

Туристік бизнесті дамытудағы ақпараттық жүйелер, интернет-платформалардың алатын орны

¹**ХАСЕНХАНОВ Нуршуак Бахтиярович**, докторант, nurshuak.mail.ru@mail.ru,

¹***ЖАРТАЙ Жанибек Маратулы**, PhD, қауымдастырылған профессор, zhanibek862010@mail.ru,

²**НУРГАБДЕШОВ Асылбек Рымбекулы**, PhD, қауымдастырылған профессор,

³**ШАМЕТОВА Айгерим Аманбаевна**, э.ғ.к., аға оқытушы,

¹«Е.А. Бөкетов атындағы Қарағанды университеті» КеАҚ, Университет көшесі, 28, Қарағанды, Қазақстан,

²Хериот-Уатт университеті, EH14 4AS, Эдинбург, Шотландия, Ұлыбритания,

³«Әбілқас Сағынов атындағы Қарағанды техникалық университеті» КеАҚ, Н. Назарбаев даңғылы, 56, Қарағанды, Қазақстан,

*автор-корреспондент.

Аңдатпа. Елімізде барлық саланы әсіресе экономика салаларын цифрландыруды қолға алу дүниежүзілік аренада озық позицияларға ие болу, сондай-ақ азаматтардың өмір сапасын арттыру және кәсіпкерлікті дамытуға қолайлы жағдай жасау мүмкіндігін береді. Экономика саласындағы табысы мол, жедел қарқынмен дамып келе жатқан туризм бизнесі де цифрландыруды қолға алуда. Цифрлық технологияларды жаппай енгізу қызмет көрсету сапасын арттыруды қамтамасыз ету, олардың бәсекеге қабілеттілігін, оның ішінде халықаралық нарықта оңтайлы жолымен дәстүрлі базалық салалардың дамуына серпін береді. Осылайша, цифрландыру нәтижесінде туризм секторында жоғарғы деңгейде қызмет көрсетілу қамтамасыз етіледі, бұл өз кезегінде елдің туристік имиджінің оң қалыптасуы мен капиталдың өсуіне әкеледі. Туризм бизнесін цифрландыру барлық проблеманы шешпесе де мәселені оңтайландырады. Мысалы туризм саласында статистикалық есептеулер дұрыс жүргізілмей ақпарат қисық берілсе, мемлекет тарапынан қолдау шаралары да тура жолға қойылмайды. Ал цифрландыру арқылы ақпараттағы көптеген түзетулер мен ауытқулардың алдын алуға болады.

Кілт сөздер: туризм, экономика, туристік бизнес, COVID-19, цифрлық технология, цифрлық маркетинг, рекреация.

Кіріспе

Туризм бизнесі ақпаратты қолдану тұрғысынан экономика саласында алда тұр. Қажетті ақпаратты жинақтау, өңдеу, қолдану және тарату туризм бизнесіндегі күнделікті жұмыс үшін өте маңызды болып табылады. Туризм саласындағы қызмет көрсетуді тұтыну немесе өндіріс тауарлары сияқты сату пунктінде көрсету және қарау мүмкін емес. Әдетте қызмет көрсету түрлері алдын-ала және тұтыну орнынан алыс жерде сатып алынады. Сол себепті, нарықтағы туризм қызметі негізінен видеоларға, суреттерге, сипаттамаларға, байланыс құралдары мен ақпарат алмасуға тікелей байланысты [1].

Туризм бизнесінің даму деңгейі туристік нарықтың барлық қатысушылары арасын-

дағы бәсекелестіктің күшеюіне негізделген. Инновациялық бәсекеге қабілеттілік ерекше маңызға ие, ол атап айтқанда заманауи ақпараттық технологияларды қолдану саласында көрінеді. Ақпараттық технологиялар туризм бизнесінің болашақ дамуын анықтайтын негізгі факторлардың бірі де бірегейі болмақ.

Туристік қызметтің негізгі ерекшелігі осы саладағы ақпараттық ағындардың әр түрлілігі мен көптігі болып табылады, олар үнемі өзекті және айырбастау операцияларының жоғары жылдамдығымен қатар жүреді. Туристік бизнесте барлық қатысушылары арасында ақпараттық өзара байланыс бар, осы ретте соңғы пайдаланушыларға (туристерге) арналған ақпаратқа ерекше мән бері-

леді. Бұл туристік қызмет пен өнімнің өзіндік ерекшеліктеріне және әлеуетті туристер үшін барынша толық және жан-жақты ақпарат беру қажеттілігіне байланысты. Туризм бизнесін ақпараттық қамтамасыз етудің сапасы туристік өнімдер мен қызметтердің сапасына тікелей әсер ететін маңызды фактор болып табылады [2].

Атап өтер бір жайт, ақпараттық технологияларды туристік бизнестің кәсіби қызметкерлері де, соңғы пайдаланушылары, яғни туристер де пайдалана алады. Осылайша, туристік қызметтер мен орналастыру орындарын, көлік қызметін брондау жүйелері туристік нарықтың әртүрлі субъектілері үшін әртүрлі мүмкіндіктер мен қолжетімділік дәрежесін қарастырады.

Туристік бизнестің кәсіби қатысушылары үшін интернет тиімді коммуникация: қажетті серіктестерді іздеуді, туристік өнімдер мен қызметтерді жылжытудың жаңа маркетингтік құралдарын, маркетингтік зерттеулер жүргізуді, виртуалды туристік кеңсе құруды, электрондық коммерцияны қамтамасыз етуді және басқа мүмкіндіктерді қамтамасыз етуге септігін тигізеді. Туристік қызметтердің соңғы тұтынушысы үшін интернет әртүрлі анықтамалық ақпаратты іздеуге, елдер, туристік ресурстар, туристік өнімдер, орналастыру құралдары, әртүрлі көлік түрлерінің қозғалыс кестесі бойынша электрондық каталогтарды пайдалануға, қонақ үйлер, мейрамханалар, тасымалдаушылар және т.б. үшін тарифтер мен бағалар бойынша жедел ақпарат алуға мүмкіндік туғызады [3].

Зерттеу әдістері

Аналитикалық нәтижелерге қол жеткізу үшін біз осы мақаланы жазу кезінде бірқатар әдістерді қолдандық. Атап айтқанда, ақпараттық жүйелердің туристік бизнесті экономикалық тұрғыда дамыту теориялық тұжырымдамалары мен практикалық маңыздылығын негіздеу үшін біз жүйелік және құрылымдық-функционалдық талдауды қолдандық; әлемдік және отандық жағдайларда туристік бизнесті дамытудың статистикалық параметрлерін зерделеу кезінде біз жүйелі және салыстырмалы тәсілдерді қолдандық.

Негізгі бөлім

Қазіргі таңда туризм саласы интернет желілерінің ең ірі тұтынушыларының бірі болып табылады және іскерлік әлемдегі компьютерлік жабдықтаудың ең жоғары деңгейіне ие. Аталмыш үрдіс ішінара саяхат индустриясында қолданылатын ақпараттың табиғатынан қалыптасады. Біріншіден, берілген ақпарат уақытқа өте сезімтал, өйткені оқиғаның мерзімі, кестелері және т.б. жиі өзгеріп отырады. Екіншіден, туристік өнімдер

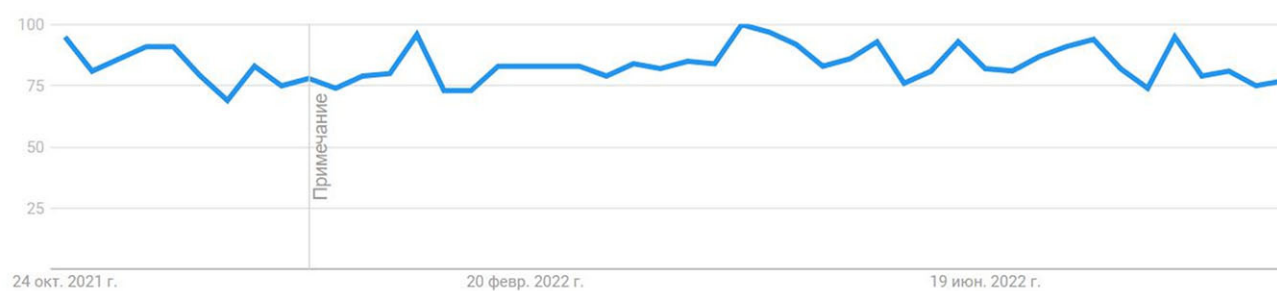
туралы ақпарат әлемнің әртүрлі нүктелерінен дер кезінде уақытылы қол жетімді болуы керек. Үшіншіден, туристік өнім көптеген компоненттерден тұрады – орналасу, тамақтану, тасымалдау, ойын-сауық – сонымен қатар оларды қанағаттанарлық жеткізуді үйлестіру үшін ақпаратты жылдам жеткізуді қажет етеді. Аталған жұмыстардың барлығы негізінен интернет арқылы жүзеге асатын. Дүниежүзілік интернет жүйесінің жалпы көрінісіне назар аударсақ, 2020 жыл санағына сәйкес интернетті белсенді пайдаланушы адам саны 4,54 миллиардты құрады, бірегей мобильді құрылғыны пайдаланушылар саны 4,18 миллиард адамға жетті. Дүниежүзінде әлеуметтік желілерді белсенді пайдаланушылар тізімі 3,8 миллиард адамға жетті және олардың әрқайсысы дерлік мобильді құрылғыларда әлеуметтік желілерді пайдаланады – 3,75 миллиардты құрауда.

Google іздеу жүйесінде туризм жайлы ақпарат жоғарғы қарқында қарастырылатындығын байқауға болады. Сандар белгілі бір аймақ пен уақыт кезеңі үшін кестедегі ең жоғары көрсеткішке қатысты «туризм» тақырыбына қызығушылық деңгейін білдіреді. 100 ұпай сұраныстың танымалдылығының ең жоғары деңгейін, 50 сұраныстың танымалдылық деңгейінің екі есе төмендегенін білдіреді. 0 ұпай қарастырылып отырған сұрау жайлы деректер жеткіліксіз екендігінің көрінісі.

Google іздеу жүйесіндегі кестеден 2021 жылдың қазан айы мен 2022 жылдың маусым аралығында туризм жайлы ақпаратқа іздеу сұранысы 100 бен 75 аралығында болғандығын байқауға болады. Бұл осы туризмнің адам өміріндегі маңызды бөлігі және өзектілігі төмендемейтіндігінің көрінісі болып отыр. Туризм бизнесінде цифрландыруды жеделдету туристік саланың қарқынды дамуына жол ашпақ (1-сурет) [4].

Қазіргі таңда туризмді дамытуда цифрлы технологияларды кеңінен қолдану және стримингтік платформаларды, сонымен қатар блог жүргізу сияқты бағыттарды оңтайлы қолдану маңызды рөл атқарды. Блог-интернет-күнделік, онлайн-күнделік, бұл аймақта пайдаланушы өз пікірімен, саяхаттағы алған әсерімен бөліседі. Facebook әлеуметтік желісін ірі медиа, танымал тұлғалар, саяхат блогерлері қолданады, сонымен қатар YouTube стримингтік платформасын көп адам тұтынады. Олардың жарияланымдары мыңдаған қаралымға ие және күн өткен сайын артып келеді. Танымал тұлғалар өз жазбаларында өздерінің шытырман оқиғалары туралы әсерлерімен бөліседі, олар барған қызықты, көз-тартарлық, көрікті жерлер, тағамдар, көлік және ауа-райы туралы әңгімелейді. Туризм үшін блог жүргізу өте маңызды компонент

Динамика популярности ?



1-сурет – Google іздеу жүйесінде «Туризм» сөзінің қолдану жиілігі (2021 жылдың қазан айы мен 2022 жылдың маусым аралығындағы көрінісі)
Ескерту – Әдебиет көзінен алынған [4]

болып табылады, өйткені оның арқасында жасырын маркетинг жүзеге асырылады. Ал ол туризм бизнесінің дамуының алғышартының бірі болып табылады. Туристік бизнестің дамуы мен ел экономикасына түсетін пайданың артуына цифрлы сервистердің ықпалы күшті. Алғашқы туристерге арналған цифрлы сервистер 2000 жылдардың басында қолданысқа ене бастады. Сол кезеңде мейрамхананы онлайн түрде брондауға және билеттерді сатып алуға негізделген еді. Клиенттер әлем бойынша қонақ үйлер тізімін көруге Booking.com – қонақ үй агрегаторы арқылы мүмкіндік алды [5].

2019 жылғы сәуір Booking.com компанияның үйді брондау қызметтері нарығындағы көшбасшылығын көрсететін статистикасын алғашқы рет ашық жариялады.

Booking.com көмегімен 2007 жылдан 2019 жылдың сәуіріне дейін үйлерде, пәтерлерде немесе киіз үй, иглу сияқты бірегей нысандарда (қонақ үйлер есепке алынбайды) 748 млн адам тұрақтаған. Airbnb осы кезеңде 500 миллион қонаққа ие болды, деп хабарлайды fortune басылымы.

Booking.com қонақ үйлерді брондауға маманданған, бірақ пәтерлер мен үйлерді жалға беру бизнесі қарқынды дамуда. 2018 жылы бұл бизнес Booking.com компаниясына 2,8 млрд көлемінде кіріс кіргізсе, ал сервистің барлық айналымы 14,5 млрд құрады.

2007 жылдан бастап 2019 жылдың сәуіріне дейінгі аралықта Booking.com сайтын қонақ үйлерді, пәтерлерді, үйлерді және басқа да тұрғын жайларды жалға алу үшін 3 миллиардтан астам рет пайдаланылды. Платформада орналасқан орналастыру орындарының саны 28 миллионға жетті, оның 5,7 миллионы – пәтерлер, жеке үйлер және бірегей жеке жылжымайтын мүлік. Airbnb сай-

тында шамамен 6 миллион жуық орналастыру орындары қарастырылған.

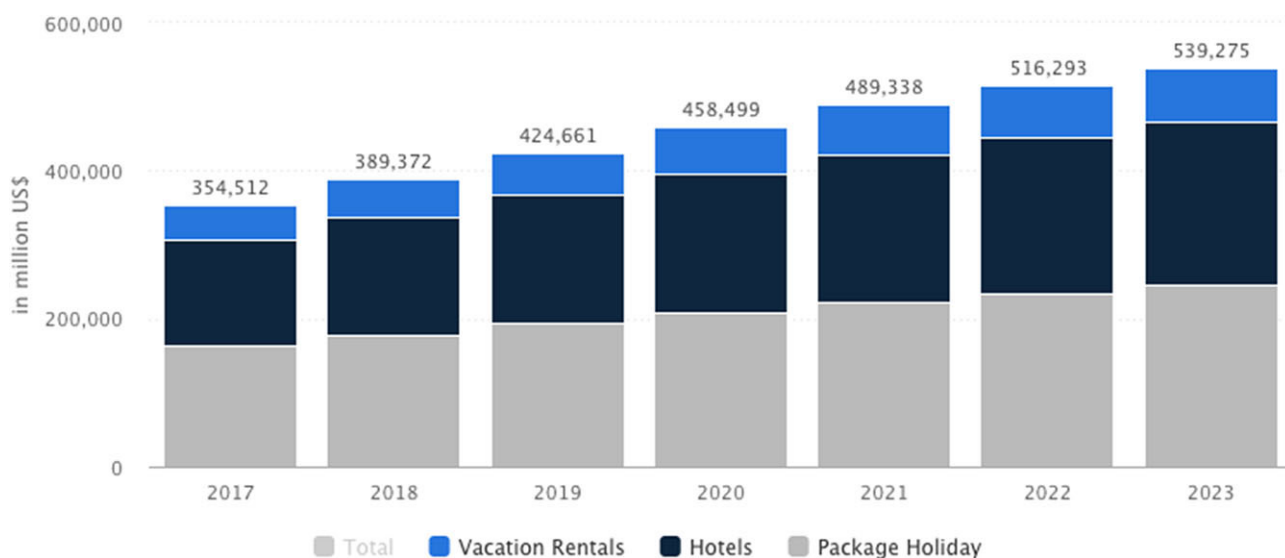
Airbnb өзінің маркетингтік шығындарын жарияламайды, бірақ олар бәсекелеске қарағанда әлдеқайда аз болуы мүмкін. Бұл тұжырымды Booking.com кірісінің 2018 жылдың үшінші тоқсанының қорытындысы бойынша салыстырмалы түрде жасауға болады ол кезде \$1 млрд пайда түскен. 2019 жылдың сәуіріне қарай Airbnb 191 елдегі 81 мың қалаға тұрғын үй жалдауды ұсынады (2-сурет) [6].

Уақыт өте Airbnb-агрегаторы Booking.com, жетістігін қайталап, жатын орындарын жалға берудің жаңа нарығын құрды. Осыдан байқайтынымыз осы аталған салалардың өз алдына үнемі даму үстінде және цифрлы технологияны қолдану басым бағыттарының біріне айналды.

Дегенмен, супер қосымшалардың мүмкіндіктері одан да ауқымды әр алуан болады деп болжауға толық мүмкіндік бар – демалыстың оңтайлы уақытын таңдаудан бастап, нақты елдегі туристік ойын-сауық экскурсовод пен аниматорларының үздіктеріне дейін таңдап алуға.

Қазақстандағы осындай супер қосымшасы ретінде – «Kaspi.kz» атауға болады. Бір қосымшада сіз өзіңізге қажет теміржол билеттерін, авиабилеттерді, автобус билеттерін, қонақ үй нөмірін таңдап, брондауға, түрлі турларды сатып алуға, сақтандыруды төлеуге, трансфер немесе экскурсияға арналған көліктің түрлерін таба аласыз.

Kaspi travel билеттерін онлайн сату қызметі 2020 жылдың соңында, сол жылдың жазынан кейін пайда болды Kaspi.kz билеттерді іздеу, брондау және сатып алу бойынша Santufei онлайн платформа компаниясын сатып алды.



2-сурет – Statista деректері бойынша қонақ үйлер мен жолдамаларды онлайн брондауға арналған әлемдік шығындардың өсу динамикасы
Ескерту – Әдебиет көзінен алынған [6]

2021 жылы сервис қызметі жедел қарқынмен өсе бастады. Сол жылдың жазында «Қазақстан Темір Жолы» АҚ ҰК-мен бірлесіп қосымшада теміржол билеттерін онлайн-сату сервисі іске қосылды, Kaspi.kz, әуе билеттерін жылдам қайтару және айырбастау қызметі жүзеге асты.

2022 жылы Kaspi Travel Қазақстанда әуе және теміржол билеттерін брондау бойынша № 1 сервиске айналды, II тоқсанның қорытындысы бойынша 3,1 млн билет сатылды. Әр түрлі авиакомпаниялардың ұшу комбинациясы, сондай-ақ орынды таңдау және қосымша багажды сатып алу қызметі іске қосылды.

Туризм саласындағы мобильді қосымшалардың ішінде әуе және теміржол билеттерін сатып алу қызметтері, офлайн карталарды қолдайтын картографиялық қосымшалар, әртүрлі нысандар (мұражайлар, театрлар, мейрамханалар және т.б.) туралы ақпаратты қамтитын нұсқаулықтар мен анықтамалықтар, сондай-ақ туристердің осы нысандар туралы пікірлері мен ұсыныстары ең танымал [7].

Қорытынды

Адамзатқа қатты әсер еткен COVID-19 дағдарысы тұтастай әлемнің туристік саласы үшін салдары ауыр құбылыстың бірі болды. Бұрын соңды болған барлық экономикалық құлдыраулардан айырмашылығы, бұл жолы туризм бизнесі толығымен локдаунға тап болды, бұл кезде сапарлар саны азайып қана қоймай, қозғалыс мүлдем тоқтап қалды. Кез-келген дағдарыс жаңа мүмкіндіктер

тудыратын сияқты бұл жағдай да жаңа мүмкіндіктерге жол ашты, ең бастысы, кейінге қалдырылған сұраныстың қуатты әлеуетін жинақтауға мүмкіндік берді. Рекреациялық қажеттілігі арқан адамдар саяхаттауға және жағымды эмоцияларға ұмтыла басталды. Әлем бұрынғы қалпына ақырындап келуде [8].

Яндекстің 2020 жылдың мамыр, наурыз және сәуір айларында жүргізген зерттеуіне сәйкес туризмге қатысты пайдаланушылардың сұраныстарының саны 2018 жылдың сәйкес кезеңімен салыстырғанда сәйкесінше 25% және 63% төмендеді. 2020 жылдың сәуірінде сұраулар саны 2019 жылдың сәуірімен салыстырғанда 57%-ға төмендеді. Бірақ сәуір айының соңында іздеу сұраныстарының динамикасы тұрақтанды және тіпті кішігірім өсуді көрсетті [9]. Сонымен қатар, саяхат туралы жалпы сұраулардың саны 72%-ға өсті, пайдаланушылар өздеріне қажетті нақты турларды іздей бастады. Шекаралардың қашан ашылатыны және шетелге шығу мүмкіндігі қашан болатындығы туралы сұраулар саны 10 есе өсті. Бұл саяхаттау мүмкіндігінің жоқтығына қарамастан, адамдар саяхатқа қызығушылық танытуын азайтпайды және кез-келген оңтайлы уақытта әлем бойынша саяхатты қайта бастауға дайын екендігін көрсетті. Осындай жағдайларда цифрландыру жағдайын игеріп туристерге жаңа қызмет ұсыныла алған туроператорлар дағдарыстан шығып қана қоймай өзгеріп жатқан индустрияның көшбасшыларына айналуға мүмкіндік бар [10].

ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Вечкинзова Е.А. Проблемы и перспективы развития туристической отрасли Казахстана [Текст] / Е.А. Вечкинзова, А.С. Дарибекова // Креативная экономика. – 2021. – Т. 15. – № 8. – С. 3403-3420.
2. Вуколов В.Н. Основы техники и тактика активных видов туризма [Текст] / В.Н. Вуколов. – Алматы: Ун-т «Туран», 1999. – 268 с.
3. Денисов И.В. Государственное управление развитием туризма в Казахстане: кластерный подход [Текст] / И.В. Денисов, Е.С. Петренко, Н.С. Дарибекова, Л.В. Шабалтина // Экономика, предпринимательство и право. – 2020. – Т. 10. – № 12. – С. 3359-3374.
4. Динамика популярности [Электронный ресурс]. <https://trends.google.ru/trends/explore?gprop=news&q=%2Fg%2F120yrv6h>.
5. Обновленная статистика Интернета 2020 года включает данные о проникновении Сети, количестве сайтов, посещаемости, доменах, мобильном трафике и другие цифры. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sdvv.ru/articles/elektronnaya-kommertsiya/statistika-interneta-2020-sayty-domeny-khosting-trafik>
6. Booking.com is Beating Airbnb in Home Stays, Latest Numbers Show [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://revenue-hub.com/booking-com-listings-airbnb-ai-rocking/>
7. Богданов, Е.И. Экономика отрасли туризма : учебник / Е.И. Богданов, Е.С. Богомолова, В.П. Орловская; Под ред. проф. Е.И. Богданова. – Москва [Текст]: ИНФРА-М, 2021. – 318 с.
8. Мамраева Д.Г. Современное состояние туризма в Казахстане: ключевые тренды [Текст] / Д.Г. Мамраева, Л.В. Ташенова // Электрон. науч. журн. «Вектор экономики». – 2019. – № 10.
9. Харитонов Т.В., Шарков А.В. Бизнес-планирование в туризме: учебник для студентов бакалавриата, обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм». – 4-е изд. – Москва: Дашков и К, 2021. – 310 с.
10. Денисов И.В. Экономика впечатлений. Управление развитием туризма в Казахстане [Текст] / И.В. Денисов, Е.С. Петренко, С.К. Мажитова, Л.В. Шабалтина // Креативная экономика. – 2020. – Т. 14. – № 12. – С. 3687-3696.

Значимость информационных систем, интернет-платформ в развитии туристского бизнеса

¹**ХАСЕНХАНОВ Нуршуак Бахтиярович**, докторант, nurshuak.mail.ru@mail.ru,

^{1*}**ЖАРТАЙ Жанибек Маратулы**, PhD, ассоциированный профессор, zhanibek862010@mail.ru,

²**НУРГАБДЕШОВ Асылбек Рымбекулы**, PhD, ассоциированный профессор,

³**ШАМЕТОВА Айгерим Аманбаевна**, к.э.н., старший преподаватель,

¹НАО «Карагандинский университет имени Е.А. Букетова», ул. Университетская, 28, Караганда, Казахстан,

²Университет Хериот-Уатт, EH14 4AS, Эдинбург, Шотландия, Великобритания,

³НАО «Карагандинский технический университет имени Абылкаса Сагинова», пр. Н. Назарбаева, 56, Караганда, Казахстан,

*автор-корреспондент.

Аннотация. Проведение цифровизации всех отраслей, особенно отраслей экономики, в стране дает возможность занять передовые позиции на мировой арене, а также повысить качество жизни граждан и создать благоприятные условия для развития предпринимательства. Динамично развивающийся туристический бизнес с большими доходами в сфере экономики также занимается цифровизацией. Массовое внедрение цифровых технологий даст толчок развитию традиционных базовых отраслей путем обеспечения повышения качества услуг, повышения их конкурентоспособности, в том числе на международном рынке. Таким образом, в результате цифровизации будет обеспечено оказание услуг на

высшем уровне в секторе туризма, что, в свою очередь, приведет к позитивному формированию туристского имиджа страны и росту капитала. Цифровизация туристического бизнеса оптимизирует проблему, хотя и не решает всех проблем. К примеру, в сфере туризма, если информация будет предоставлена без корректных статистических расчетов, то меры поддержки со стороны государства также не будут прямо налажены. А с помощью оцифровки можно избежать многих корректировок и отклонений в информации.

Ключевые слова: туризм, экономика, туристический бизнес, COVID-19, цифровые технологии, цифровой маркетинг, рекреация.

The Importance of Information Systems, Internet Platforms in the Development of Tourism Business

¹**KHASSENKHANOV Nurshuak**, Doctoral Student, nurshuak.mail.ru@mail.ru,

^{1*}**ZHARTAY Zhanibek**, PhD, Associate Professor, zhanibek862010@mail.ru,

²**NURGABDESHOV Asylbek**, PhD, Associate Professor,

³**SHAMETOVA Aigerim**, Cand. of Econ. Sci., Senior Lecturer,

¹NPLC «Karaganda Buketov University», University Street, 28, Karaganda, Kazakhstan,

²Heriot-Watt University, EH14 4AS, Edinburgh, Scotland, United Kingdom,

³NPJSC «Abylkas Saginov Karaganda Technical University», N. Nazarbayev Avenue, 56, Karaganda, Kazakhstan,

*corresponding author.

Abstract. Digitalization of all sectors, especially economic sectors, in the country makes it possible to take leading positions on the world stage, as well as improve the quality of life of citizens and create favorable conditions for the development of entrepreneurship. A dynamically developing tourism business with large incomes in the economic sphere is also engaged in digitalization. The mass introduction of digital technologies will give impetus to the development of traditional basic industries by improving the quality of services, increasing their competitiveness, including on the international market. Thus, as a result of digitalization, the provision of top-level services in the tourism sector will be ensured, which, in turn, will lead to a positive formation of the country's tourist image and capital growth. Digitalization of the tourism business optimizes the problem, although it does not solve all the problems. For example, in the field of tourism, if information is provided without correct statistical calculations, then state support measures will also not be directly adjusted. And with the help of digitization, many adjustments and deviations in information can be avoided.

Keywords: tourism, economy, tourism business, COVID-19, digital technology, digital marketing, recreation.

REFERENCES

1. Vechkinzova E.A. Problemy i perspektivy razvitiya turistichej otasli Kazakhstana [Tekst] / E.A. Vechkinzova, A.S. Daribekova // Kreativnaya ekonomika. – 2021. – T. 15. – No. 8. – Pp. 3403-3420.
2. Vukolov V.N. Osnovy tekhniki i taktika aktivnykh vidov turizma [Tekst] / V.N. Vukolov. – Almaty: Un-t «Turan», 1999. – 268 p.
3. Denisov I.V. Gosudarstvennoe upravlenie razvitiem turizma v Kazakhstane: klasternyj podkhod [Tekst] / I.V. Denisov, E.S. Petrenko, N.S. Daribekova, L.V. Shabaltina // Ekonomika, predprinimatel'stvo i pravo. – 2020. – T. 10. – No. 12. – Pp. 3359-3374.
4. Dinamika populyarnosti [Elektronnyj resurs]. <https://trends.google.ru/trends/explore?gprop=news&q=%2Fg%2F120yrv6h>

5. Obnovlennaya statistika Interneta 2020 goda vklyuchaet dannyye o proniknovenii Seti, kolichestve sajtov, poseshhaemosti, domenakh, mobil`nom trafike i drugie czifry`. [E`lektronny`j resurs]. – Rezhim dostupa: <https://sdvv.ru/articles/elektronnaya-kommertsiya/statistika-interneta-2020-sayty-domeny-khosting-trafik>
6. Booking.com is Beating Airbnb in Home Stays, Latest Numbers Show [E`lektronny`j resurs]. – Rezhim dostupa: <https://revenue-hub.com/booking-com-listings-airbnb-ai-rocking/>
7. Bogdanov, E.I. E`konomika otrasli turizma : uchebnik / E.I. Bogdanov, E.S. Bogomolova, V.P. Orlovskaya; Pod red. prof. E.I. Bogdanova. – Moscow [Tekst]: INFRA-M, 2021. – 318 p.
8. Mamraeva D.G. Sovremennoe sostoyanie turizma v Kazakhstane: klyuchevy`e trendy` [Tekst] / D.G. Mamraeva, L.V. Tashenova // E`lektron. nauch. zhurn. «Vektor e`konomiki». – 2019. – No. 10.
9. Kharitonov T.V., Sharkov A.V. Biznes-planirovanie v turizme: uchebnik dlya studentov bakalavriata, obuchayushhikhsya po napravleniyu podgotovki 43.03.02 «Turizm». – 4-e izd. – Moscow: Dashkov i K, 2021. – 310 p.
10. Denisov I.V. E`konomika vpechatlenij. Upravlenie razvitiem turizma v Kazakhstane [Tekst] / I.V. Denisov, E.S. Petrenko, S.K. Mazhitova, L.V. Shabaltina // Kreativnaya e`konomika. – 2020. – T. 14. – No. 12. – Pp. 3687-3696.