

<sup>1</sup>Жусупова Ж.К.<sup>✉</sup>, <sup>1</sup>Дүйсекенова Р.Ж., <sup>2</sup>Кадырбекова Д.С.

<sup>1</sup>Алматинский технологический университет, г. Алматы, Казахстан

<sup>2</sup>Казахская академия спорта и туризма, г. Алматы, Казахстан

## СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ЦИФРОВИЗАЦИИ В УПРАВЛЕНИИ КАЧЕСТВОМ ОБСЛУЖИВАНИЯ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ

Жусупова Жамила Каирбаевна, Дүйсекенова Райгүл Женисқызы, Кадырбекова Динара Сериковна

**Современные технологии цифровизации в управлении качеством обслуживания в гостиничном бизнесе**

**Аннотация.** В статье рассматриваются ключевые понятия и инновационные подходы к управлению современными технологиями обслуживания в гостиничном бизнесе. Особое внимание уделено вопросам совершенствования качества сервиса и перспективам развития индустрии гостеприимства в Алматы. Проведен анализ сильных и слабых сторон гостиничного бизнеса, а также возможностей его цифровизации. Исследованы факторы, влияющие на инновационное развитие сферы услуг, и степень внедрения современных технологий в гостиницах Казахстана. По результатам исследования сформулированы рекомендации, направленные на повышение эффективности цифровизации и преодоление потенциальных вызовов. Выводы подтверждают, что Казахстан обладает значительным потенциалом для внедрения инновационных технологий в гостиничном бизнесе.

**Ключевые слова:** технология, цифровизация, качество управления, персонал, инновация, система, трансформация.

Жусупова Жамила Каирбаевна, Дүйсекенова Райгүл Женисқызы, Кадырбекова Динара Сериковна

**Қонақүй бизнесіндегі қызмет көрсету сапасын басқарудағы заманауи цифрландыру технологиялары**

**Аннотпа.** Мақалада инновациялардың негізгі ұғымдары мен түрлері, олардың басқару түрлері, сондай-ақ қонақжайлық индустриясындағы инновациялық қызмет көрсету технологиялары талданады. Сонымен қатар, қызмет көрсету сапасын арттыруға арналған ұсыныстар беріліп, Алматы қаласындағы қызмет көрсету секторын дамыту мүмкіндіктері қарастырылады. Бұл мақалада қонақ үй индустриясы, оның қүшті және әлсіз жақтары мен цифрландыру мүмкіндіктері талданады. Алматы қаласының инновациялық даму факторларын зерттеу және негізгі мәселелерін талдауға бағытталған. Қазақстанның қонақ үйлеріндегі заманауи технологияларды енгізуі дәрежесі бойынша зерттеулер жүргізілді. Зерттеу жұмысында, Алматы қаласының алдында тұрған артықшылықтары мен ықтимал сын-қатерлерді анықтауды жақсарту бойынша ұсыныстар ұсынылған. Зерттеу нәтижелері Қазақстанның цифрландыруды жақсартуға бағытталған әртүрлі аспекттерді жүзеге асыру арқылы жаңа инновациялық технологияларды енгізуге айтарлықтай әлеуеті бар екенін көрсетеді.

**Түйін сөздер:** технология, цифрландыру, басқару сапасы, персонал, инновация, жүйе, трансформация.

Zhussupova Zhamila, Duiskenova Raigul, Kadyrbekova Dinara

**Modern digitalization technologies in the hospitality business**

**Abstract.** The article discusses key concepts and innovative approaches to managing modern service technologies in the hotel business. Particular attention is paid to improving the quality of service and the prospects for the development of the hospitality industry in Almaty. An analysis of the strengths and weaknesses of the hotel business, as well as the possibilities of its digitalization, is carried out. The factors influencing the innovative development of the service sector and the degree of implementation of modern technologies in the hotels of Kazakhstan are studied. Based on the results of the study, recommendations are formulated aimed at increasing the efficiency of digitalization and overcoming potential challenges. The findings confirm that Kazakhstan has significant potential for the implementation of innovative technologies in the hotel business.

**Keywords:** technology, digitalization, management quality, personnel, innovation, system, transformation.

**Введение.** Актуальность статьи обусловлена важностью внедрения современных технологий в развитие сферы услуг, что способствует улучшению качества жизни и повышению уровня комфорtnости населения Казахстана. Цифровизация является основой современных технологий, таких как обмен данными среди гостиничных предприятий, а также применение современных блокчейн-технологий и искусственного интеллекта. Цифровая трансформация также внедряется в корпоративную культуру, что способствует развитию таких ценностей, как инновационность, гибкость и инклузивность.

Важную роль в процессе внедрения инноваций играет инфраструктура гостиничного бизнеса, которая ориентируется на запросы клиентов. Анализируя уровень внедрения инноваций в сферу гостиничного сектора Казахстана, следует отметить наличие ряда проблем. Большое внимание необходимо уделять кибербезопасности, так как с ростом объема данных при использовании различных интернет-платформ повышается риск утечки конфиденциальной информации. Защита данных клиентов гостиничного бизнеса должна быть в приоритете, для чего необходимо использовать современные системы защиты. Цифровизация всех сфер жизни современного общества не только открывает новые возможности, но таит в себе риски, которые необходимо учитывать.

**Цель исследования** заключается в оценке текущих процессов цифровой трансформации в сфере услуг и в оценке перспектив их дальнейшего развития.

#### **Задачи исследования:**

- опираясь на мировой опыт, выявить основные проблемы развития цифровых технологий Казахстана, в том числе такие, как нехватка квалифицированного персонала и конкуренция с соседними странами;
- предложить пути решения для улучшения ситуации, включая стратегический маркетинг, международное сотрудничество и развитие государственного и частного партнерства;
- предложить варианты использования инновационных инструментов цифровизации в управлении качеством услуг в гостиничном бизнесе Казахстана.

**Материалы и методы.** При написании работы, посвященной эффективному применению инновационных инструментов цифровизации в управлении качеством услуг, был применен комплексный методологический подход, включающий в себя количественные и качественные методы исследования. Был проведен литературный обзор для формирования исследовательской базы научного исследования. В работе был использован

статистический анализ, анализируются результаты социологического опроса, а также официальной статистики.

**Результаты.** Качество обслуживания в современном гостиничном бизнесе во многом зависит от внедрения инновационных технологий цифровизации на основе использования искусственного интеллекта. Использование новых технологий позволяет гостиницам более качественно оценивать потребности гостей, прогнозировать их запросы, предлагать персонализированные услуги. В этом плане один из самых крупных городов Казахстана – Алматы – обладает всеми перспективами для улучшения сервиса благодаря достаточно развитой инфраструктуре, государственной поддержке и высокой образовательной среде.

Однако для достижения устойчивого роста и повышения конкурентоспособности города Алматы необходимы меры по улучшению координации между различными секторами экономики, усиление государственной поддержки стартапов, повышение уровня коммерциализации научных разработок и более активное внедрение экосистемных решений для устойчивого развития. Внедрение искусственного интеллекта в управление объектами недвижимости, в логистику и здравоохранение позволяет собирать данные в реальном времени и на основе их анализа принимать решения.

Современные достижения в области гостиничного бизнеса и маркетинга способствуют внедрению важных методов управления, созданию программ для увеличения потока клиентов, через франчайзинг с международными гостиничными брендами. К примеру, международные сети гостиниц в Алматы, такие как «Hilton», «Ramada», «Novotel 2», «Marriott», «Holiday Inn», «Inter Continental», «Radisson» и «Hyatt» имеют значительный опыт и преимущества в ведении гостиничного бизнеса. В «Smart Home» действует автоматизированная регулировка температуры и освещенности. Главным преимуществом инновации в сфере услуг является увеличение операционной эффективности. Роль цифровых технологий заключается не только в улучшении эффективности обслуживания, но и в создании новых форм взаимодействия с клиентами, таких как омниканальные сервисы, мобильные приложения, чат-боты и искусственный интеллект. Эти элементы меняют стандартные подходы в предоставлении услуг, значительно улучшая их доступность и удобство [1, с. 6-14].

В случае сферы услуг цифровая трансформация включает внедрение новых технологий для повышения качества обслуживания, улучшения клиентского опыта и оптимизации внутренних

процессов. В качестве примера можно привести сайты и приложения, позволяющие накапливать бонусы и далее применять их как оплату за номер в гостинице, для осуществления перелетов у компаний-партнеров, как оплату за ужин, за спа процедуры, покупку сувениров и т.д. Это не просто модернизация текущих систем или внедрение новых технологий, а переосмысление всей организации бизнес-модели в сфере услуг.

Цифровые платформы создают пространство для компаний, предоставляющих услуги для взаимодействия и сотрудничества. Такие платформы, как KazTransCom Cloud, Astana-Cloud или Salesforce Alternatives, позволяют малым и средним компаниям использовать высокотехнологичные решения без необходимости значительных капиталовложений в инфраструктуру. Это открывает возможности для сотрудничества и формирования экосистем, где компании могут взаимодействовать друг с другом, обмениваться данными и улучшать свои предложения для конечных потребителей. Гостиницы предоставляют клиентам возможность забронировать номера через мобильные приложения и веб-сайты, а также использовать удобные платформы онлайн-оплаты. К примеру, большинство запросов бронирования через систему Booking проходят в Алматинской области, при посещении сакральных местах Туркестана, этнографических аулов Южного

и Западного Казахстана, в оздоровительных местах города Алматы, Павлодара и Жетысу. Наиболее популярные бронирования у туристов – инновационные отели с видом на горы и море. Большая часть казахстанцев выбирают недорогой вид отдыха продолжительностью 1-2 дня, предпочитая туры выходного дня.

Многие отели также предлагают возможность «бесконтактной регистрации», где гости могут зарегистрироваться и получать ключи от номера через мобильные устройства. Некоторые отели продвигают свой бизнес через франчайзинг, также достаточно востребована продажа круизов, к примеру, американский Cruise One, британский Cruise New Horizons, Cruise Amour и Cruise Holiday. В некоторых отелях установлены терминалы самообслуживания, позволяющие гостям самостоятельно регистрироваться, распечатывать ключи и проходить в номера без участия персонала. Это особенно популярно в международных сетях, таких как «Marriott» и «Hilton». В «Ritz-Carlton» и «Hyatt Regency» используется умная система управления номером, которая позволяет гостям регулировать освещение, климат-контроль, занавески, а также использовать голосовые технологии для управления техникой [2]. На приведенном ниже рисунке 1 показаны этапы повышения эффективности программы лояльности отелей.



Рисунок 1 – Этапы повышения эффективной программы лояльности  
Примечание: составлено авторами на основе данных [2, с. 54-57]

Инновации могут быть оценены как с технологической точки зрения, так и с рыночной. С рыночной точки зрения инновации могут быть ориентированы на конкретную отрасль или на предприятие. Изучение современных методов управления в международных гостиничных сетях позволяет выделить ряд инновационных технологий, которые активно применяются в гостиничной индустрии. В основном для продвижения бренда представители гостиничного бизнеса используют аккаунты в Instagram, программу 2GIS, а по маркетинговой части продвижения обращаются к блогерам. Для повышения качества предоставляемых услуг необходимо проводить регулярное повышение квалификации персонала.

Современные технологии активно внедряются в различные сферы деятельности, в том числе в гостиничный бизнес. Но есть и ряд проблем. Во-первых, использование новых технологий требует больших инвестиций. Не каждая компания,

особенно в период экономической нестабильности, может себе позволить значительные расходы на модернизацию инфраструктуры и обучение сотрудников. Во-вторых, существует угроза потери рабочих мест в результате автоматизации процессов. Для того чтобы более глубоко рассмотреть влияние цифровых технологий на развитие новых бизнес-моделей, таких как экосистемы и маркетплейсы, а также формирование партнерских отношений, важно углубиться в несколько ключевых аспектов. Цифровизация способствует развитию этих моделей, что в свою очередь, увеличивает доступность услуг для конечных пользователей и создаёт новые бизнес-возможности. Проблемы с кибербезопасностью могут привести не только к потере репутации, но и вызвать серьёзные финансовые последствия для компании и снизить доверие клиентов и партнёров. На рисунке 2 показаны направления анализа цифровой трансформации в корпоративной культуре.



Рисунок 2 – Анализ цифровой трансформации в корпоративной культуре.

Примечание: составлено авторами на основе данных [3, с. 208-211]

Взаимодействие цифровых технологий с бизнес-процессами создаёт основу для гибких и инновационных моделей, которые значительно изменяют привычные схемы взаимодействия между компаниями и их клиентами, что повышает уровень комфорта и удобства для клиентов. В гостиницах внедряются мобильные ключи, которые позволяют гостям входить в номера с помощью смартфонов, что уменьшает необходимость в физическом контакте и повышает безопасность [3, с. 210]. В отелях используются системы биометрической

идентификации для входа в зону отеля или в номер, что повышает уровень безопасности гостей и ускоряет процесс регистрации. Гостиницы активно внедряют системы для экономии энергии, включая автоматическое выключение освещения и кондиционеров в пустых номерах, использование энергосберегающих ламп и других экологически чистых решений. Это можно наблюдать в отелях сети «Accor» и «Hyatt». В некоторых гостиницах используется переработка воды, установка систем солнечных панелей, а также применение экологически

чистых продуктов и материалов для уменьшения углеродного следа. Также используют чат-боты на сайте и в мобильных приложениях для решения запросов гостей в режиме реального времени. К примеру, В.А. Ульнов, Е.Е. Филипповский, Л.В. Шмарова считают, что гостиничные сети должны объединять в себе отели, схожие по стандартизации и предоставленным услугам [4, с. 91]. Это может касаться методов бронирования отелей, доступности услуг или информации о номере.

В связи с ростом популярности гибридных и виртуальных мероприятий многие гостиницы в настоящее время оснащены современными технологическими решениями для проведения онлайн-конференций. Для проведения таких мероприятий гостиницы должны иметь доступ к высокоскоростному интернету, иметь необходимое оборудование для проведения видеоконференций и их записи. На рисунке 3 представлена информация о применении инновационных технологий в отелях.



Рисунок 3 – Современные технологии в отелях  
Примечание: составлено авторами на основе данных [2, с. 54-57]

Как видно из рисунка 3, эффективное использование инновационных технологий в отелях позволяет мотивировать постоянных клиентов. В большинстве современных гостиниц, таких как «InterContinental» и «Sheraton», предоставляется Wi-Fi с высоким качеством сигнала с искусственным интеллектом в каждом номере. Современные отели применяют технологии для сбора информации о предпочтениях гостей. Полученные данные помогают организо-

вать персонализированный сервис, учитывать предпочтения каждого гостя (особенности питания, запроса по обслуживанию номера и т.д.).

Казахстан пользуется достаточно высоким спросом у туристов из Индии, стран Европы, Юго-Восточной Азии, Российской Федерации. На рисунке 4 представлена информация о бюджете, который готовы потратить иностранные туристы на проживание в отелях Казахстана.



Рисунок 4 – Предпочтения туристов в выборе отеля в зависимости от уровня оплаты  
Примечание: составлено авторами на основе данных [5]

Из рисунка видно, что 73 % респондентов выбирают наиболее бюджетный вариант проживания, составляющий 500 \$. Основным турпродуктом для туристов из данных стран является экотуризм, этнотуризм и агротуризм. Основным спросом пользуются 4-5-звездочные отели, гостевые дома, юрты и кемпинги [5].

Цифровизация способствует улучшению взаимодействия между компаниями и потребителями. Использование искусственного интеллекта и цифровизации позволяет компаниям укреплять качество их обслуживания. К таким примерам можно отнести маркетплейсы – платформы, которые объединяют экспорт и импорт рынка по расширению возможностей для взаимовыгодного сотрудничества. На интернет-платформах компании могут не только предлагать свои товары и услуги, но и сотрудничать с иными организациями для создания выгодных предложений. В качестве примера можно привести такой интернет-сервис, как Booking.com, который

позволяет отелям, аэропортам, услугам такси и туроператорам работать на единой платформе, создавая комфорт для клиентов, способствующий сокращать время и улучшать качество обслуживания.

Большинство сетей в сфере услуг используют облачные платформы для улучшения и продвижения своего бизнеса. Это снижает риски и повышает прибыльность бизнеса в сфере услуг, где цифровые маркетплейсы играют ключевую роль [6, с. 49-56]. Airbnb представляет собой платформу, где желающие могут предлагать свои апартаменты путешественникам для бронирования. Это значительно увеличивает доход владельцев и дает возможность клиентам путешествовать, выбирать жилье. Еще один пример – это Яндекс, имеющий платформу для взаимодействия водителей и потребителей, которая обеспечивает безопасность и удобства для обеих сторон.

Основные функции мобильных приложений г. Алматы приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Функции мобильных приложений для гостиничных предприятий в городе Алматы [6].

Функция	Описание	Применение
Бронирование номера	Бронирование номера или его отмена. В основном таким приложением обладают сетевые отели	Отель Лотте Плаза, Алматы и др.
Check in, check out, виртуальный ключ	Мобильная регистрация, виртуальный ключ от номера, приложение на смартфоне позволяет открывать номер	Ritz-Carlton, Hyatt.
Управление профилем карты лояльности	Наличие в приложении личной карты лояльности для накопления бонусов, оплаты за услуги, получении клиентских подарков. Дает возможность сетевым гостиницам «поддерживать отношения» с клиентом во всех отелях сети	Крупные сетевые отели: Hilton, Marriott Int., Donatello и др.
Опрос клиентов	QR-код для обратной связи с гостями и обмена необходимой информацией	Ritz-Carlton, W Hotels, Irbis и т.д.
Консьерж-сервис	Room service через мобильные приложения в гостиницах для удобства гостей	Mandarin Oriental, Rixos, InterContinental, Swissotel Wellness Resort Alatau и др.
Путеводитель	Работа с туроператорами для более интенсивного изучения местности и ознакомления с достопримечательностями города, подборка магазинов, ресторанов, клубов	Азимут, AccorHotels и др.

Примечание: Составлено авторами на основе данных

Как видно из таблицы 1, функции мобильных приложений для гостиничных предприятий эффективно применяются по услугам консьержа в следующих крупных сетевых отелях: Mandarin Oriental, Rixos, InterContinental, Swissotel Wellness Resort Alatau. В гостиницах используются системы,

позволяющие клиентам заказывать еду и напитки через мобильные приложения, установленные в номерах или в ресторане. В отелях внедрены системы для автоматической подачи блюд или напитков, а также роботы-бармены, что увеличивает скорость обслуживания и снижает зависимость

от человеческого труда. В гостиничных бизнес-центрах и конференц-залах устанавливаются интерактивные экраны и системы для презентаций, которые позволяют проводить более эффективные и динамичные встречи.

На рисунке 5 представлена диаграмма результатов онлайн-опроса жителей Казахстана старше 18 лет, проведенная компанией Freedom Finance Global. В

опросе приняли участие 716 жителей Казахстана, среди которых 56,3% мужчин и 43,7% женщин. Большая часть респондентов была представлена жителями самого крупного города Казахстана – Алматы (87 %). По возрасту респонденты распределились следующим образом: 50 % - 35-50 лет; 27,1 % - 24-34 года; 16,2 % - 18-24 года; 6,7 % - старше 56 лет.

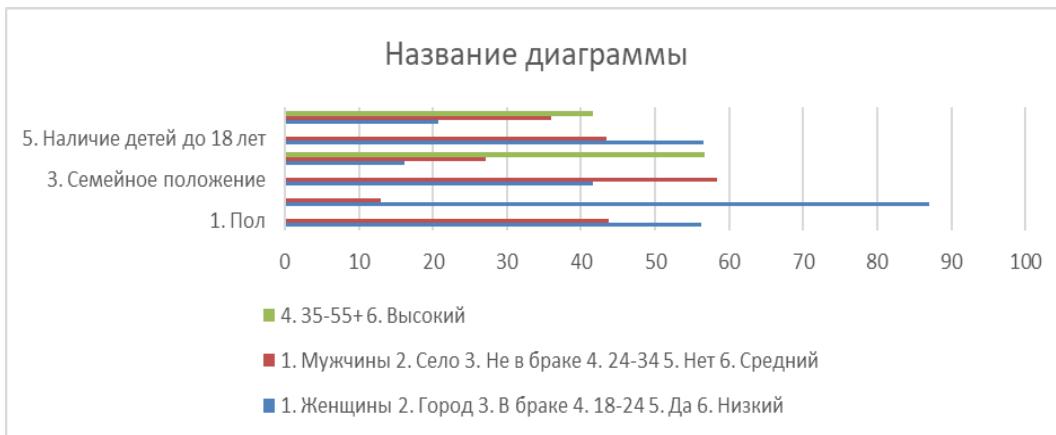


Рисунок 5 – Социально-демографический портрет проживающих в отелях Казахстана

Примечание: составлено авторами на основе данных [7]

Исходя из данных рисунка 5, где представлены данные социологического опроса, можно составить социально-демографический портрет казахстанского туриста, пользующегося услугами гостиничного бизнеса.

Цифровая трансформация требует значительных усилий по переходу от традиционных методов управления и обслуживания к более эффективным цифровым решениям. При этом необходимо учитывать и психологические аспекты цифровизации, в том числе повышение цифровой грамотности сотрудников [8]. Например, использование данных о потребительских предпочтениях позволяет создать персонализированные скидки и предложения, которые увеличивают удовлетворенность и лояльность клиентов [9, с. 95]. Создание экосистем и маркетплейсов способствует не только улучшению взаимодействия с клиентами, но и созданию выгодных условий для партнеров. Платформы, такие как Shopify или Wix, позволяют малому бизнесу создавать интернет-магазины, не делая крупных вложений в собственную инфраструктуру. Эти платформы помогают малым компаниям находить своих клиентов, а большие корпорации могут предложить свои продукты через маркетплейсы, что открывает новые возможности для сотрудничества и роста [10, с. 515-519].

На рисунке 6 приведены данные от Freedom Finance Global о целях внутреннего туризма в Казахстане. Почти половина респондентов (46,1%) совершают кратковременную поездку 1-2 дня, около третей части (30,4%) – более трех дней. Целью совершения поездки являются семейные обстоятельства, учеба, работа [7].

Цифровое неравенство между развитыми и развивающимися странами, а также внутри отдельных государств, может стать значительным барьером для эффективной цифровой трансформации в сфере услуг. Проблемы с доступом к интернету, превышение доли неквалифицированных работников в сфере цифровых технологий и отсутствие инвестиций в цифровую инфраструктуру значительно замедляют внедрение новых технологий [11, с. 2-8]. Эти проблемы касаются не только сферы туризма, но и затрагивают управление в сфере транспорта, энергетики, здравоохранения и образования. Несмотря на наличие научных центров, коммерциализация научных разработок и внедрение их в производство часто сталкиваются с бюрократическими барьерами или отсутствием эффективных механизмов поддержки. В крупных городах имеются проблемы с перегрузкой транспортной сети, особенно в часы пик, что снижает эффективность бизнеса и инноваций.

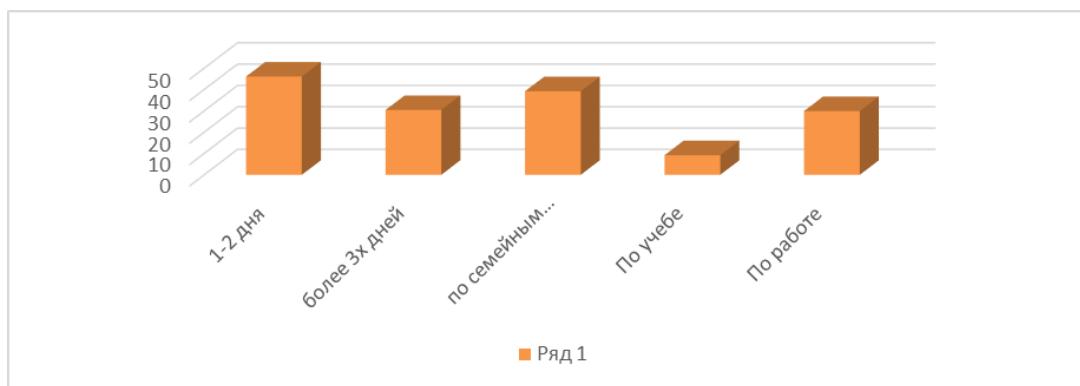


Рисунок 6 – Основные цели внутреннего туризма  
Примечание: составлено авторами на основе данных [5]

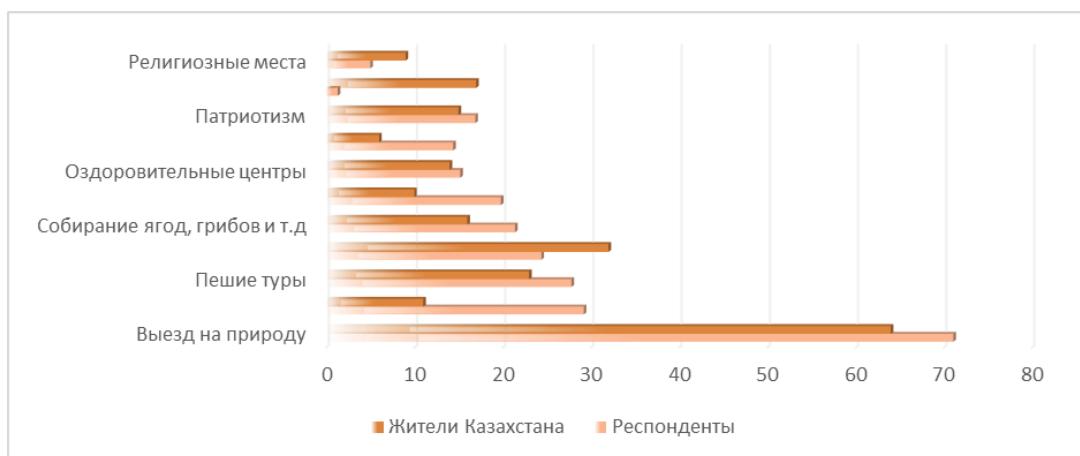


Рисунок 7 – Цели поездок на территории Казахстана  
Примечание: составлено авторами на основе данных [7]

На рисунке 7 предоставлен анализ целей поездок по территории Казахстана.

Как видно из рисунка 7, доля респондентов, предлагающих выезд на природу, составляет самый большой процент (более 70%). Среди целей поездок необходимо отметить пешие туры, сбор ягод и грибов, посещение оздоровительных центров и религиозных объектов.

Наблюдаются определенные тенденции в выборе направлений для внутреннего туризма в Казахстане, а также способе организации поездки (самостоятельно или в составе группы). Внутренний туризм Казахстана в первую очередь направлен на посещение Алматы, Алматинской области, Астаны и Акмолинской области, Шымкента и Туркестана. Причем в составе группы Астану и Акмолинскую область посещают 48,1 %, самостоятельно – 43,7 %. А вот южные регионы, такие как Шымкент и Туркестан, чаще выбираются в качестве самостоятельной

поездки, с туроператорами ездят 43,4 % респондентов. Схожие показатели среди туристов в западные регионы Казахстана: только 27,9 % опрошенных выбирают поездку в составе группы. Еще меньше туристов решают выбрать организованные туры в северных и восточных регионах Казахстана – 23,1 % и 20,2 % соответственно [7].

Казахстанские туристы предпочитают путешествовать с членами своей семьи, что указали в своих ответах 56,8 % респондентов, 32,7 % путешествуют с друзьями, 25,4 % - по работе и 13,5 % едут отдыхать в одиночку.

Согласно проведенному опросу Freedom Finance Global среди казахстанских туристов первое по популярности место занимает Щучинско-Боровская курортная зона, с которой знакомы 54,1 % респондентов, 33 % побывали там и 25,1 % мечтает побывать там еще раз. Вторым центром притяжения респонденты указали Капшагайское

водохранилище, в котором хотя бы раз были 22,3% опрошенных, 12,6 % хотят повторить свое путешествие. Также у казахстанских туристов популярны и узнаваемы город Туркестан, озеро Балхаш и некоторые другие места.

На конец июня 2023 года в Казахстане функционировало 3 914 объектов размещения туристов, в которых было 83 883 номера, из которых 70 % - Standart room, 14 % - номера без удобств, примерено такое же количество Lux room и 3 %

Apartment. По имеющимся данным в период с января по июнь 2023 года эти объекты обслужили 3,6 млн посетителей [7].

В Алматы имеется 348 гостиниц. Это один из самых высоких показателей по стране, что подтверждает особую популярность Алматы среди туристов, в том числе и внутренних. Данные о типах и примерах инновационных продуктов, представляемых гостиницами и отелями, приведены в таблице 2.

Таблица 2 – Типы и примеры инновационных продуктов

Типы инновационных продуктов	Примеры инновационных продуктов
Бронирование	Amadeus, Galileo, WordSpan, Hotels.com. Отечественные системы бронирования (Tury.kz, Bilet.kz, Kiwitaxi.kz, Otur.kz) Эти системы бронирования являются удобными инструментами для тех, кто планирует поездки по Казахстану или за его пределами
Автоматизация Front office	Mistral PMS, Booking Engine, KZ-Soft, Sovintour, Opera PMS, Fidelio PMS, Channel Manager
Поиск и сравнение цен	Booking.com, Agoda, Hotellook, Yandex.Travel, Expedia, Airbnb
Рассылка информации	Direct-mail для рассылки информации клиентам: скидки, поздравления с праздниками
Онлайн интернет-бронирование	Computer Reservation System
Управление взаимодействием с потребителями	Consumer Relationship Management
Управление ресурсами	Enterprise Resource Planning – операционный блок
Примечание: Составлено авторами	

Как видно из таблицы 2, к инновационным продуктам относятся системы бронирования, поиска и сравнения цен, рассылки информации. Город Алматы по праву называют экономическим и финансовым центром Казахстана, что привлекает много инвесторов, оказывающих влияние на развитие инновационных технологий.

Внедрение новых технологий влечет за собой улучшение качества оказания услуг, повышения уровня обслуживания. Примером является Uber или Airbnb, которые позволяют пользователям предоставлять или использовать услуги, используя цифровые платформы для взаимодействия с потребителями [8]. Для инновационного развития гостиниц в Алматы необходимо учитывать не только текущие тренды в области технологий, устойчивого развития и потребительских предпочтений, но и активно адаптироваться к изменяющимся политическим и экономическим условиям. В последние годы наблюдается стремительное внедрение таких

технологий, как блокчейн, искусственный интеллект, которые становятся неотъемлемой частью бизнес-моделей компаний [12].

Казахстан становится все более привлекательным для иностранных туристов, их рост начался еще до пандемии, потом был резкий спад из-за коронавирусных ограничений. С 2021 года наблюдается значительный рост посещения Казахстана иностранными туристами. За первое полугодие 2023 года число размещений нерезидентов в казахстанских объектах составило 515,9 тыс. человек против 3,08 млн посетителей-резидентов. Применение инновационных программных продуктов в индустрии гостеприимства служит мощнейшим инструментом для оптимизации бизнес-процессов, а также предоставляемых услуг [13, с. 182-184].

В таблице 3 представлен SWOT-анализ инновационного развития гостиниц в Алматы.

Метод стратегического планирования позволяет выявить сильные и слабые стороны, а также

возможности и угрозы, связанные с инновационным развитием гостиничного бизнеса в Алматы. Он помогает выявить ключевые факторы, которые могут повлиять на успех и устойчивость гостиничного сектора, а также определить стратегические направления для внедрения инноваций. Однако для успешного внедрения инноваций необходимо

преодолеть ряд вызовов, включая высокие затраты, кадровую нехватку и сезонность спроса. Важно ориентироваться на современные тенденции в сфере устойчивого туризма, цифровизации и улучшения клиентского сервиса, чтобы оставаться конкурентоспособными и удовлетворять растущие ожидания туристов.

Таблица 3 – SWOT-анализ инновационных развитии гостиниц в Алматы

Сильные стороны	Слабые стороны
1. Развитая инфраструктура 2. Растущий туристский поток 3. Государственная поддержка туризма 4. Активное внедрение технологий 5. Высокий уровень конкурентоспособности и адаптация к рынку	1. Высокие затраты на внедрение инноваций 2. Недостаток квалифицированных кадров 3. Зависимость от сезонности туризма 4. Конкуренция с международными брендами
Возможности	Угрозы
1. Развитие экотуризма и устойчивого туризма 2. Рост интереса к цифровым решениям Государственной программы поддержки инноваций 3. Позиционирование Алматы как международного центра 4. Использование искусственного интеллекта	1. Экономическая нестабильность и инфляция 2. Негативное воздействие внешних факторов 3. Нехватка инвестиций в инфраструктуру 4. Рост конкуренции и низкая дифференциация 5. Экологические и социальные риски

Примечание: Составлено авторами

Как видно из таблицы 3, в качестве реальных возможностей можно указать такие факторы, как позиционирование Алматы как международного центра, активно внедряющего возможности использования искусственного интеллекта.

Большое влияние на развитие инфраструктуры Казахстана оказывают природные зоны отдыха, такие как минеральные источники, сосновые боры, пантелейчебницы. Однако большинство санаториев было построено еще в период СССР и сейчас сильно устарели. Такие места посещают в основном «взрослые» туристы, которым требуется поправить свое здоровье. Эти зоны необходимо включать в общую инфраструктуру и проводить там работы по модернизации, что может привлечь еще больше туристов, в том числе въездных.

В Казахстане имеются туристские объекты, соответствующие требованиям мировых стандартов, в первую очередь это Шымбулак и Туркестан [14, с. 114-124].

Конкурентное преимущество Алматы в гостиничном бизнесе обеспечивается внедрением инноваций, вниманием к устойчивому туризму,

улучшением качества обслуживания и работы с клиентами через цифровые платформы. Ниже, на рисунке 8, проведен PEST-анализ, который используется для оценки условий инновационного развития гостиничного бизнеса в Алматы.

Как видно из рисунка, в PEST-анализе представлены данные по четырем основным факторам, влияющим на развитие гостиничной отрасли. Искусственный интеллект предоставляет информацию для анализа потребности клиентов и дает возможность персонализировать предложения, например, на онлайн-платформах на основе анализа данных можно определить, какие номера будут интересны конкретному потребителю. Чат-боты, работающие на основе искусственного интеллекта, становятся неотъемлемой частью сферы услуг в поддержке клиентов. Таким образом, современные технологии позволяют технологизировать факторы по взаимодействию с клиентами, выявлять анализ запросов, увеличивать качество обслуживания и многофакторные модели, используемые для проведения анализа уровня устойчивого развития гостиничного бизнеса [15]. Цифровизация в сфере услуг позволяет

автоматизировать множество внутренних бизнес-процессов, таких как обработка больших объемов

данных, принятие решений, управление запасами, оптимизация логистики и другие [16, с. 8-12].



Рисунок 8 – PEST-анализ факторов в развитии гостиничной отрасли

Примечание: составлено авторами

Цифровизация в сфере услуг оказывает значительное влияние не только на бизнес, но и на экономику в целом. Она способствует повышению эффективности и конкурентоспособности компаний, созданию новых рабочих мест, а также развитию новых отраслей. По мнению И.В. Огаркова, Е.С. Саргаева, необходимо непрерывно изучать конкурентов, перенимать, использовать эффективные решения рекламной деятельности, также непрерывно поддерживать уровень квалификации специалистов, в связи этим можно улучшить репутацию своей деятельности, а это дает преимущества и выгоду для целевой аудитории [17]. Цифровизация способствует увеличению производительности труда, сокращению издержек и созданию новых источников дохода. Это особенно важно для развивающихся стран, где цифровая экономика может стать важным фактором в ускорении экономического роста и преодолении отставания от более развитых государств [18]. Цифровизация способствует созданию новых рабочих мест, но также ставит вопросы о перераспределении рабочих мест из-за автоматизации ряда процессов. Например, введение чат-ботов в автоматизацию обработки данных может привести к сокращению потребности в людях для выполнения рутинных задач, но в то же время открывает новые возможности в области программирования, аналитики данных и цифровизации в сфере услуг консалтинга.

**Заключение.** Таким образом, в формировании эффективных направлений по инновационным

инструментам цифровизации управления качеством услуг можно выделить следующие рекомендации:

1. Необходимо добиться устойчивого роста и улучшить координацию между секторами экономики в повышении конкурентоспособности города Алматы.
2. Должна быть усиlena государственная поддержка.
3. Необходимо предпринимать меры по активному внедрению экосистемных решений для устойчивого развития.
4. Искать новые возможности по цифровизации в области программирования, документального анализа и консалтинговой деятельности.

Таким образом, цифровая трансформация оказывает всестороннее влияние на сферу услуг, включая организационные структуры, культурные аспекты, создание новых бизнес-моделей и развитие партнерских отношений. Внедрение цифровых технологий способствует не только оптимизации бизнес-процессов и улучшению качества обслуживания, но и созданию новых инновационных решений, таких как экосистемы и маркетплейсы на мировом уровне. Цифровизация сопряжена с рядом и других вызовов, включая проблемы кибербезопасности и цифрового неравенства. Важно, чтобы компании учитывали все эти факторы, разрабатывая стратегии цифровой трансформации, и стремились к эффективному использованию новых технологий для создания устойчивого роста и развития.

## Список литературы

- 1 Ковалева Н.И. Повышение качества гостиничных услуг на предприятиях индустрии гостеприимства // Научный Вестник МГИИТ. - 2015. - №3. - С. 6-14.
- 2 Никольская Е.Ю. Актуальные проблемы развития гостиничного бизнеса // Путь науки. - 2014. - № 6. - С. 54-57.
- 3 Никольская Е.Ю. Управление лояльностью в сфере гостиничных услуг / Междунар. науч.-практич. конф. «Иновации в формировании стратегического вектора развития фундаментальных и прикладных научных исследований»: мат. – СПб, 2015. – С. 208-211.
- 4 Чудновский А.Д., Жукова М.А. Франчайзинг – эффективная форма управления в гостиничном и туристическом бизнесе. – М.: Кнорус. – 2015 – 216 с.
- 5 Абуев А. Туризм в Казахстане: исследование отрасли, проблематика и перспективы. – Текст: электронный // Freedom Finance Global. – URL: <https://ffin.kz/research/9-turizm-v-kazakhstane-issledovanie-otrasli-problematika-i-perspektivy> (дата обращения: 22.12.2024).
- 6 Белкин В.В. Специфика работы менеджеров-инноваторов в индустрии гостеприимства / Материалы региональной научно-практической конференции «Туристический, гостиничный и ресторанный бизнес: инновации и тренды». – Курск, 2019. – С. 49–56.
- 7 This indicator suggests the S&P 500 could hit 5800 by end of 2024. – Текст: электронный // MarketWatch. – URL: <https://www.marketwatch.com/investing/index/spx> (дата обращения: 23.11.2024).
- 8 Бюро национальной статистики. – Текст: электронный // QAZSTAT. – URL: <https://stat.gov.kz/ru/industries/business-statistics/stat-tourism/> (дата обращения: 10.12.2024).
- 9 Гареев Р.Р. Инновационные методы стимулирования спроса в индустрии гостеприимства и туризма: учебное пособие / под ред. Д. А. Штыхно. – М.: РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2019. – 95 с.
- 10 Джанджугазова Е.А. Инновационные аспекты развития туристического и гостиничного бизнеса: потребительские инновации / Global Science and Innovations V: Proceedings. – Евразийский центр инновационного развития «DARA», 2020. – С. 515–519.
- 11 Джанджугазова Е.А. Применения интернет-технологий для сферы туризма и гостеприимства в контексте проблемы освоения профессиональных компетенций / Российские регионы: взгляд в будущее, 2019. – Т. 6. – №4. – С. 2–8.
- 12 Дудко Ю. Л. Опыт использования сервисных инноваций в гостиничном бизнесе / Симферополь: ИП Т.В. Зуева, 2018. – С. 107–110.
- 13 Сидоров М.Н., Филин С.А., Балаханова Д.К., Якушев А.Ж. Развитие имиджевого механизма управления компаний в сетевых формах цифровой экономики / Цифровая экономика: тенденции и перспективы развития: сб. науч. тр. – М.: Русайнс, 2020. – С. 182–184.
- 14 Филин С.А., Волков М.А. Экономический инфантилизм как синдром «поколения Z» // Экономика и управление: проблемы, решения. 2018. – Т.1. – №8. – С. 114-124.
- 15 Шестернина Е. Всемирная туристская организация оценила скорость восстановления отрасли. – Текст: электронный // РИА. Новости. – URL: <https://ria.ru/20220222/puteshestviya-1774257073.html> (дата обращения: 09.12.2024).
- 16 Kolibaba V., Kukukina I., Morozova A. Sustainable Energy Development Issues in the Context of World Economy Deglobalization // E3S Web of Conferences 208, 02010. – 2020. – pp. 8-12. DOI: 10.1051/e3sconf/202020802010 – 2020.
- 17 Ogarkova I.V., Sargaeva E.S. Research Result / Business and Service Technologies. – 2020. – №6(2). - pp. 46.
- 18 World Energy Outlook. – Текст: электронный // iea.50. – URL: <https://www.iea.org/search?q=World%20Energy%20Outlook> (дата обращения: 23.12.2024).

## Reference

- 1 Kovaleva N.I. Povyshenie kachestva gostinichnyh uslug na predpriyatijah industrii gostepriimstva // Nauchnyj Vestnik MGIIT. - 2015. - №3. - S. 6-14.
- 2 Nikol'skaja E.Ju. Aktual'nye problemy razvitiija gostinichnogo biznesa // Put' nauki. - 2014. - № 6. - S. 54-57.
- 3 Nikol'skaja E.Ju. Upravlenie lojal'nost'ju v sfere gostinichnyh uslug / Mezhdunar. nauch.-praktich. konf. «Innovacii v formirovaniu strategicheskogo vektora razvitiija fundamental'nyh i prikladnyh nauchnyh issledovanij»: mat. – SPb, 2015. – S. 208-211.
- 4 Chudnovskij A.D., Zhukova M.A. Franchajzing – jeffektivnaja forma upravlenija v gostinichnom i turisticheskem biznese. – M.: Knorus. – 2015 – 216 s.
- 5 Abuev A. Turizm v Kazahstane: issledovanie otrsali, problematika i perspektivy. – Tekst: elektronnyj // Freedom Finance Global. – URL: <https://ffin.kz/research/9-turizm-v-kazakhstane-issledovanie-otrasli-problematika-i-perspektivy> (data obrashhenija: 22.12.2024).
- 6 Belkin V.V. Specifika raboty menedzherov-innovatorov v industrii gostepriimstva / Materialy regional'noj nauchno-prakticheskoy konferencii «Turisticheskij, gostinichnyj i restoranney biznes: innovacii i trendy». – Kursk, 2019. – S. 49–56.
- 7 This indicator suggests the S&P 500 could hit 5800 by end of 2024. – Tekst: elektronnyj // MarketWatch. – URL: <https://www.marketwatch.com/investing/index/spx> (data obrashhenija: 23.11.2024).
- 8 Bjuro nacional'noj statistiki. – Tekst: elektronnyj // QAZSTAT. – URL: <https://stat.gov.kz/ru/industries/business-statistics/stat-tourism/> (data obrashhenija: 10.12.2024).
- 9 Gareev R.R. Innovacionnye metody stimulirovaniya sprosa v industrii gostepriimstva i turizma: uchebnoe posobie / pod red. D. A. Shtyhno. – M.: RjeU im. G.V. Plehanova, 2019. – 95 s.
- 10 Dzhandzhugazova E.A. Innovacionnye aspekty razvitiija turisticheskogo i gostinichnogo biznesa: potrebitel'skie innovacii / Global Science and Innovations V: Proceedings. – Evraziskij centr innovacionnogo razvitiija «DARA», 2020. – S. 515–519.
- 11 Dzhandzhugazova E.A. Primenenija internet-tehnologij dlja sfery turizma i gostepriimstva v kontekste problemy osvoenija professional'nyh kompetencij / Rossijskie regiony: vzgljad v budushhee, 2019. – T. 6. – №4. – S. 2–8.

- 12 Dudko Ju. L. Opty i pol'zovaniya servisnyh innovacij v gostinichnom biznese / Simferopol': IP T.V. Zueva, 2018. – S. 107–110.
- 13 Sidorov M.N., Filin S.A., Balahanova D.K., Jakushev A.Zh. Razvitie imidzhevogo mehanizma upravlenija kompaniej v setevyh formah cifrovoj jekonomiki / Cifrovaja jekonomika: tendencii i perspektivy razvitiya: sb. nauch. tr. – M.: Rusajns, 2020. – S. 182-184.
- 14 Filin S.A., Volkov M.A. Jekonomicheskij infantilizm kak sindrom «pokolenija Z» // Jekonomika i upravlenie: problemy, reshenija, 2018. – T.1. – №8. – S. 114-124.
- 15 Shesternina E. Vsemirnaja turistskaja organizacija ocenila skorost' vosstanovlenija otrsli. – Tekst: jelektronnyj // RIA. Novosti. – URL: <https://ria.ru/20220222/puteshestviya-1774257073.html> (data obrashhenija: 09.12.2024).
- 16 Kolibaba V., Kukukina I., Morozova A. Sustainable Energy Development Issues in the Context of World Economy Deglobalization // E3S Web of Conferences 208, 02010. – 2020. – pp. 8-12. DOI: 10.1051/e3sconf/202020802010 – 2020.
- 17 Ogarkova I.V., Sargaeva E.S. Research Result / Dusiness and Service Technologies. – 2020. – №6(2). - pp. 46.
- 18 World Energy Outlook. – Tekst: jelektronnyj // ieа.50. – URL: <https://www.iea.org/search?q=World%20Energy%20Outlook> (data obrashhenija: 23.12.2024).

<b>Хат-хабарларға арналған автор (бірінші автор)</b>	<b>Автор для корреспонденции (первый автор)</b>	<b>The Author for Correspondence (The First Author)</b>
<p>Жусупова Жамила Каирбаевна, ғылым магистрі, Алматы Технологиялық университеті, Алматы, Қазақстан, e-mail: <a href="mailto:Zhamilazhusupova@mail.ru">Zhamilazhusupova@mail.ru</a> ORCID iD: <a href="https://orcid.org/0009-0000-2033-6837">https://orcid.org/0009-0000-2033-6837</a></p>	<p>Жусупова Жамила Каирбаевна, магистр наук, Алматинский технологический университет, г. Алматы, Казахстан. e-mail: <a href="mailto:Zhamilazhusupova@mail.ru">Zhamilazhusupova@mail.ru</a> ORCID iD: <a href="https://orcid.org/0009-0000-2033-6837">https://orcid.org/0009-0000-2033-6837</a></p>	<p>Zhussupova Zhamila, Master of Science, Almaty, Kazakhstan, e-mail: <a href="mailto:Zhamilazhusupova@mail.ru">Zhamilazhusupova@mail.ru</a> ORCID iD: <a href="https://orcid.org/0009-0000-2033-6837">https://orcid.org/0009-0000-2033-6837</a></p>

Дата поступления статьи: 24.01.2025