложениям, цифровым платформам, системам онлайн-бронирования и социальным сетям как основным инструментам взаимодействия между туристами и участниками рынка.

В работе подробно раскрыты принципы функционирования баз данных, архитектуры приложений и использования API, обеспечивающих интеграцию различных сервисов в единую систему цифрового взаимодействия. Показано, что современные интернет-технологии не только оптимизируют процесс поиска данных и бронирования, но и формируют персонализированные рекомендации, ускоряют коммуникации, повышают качество обслуживания и расширяют охват аудитории.

Теоретико-методологический анализ подтверждает, что цифровизация является ключевым драйвером развития туристской индустрии. Интернет-

технологии позволяют создавать новые формы продвижения туристского продукта, обеспечивают прозрачность информации, повышают доверие клиентов и стимулируют выбор в пользу национальных дестинаций. В условиях Казахстана их использование способствует интеграции туристских ресурсов, сокращает информационные барьеры, делает путешествия более доступными и становится важным фактором роста внутреннего туризма.

Во второй главе «Анализ потенциала и особенностей развития внутреннего туризма в Республике Казахстан» представлен комплексный анализ состояния внутреннего туризма в Республике Казахстан. Согласно данным Бюро национальной статистики, в 2024 году внутренний турпоток достиг 10,5 млн человек, что на 60% больше по сравнению с 2023 годом¹⁹.

Рассмотрены ключевые туристские дестинации — Алматы, Туркестан и Астана, а также функционирующие цифровые ресурсы: Kazakhstan.travel¹, Visit Almaty², Visit Turkistan³ и eQonaq⁴. Установлено, что при положительной динамике посещаемости сохраняются проблемы интеграции, персонализации и согласованности цифровых сервисов. В разделе также представлен анализ международного опыта цифровизации туризма — на примере GoTürkiye²⁰ (Турция) и Dubai Tourism²¹ (ОАЭ). В этих странах внедрение технологий искусственного интеллекта (AI) и дополненной реальности (AR) способствовало росту туристского потока и повышению уровня удовлетворённости путешественников. Анализ показал, что внутренний туризм Республики Казахстан обладает значительным потенциалом. Вместе с тем сохраняются системные проблемы — фрагментированность цифровой инфраструктуры, ограниченная интеграция инновационных технологий и отсутствие единой

¹⁹ Бюро национальной статистики АСПиР РК. Статистика туризма [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://stat.gov.kz/ru/industries/business-statistics/stat-tourism/> — (дата обращения: 22.10.2025).

²⁰ GoTürkiye: приложение с AR-гидами и бронированием, +18 % внутреннего потока — Branding GoTürkiye / официальный пресс-релиз Министерства культуры и туризма Турции. — [Электронный ресурс]. — URL:<https://branding.goturkiye.com/> (дата обращения: 22.10.2025)

²¹ Dubai Tourism: персонализированные AI-рекомендации, NPS = 85 % — Dubai Department of Economy and Tourism. — [Электронный ресурс]. — URL:<https://www.dubaidet.gov.ae/> (дата обращения: 22.10.2025)

информационной среды. Действующие цифровые платформы (Kazakhstan.travel, eQonaq, Visit Almaty) выполняют важную роль в информационном и навигационном обеспечении туристов, однако требуют дальнейшего совершенствования — унификации интерфейсов, внедрения мультязычной поддержки и офлайн-доступа. Реализация указанных мер обеспечит соответствие Государственной программе развития туристской отрасли на 2019–2025 годы и будет способствовать формированию единой цифровой экосистемы внутреннего туризма.

На основе сравнительного анализа выделены направления, требующие адаптации в Казахстане:

- создание единой цифровой экосистемы туризма;
- использование технологий big data для прогнозирования спроса;
- внедрение мультимедийного контента (видео, 3D-туры);
- развитие маркетинговых стратегий через социальные сети и блогинг.

Результаты анализа показывают, что Казахстан обладает уникальными природно-культурными ресурсами, но нуждается в системной цифровой стратегии, направленной на объединение информационных потоков и повышение доступности данных для туристов.

Третья глава «Разработка проекта по совершенствованию информационного обеспечения внутреннего туризма Казахстана» посвящена анализу и практическому предложению по цифровизации туристической отрасли. Был проведён SWOT-анализ, который показал:

- Сильные стороны — высокий туристский потенциал, рост цифровой грамотности, наличие национальных порталов;
- Слабые стороны — фрагментарность сервисов и низкая персонализация;
- Возможности — внедрение искусственного интеллекта, AR/VR и big data;
- Угрозы — конкуренция с международными платформами и цифровое неравенство регионов.

На основе анализа предложен и обоснован проект интегрированного цифрового ресурса и мобильного приложения «Steppe Compass»,

объединяющего ключевые сервисы: каталог маршрутов, онлайн-бронирование услуг, интерактивную навигацию, мультимедийные обзоры достопримечательностей, систему отзывов, рейтингов и персональных рекомендаций. Приложение ориентировано на внутренний и въездной туризм и решает проблему фрагментарности информационных ресурсов, создавая единую цифровую экосистему.

Техническая реализация проекта основана на кроссплатформенном фреймворке Flutter, что позволяет использовать приложение на устройствах Android и iOS. Интеграция с Google Maps обеспечивает удобную геолокационную навигацию, с Cloudinary — размещение и обработку мультимедиа, с Rutube — адаптацию видеоконтента. Структура базы данных обеспечивает возможность расширения функционала, подключения новых регионов и туристских объектов.

Практическая эффективность проекта подтверждена результатами опроса 150 респондентов, где приложение было оценено в среднем на 4,4 из 5 баллов, что свидетельствует о высокой пользовательской востребованности, удобстве интерфейса и значимости инструментов планирования путешествий. Полученные данные показывают, что внедрение цифровой платформы способствует увеличению туристской активности, улучшению клиентского опыта и росту удовлетворённости потребителей.

Важной особенностью проекта является его масштабируемость: система может быть дополнена модулем AR-экскурсий, офлайн-картами, системой электронных билетов, интеграцией с гостевыми домами, музеями и экскурсионными бюро. В перспективе возможно создание аналитического центра на основе big data, позволяющего прогнозировать туристические потоки, планировать нагрузку на инфраструктуру и формировать персонализированные предложения.

Внедрение «Steppe Compass» имеет не только технологическое, но и социально-экономическое значение. Проект способствует развитию малого и среднего бизнеса, продвижению региональных брендов, увеличению занятости

в туристической сфере, упрощению доступа к информации для внутренних туристов и развитию культуры путешествий по стране. Создание единой цифровой среды позволит повысить прозрачность рынка, улучшить конкурентоспособность отечественных сервисов и сформировать современный цифровой образ Казахстана на внутреннем и международном уровне.

Таким образом, предложенный проект представляет собой реальное практическое решение, направленное на цифровизацию туристской отрасли. Его внедрение создаёт фундамент для инновационного развития внутреннего туризма и обеспечивает переход к новой модели управления туристическими ресурсами, основанной на современных интернет-технологиях, персонализации и открытости данных.

Заключение. Подведены итоги исследования, посвящённого определению роли интернет-технологий в развитии внутреннего туризма Казахстана. Установлено, что для устойчивого роста туристской отрасли необходимо интегрировать цифровые ресурсы, развивать национальные и региональные платформы, внедрять инновационные решения, а также повышать уровень цифровой грамотности населения.

Результаты исследования подтвердили актуальность и значимость цифровизации внутреннего туризма. В работе определены теоретико-методологические основы применения интернет-технологий в туристской сфере, проанализировано современное состояние внутреннего туризма в Казахстане и выявлены ключевые проблемы — фрагментарность цифровых сервисов, недостаточная интеграция инновационных решений и ограниченная персонализация пользовательского опыта.

В рамках исследования разработан проект интегрированного цифрового ресурса и мобильного приложения «Steppe Compass», направленного на совершенствование информационного обеспечения внутреннего туризма. Его внедрение позволит повысить доступность туристских услуг, упростить процесс планирования поездок, укрепить цифровую инфраструктуру и улучшить взаимодействие между туристами и субъектами отрасли. Проведённая

апробация показала высокую эффективность предложенного решения: по результатам опроса 150 пользователей, функциональность приложения была оценена на 4,4 из 5 баллов, что подтверждает рост удовлетворённости туристов и потенциал цифровых технологий в продвижении внутреннего туризма.

Практическая значимость исследования заключается в формировании системного подхода к цифровой трансформации туристской отрасли, который может быть использован государственными структурами, туристическими компаниями и IT-разработчиками для повышения эффективности управления и продвижения внутреннего туризма Казахстана.