

операторлар айналымдылығы 40-45 күн болатын дистрибьюторлар мен көтерме саудагерлерге бағытталғанын атап өтуге болады. Дамыған елдерде 3PL-операторлары өнімнің бөлшек саудасын ұйымдастырудың барлық процесіне қызмет көрсету және электрондық коммерциямен айналысатын компаниялармен жұмыс істеуге бағытталған. Қазақстандағы логистикаға жұмсалатын шығыстар салыстырмалы түрде жоғары және дамыған елдердегі олардың деңгейінен есе асып түседі. Мәселен, Қазақстанда логистикалық шығындардың үлесі түпкілікті өнім құнының 25% жетуі мүмкін, ал әлемдік орташа көрсеткіш 11% деңгейінде.

"А" класындағы қоймалардың негізгі кемшілігі, олардың көпшілігі 3PL барлық сервисін ұсынбайды қызметтердің шектеулі ассортиментін ұсынады. Сондықтан, бұл соңғы өнім бағасының өсуіне әкелетін компаниялардағы логистика бойынша шығындар өсуде. Сондай-ақ, Қазақстанда еліміздің барлық аймақтарында жоғары сыныпты қоймаларға тапшылық бар. Алайда, осыған қарамастан, Қазақстан "Жаңа Жібек жолы" стратегиясын табысты дамытуды жалғастыруда. Соңғы жылдары жүк тасымалдау көлемі бойынша өсім айтарлықтай артты, бұл осы жобаның табысты іске асырылғанын және осы саланың даму әлеуетінің болуын куәландырады.

#### Әдебиеттер

1. <https://kursiv.kz/news/rynki/2019-12/sklady-v-kazakhstan-realii-i-perspektivy>
2. <https://www.kn.kz/article/7388/>
3. <https://kakarabativat.ru/soveti/skladskaya-logistika/>

Батырбек Н.С., 1 курс магистранты (академик Е.А. Бөкетов атындағы ҚарМУ)  
Ғылыми жетекші – э.ғ.д., профессор Садуов А.Ж.

### САНДЫҚ ЭКОНОМИКА ЖАҒДАЙЫНДАҒЫ ТУРИЗМНІҢ ДАМУ ТЕНДЕНЦИЯЛАРЫН ЗЕРТТЕУ

Туризм әлемдік экономика үшін де, көптеген елдердің ұлттық экономикалары үшін де экономикалық қызметтің маңызды саласына айналды. Туристік қызмет және қонақжайлылық индустриясы ақпараттық бай сала болып табылады, онда цифрлық ақпаратты жинау, беру және өңдеу туризмді басқарудың барлық деңгейлерінде шешімдер қабылдау кезінде үлкен маңызға ие. Осыған байланысты сандық экономиканың жаңа парадигмасын қалыптастыру тікелей сандық экономиканың жаңа ақпараттық-коммуникациялық технологияларын белсенді пайдаланатын туризм саласына қатысты [1].

Туризм саласы толық көлемде сандық технологияларды белсенді енгізуге бағытталған, көптеген бизнес-процестер турларды брондау жүйесін, электрондық коммерция технологиясын және т. б. қоса алғанда, сандық экономиканы дамытудың жаңа парадигмасына сәйкес қайта құрылған.

Туристік индустрияның барлық кәсіпорындары қандай да бір дәрежеде ақпараттық-коммуникациялық технологияларды пайдаланады, өйткені барлық негізгі бизнес-процестер туризмде брондаудың әртүрлі жүйелерін, ақпараттық-ізвестіру жүйелерін, серіктестермен, түпкі пайдаланушылармен ақпараттық-коммуникациялық байланыстарды және т. б. қоса алғанда, ақпаратты өңдеуге негізделеді. Туризмде ілгерілетудің қазіргі заманғы технологияларының басым бөлігі интернет-технологияларды қолдануға негізделген.

Accenture консалтингтік компаниясының болжамдарына сәйкес сандық технологияларды пайдалану 2020 жылы 1,36 трлн АҚШ долларын қосу керек және ЖІӨ-нің 2,3 % - ын құрайды. Дамыған елдердің ЖІӨ цифрлық экономика есебінен 1,8% – ға, ал дамушы елдердің ЖІӨ-3,4% - ға өседі.

The Boston Consulting Group сандық экономика көлемі 2035 жылға қарай 16 трлн долларға жетуі мүмкін деп болжайды. Бұл сандар цифрлық технологиялардың жаппай таралуын көрсетеді және қаржылық инвестициялардың ауқымын және цифрландыру процестерінің саяси мәнін айқындайды.

2019 жылы электрондық коммерция индустриясы 3,45 триллион доллар сату тудырады. Қазіргі пайдаланушылар Интернетте сатып алуға аптасына 5 сағат жұмсайды. Осының барлығы сандық технологиялардың туристік нарықтың дамуына әсерін зерттеудің өзектілігін анықтайды.

Туризм, сондай-ақ, әлемдік аренадағы басқа салалар сияқты, сандық технологияларды өз клиентіне ең қысқа және ең тиімді жол ретінде қарастырады. Туризм саласында цифрлы ілгерілеу әсіресе маңызды, өйткені түпкі тұтынушы өз саяхатының бағдарынан мың километр қашықтықта болуы мүмкін.

Барлық танымал әлемдік туристік бағыттар өз бағыттарының сандық маркетингімен белсенді айналысады. OTM Digital Days 2018 конференциясы кезінде дестинацияларды басқару және маркетинг жөніндегі ұйымдардың өкілдері ұсынған ақпаратқа сәйкес, Израиль жарнамалық бюджеттің 25% - ын сандық ілгерілетуге жұмсайды.

Шетелдік туристік және travel-компаниялар айтарлықтай табыс ала отырып, өз қызметін диджитализациялауды белсенді және нәтижелі жүргізеді. Экономикасына туризм елеулі үлес қосатын Азия елдері үкіметтік деңгейде сандық трансформацияға кірісті. 2018 жылы Шри Ланка тартымды туристік бағыт ретінде елдің ауқымды сандық промосын ұйымдастырды.

Индонезия «Airbnb» халықаралық экспансиясына жауап ретінде 2000-нан астам түрлі үйлерден тұратын гестхаустарды және «Indonesia Travel Exchange» (ITX) вилласын брондау желісін іске қосты [2].

Әлемде туризм саласында ондаған технологиялық стартаптар жұмыс істейді. Мысалы, Камбоджиялық CamboTicket платформасы электронды пошта арқылы Камбоджа, Лаос, Вьетнам және Таиландтың автобустарында, паромдарында және жеке такси қызметтерінде бір мезгілде орын алуға мүмкіндік береді.

Қазақстан 2018-2022 жылдар аралығында іске асыруы жүргізілетін «Цифрлық Қазақстан» мемлекеттік бағдарламасын әзірледі. «Цифрлық Қазақстан» мемлекеттік бағдарламасы сандық технологияларды енгізу арқылы экономика салаларының бәсекеге қабілеттілігін арттыруға және халықтың өмір сүру сапасын арттыруға бағытталған. "Kazakh Tourism" ұлттық компаниясы цифрландыру бойынша бірқатар жобаларды іске асырғысы келеді. Олардың бірі - "е-туризм" порталы. Ұсынылып отырған е-туризм порталы, сондай-ақ мобильді қосымша көрнекті жерлерге, соның ішінде киелі жерлерге бару үшін Қазақстанға туристерді тартуға ықпал етеді.

Осылайша, туризм индустриясын дамытып жатқан мемлекеттер үшін сандық және сандық емес арналар бойынша операцияларды жүзеге асыру өте қажет, бүгінгі күні өзінің технологиялық мүмкіндіктерін кеңейтуге инвестиция салатын елдер оны тұтынушыларға жоғары деңгейде қызмет көрсету үшін және туристік нарықта бәсекеге қабілетті болу үшін жасайды деген қорытынды жасауға болады.

#### Әдебиеттер

1. Морозова Н.С., Морозов М.М. Информационное сопровождение туристского бизнеса // Туризм и региональное развитие : сборник научных статей. – Смоленск : Универсум, 2016. – Выпуск 9. – 60–64 б.

2. FirstLine IT-компаниясының блогы [Электрондық ресурсы] //firstlinesoftware.ru/news/blog/345-tsifrovoyturizm-kakie-segmenty-rynka-organizovannykh-puteshestvij-otsifrovyyvayutsya-prezhde-vsego

N.S. Batyrbek, 1-year master student (Y.A. Buketov Karaganda State University)  
Scientific adviser – PhD in economics, professor A.Zh. Saduov

#### RESEARCH ON THE DEVELOPMENT OF THE TOURISM INDUSTRY IN KAZAKHSTAN

The development of tourism can significantly improve the economic situation of the country, create conditions for the creation of mixed industries and is a successful, reliable and authoritative source of investment.

We know that tourism is one of the promising and dominant clusters for the economy of Kazakhstan. The implementation of the tourism industry is based on the Strategy "Kazakhstan-2030", the Concept of tourism development in the Republic of Kazakhstan and the Law of the Republic of Kazakhstan "On Tourism Activities", based on the development and use of tourism business. High-quality tourism industry is a source of different levels of replenishment of the state budget, which is the financial basis for investment in various social and environmental programs.

Kazakhstan is the largest Central Asian country that tends to present its touristic opportunities globally. The contribution of tourism to GDP, according to World Travel and Tourism Council annual statistical report, was around 5.7% (about 9.3 million US dollars) in 2018. The number of tourists and income are increasing yearly, for example, 2 million foreign visitors spent 2.275 million US dollars in 2018 [1]. Currently, almost 490 thousand people or 5.7% of total employment are employed in the touristic sector. Table 1 shows the increase in inbound tourists hosted by accommodation facilities in Kazakhstan during recent years [2].