



АТЛАС НОВЫХ ПРОФЕССИЙ И КОМПЕТЕНЦИЙ КАЗАХСТАНА

ATLAS OF NEW PROFESSIONS AND COMPETENCIES OF KAZAKHSTAN



АТЛАС
НОВЫХ
ПРОФЕССИЙ
И КОМПЕТЕНЦИЙ
КАЗАХСТАНА

№
05

2020

enbek.kz/atlas

ТУРИЗМ



МИНИСТЕРСТВО ТРУДА И
СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ НАСЕЛЕНИЯ
РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН



THE WORLD BANK
IBRD • IDA | WORLD BANK GROUP



РАЗВИТИЕ ТРУДОВЫХ НАВЫКОВ
И СТИМУЛИРОВАНИЕ
РАБОЧИХ МЕСТ



АТЛАС
НОВЫХ
ПРОФЕССИЙ
И КОМПЕТЕНЦИЙ
КАЗАХСТАНА



СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|---|----|
| СПИСОК АББРЕВИАТУР | 4 |
| 1. НАВИГАЦИЯ ПО АТЛАСУ НОВЫХ ПРОФЕССИЙ | 8 |
| 2. ТУРИЗМ В ЭКОНОМИКЕ КАЗАХСТАНА | 18 |
| 3. БУДУЩЕЕ СФЕРЫ ТУРИЗМА ГЛАЗАМИ ЭКСПЕРТОВ ОТРАСЛИ | 30 |
| 3.1. Мнения экспертов | 32 |
| 3.2. Прогноз развития отрасли | 44 |
| 4. ТРЕНДЫ И ТЕХНОЛОГИИ, ФОРМИРУЮЩИЕ БУДУЩЕЕ СФЕРЫ ТУРИЗМА КАЗАХСТАНА | 58 |
| 4.1. Увеличение масштабов внедрения автоматизации и умных систем | 62 |
| 4.2. Цифровизация сферы туризма | 72 |
| 4.3. Повышение эффективности управления ресурсами отрасли | 83 |

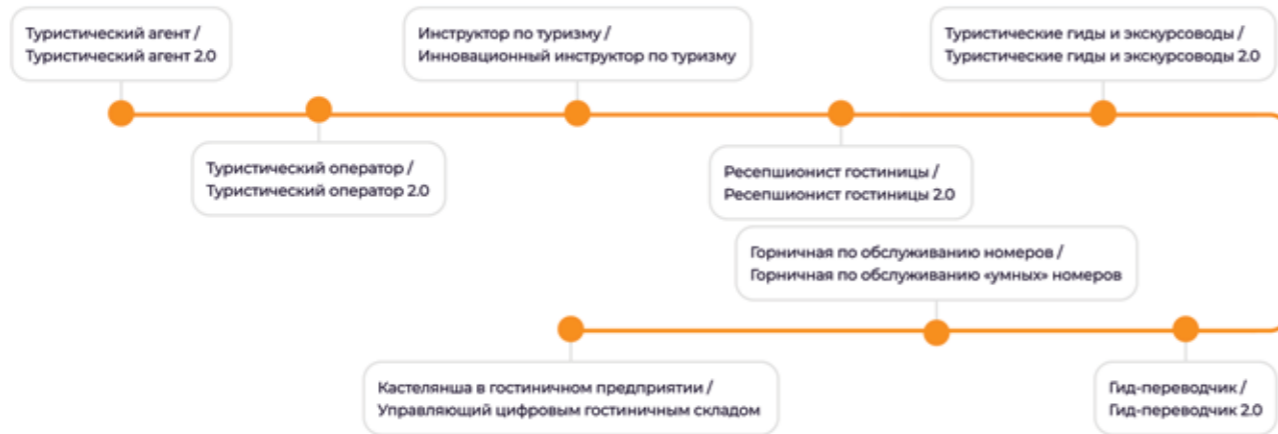
| | |
|--|-----|
| 4.4. Повышение требований к экологичности предоставляемых услуг | 86 |
| 4.5. Изменение запросов поколения специалистов Y и Z | 90 |
| 4.6. Изменение потребительских предпочтений | 92 |
| 5. БУДУЩЕЕ НЕ ЗА ГОРАМИ. КАКИМ ОНО БУДЕТ ДЛЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА? | 100 |
| 6. КАКИЕ НАВЫКИ И КОМПЕТЕНЦИИ НУЖНЫ ДЛЯ УСПЕШНОЙ КАРЬЕРЫ? | 110 |
| 6.1. Профессиональные компетенции | 112 |
| 6.2. Базовые надпрофильные навыки будущих профессий | 116 |
| 6.3. Оценка востребованности надпрофильных навыков в ближайшие 10-15 лет | 125 |
| 7. НА КОГО ПОЙТИ УЧИТЬСЯ? | 134 |
| 7.1. Новые профессии сферы туризма | 138 |
| 7.2. Трансформирующиеся профессии сферы туризма | 162 |
| 7.3. Исчезающие профессии сферы туризма | 174 |
| 8. КУДА ПОЙТИ УЧИТЬСЯ? | 184 |
| 9. ЗАКЛЮЧЕНИЕ | 192 |
| КОМАНДА ПРОЕКТА | 196 |



СПИСОК АББРЕВИАТУР

- ▶ **3D** – англ. 3-dimensional (трехмерный).
- ▶ **AR** – англ. Augmented reality (дополненная реальность).
- ▶ **IoT** – англ. Internet of Things (интернет вещей).
- ▶ **MICE** – англ. Meetings, Incentives, Conferences, Events (индустрия делового туризма).
- ▶ **UNWTO** – англ. United Nations World Tourism Organization (Всемирная туристская организация ООН).
- ▶ **VR** – англ. Virtual reality (виртуальная реальность).
- ▶ **WTTC** – англ. World Travel & Tourism Council (Всемирный совет по туризму и путешествиям).
- ▶ **ВЭФ** – Всемирный экономический форум.
- ▶ **ГПРТО** – Государственная программа развития туристской отрасли.
- ▶ **ИИ** – Искусственный интеллект.
- ▶ **ИКТ** – Информационно-коммуникационных технологий.
- ▶ **ИТ** – Информационные технологии.
- ▶ **КТА** – Казахстанская туристская ассоциация.
- ▶ **МНИАП** – Международный независимый институт аграрной политики.
- ▶ **МНЭ РК** – Министерство национальной экономики Республики Казахстан.
- ▶ **МОН** – Министерство образования и науки.
- ▶ **МОТ** – Международная организация труда.
- ▶ **НИОКР** – Научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы.
- ▶ **ОТА** – Онлайн-тревел-агентство.
- ▶ **РК** – Республика Казахстан.
- ▶ **РФ** – Российская Федерация.
- ▶ **ТиПО** – Техническое и профессиональное образование.
- ▶ **ТМЦ** – Товарно-материальные ценности.
- ▶ **ТОО** – Товарищество с ограниченной ответственностью.

Трансформирующиеся профессии отрасли Туризма



Исчезающие профессии отрасли Туризма



Новые профессии отрасли Туризма





НАВИГАЦИЯ ПО АТЛАСУ НОВЫХ ПРОФЕССИЙ

1.





НАВИГАЦИЯ ПО АТЛАСУ НОВЫХ ПРОФЕССИЙ

Дорогие читатели!

Вы, наверное, замечали, насколько стремительно в последнее время меняется мир вокруг нас. То, что раньше казалось несбыточной мечтой и даже фантастикой, сегодня приобретает реальные очертания. Глобальные тренды последних десятилетий изменили не только города, наши дома, нас самих, но и рынок труда - профессии, которые мы с вами выбираем.

Вспомните, еще совсем недавно мы с нетерпением ожидали прихода почтальона с долгожданным письмом. Теперь же, чтобы отправить письмо на другой континент, достаточно одного нажатия кнопки, и адресат его получает в тот же самый момент. А что стало с этой многочисленной армией востребованных ранее почтальонов, где они сейчас? Там же, где и трубочисты, расстановщики кеглей, извозчики...

И сегодня существует вероятность того, что наиболее перспективные на данный момент профессии, в самый неожиданный момент тоже перестанут быть актуальными.

Поэтому уже сейчас, чтобы не пополнить армию невостребованных специалистов, необходимо с особой серьезностью подходить к выбору своей будущей профессии или получению новой специальности при смене работы.

**ВЫБИРАЯ ПРОФЕССИЮ – МЫ
ВЫБИРАЕМ БУДУЩЕЕ.**

Выбор профессии – один из самых сложных вопросов в жизни каждого из нас. Конечно же

нам всем хочется, чтобы будущая профессия приносила и удовольствие, и финансовое благополучие, и пользу окружающим. А еще хочется не ошибиться – выбрать профессию, которая была бы актуальной и через 10, и через 20 лет.

Именно для этого разработан Атлас новых профессий, в основе подготовки материалов которого лежит использование методологии прогнозирования будущего на базе технологического Форсайта.

ЗАДАЧА АТЛАСА НОВЫХ ПРОФЕССИЙ – ПОМОЧЬ ВАМ ПОНЯТЬ, ПОД ВЛИЯНИЕМ КАКИХ ТРЕНДОВ ПРОИСХОДЯТ ИЗМЕНЕНИЯ В РАЗЛИЧНЫХ ОТРАСЛЯХ, А ТАКЖЕ КАКИЕ ПЕРЕМЕНЫ ПРОГНОЗИРУЮТСЯ НА РЫНКЕ ТРУДА.

Наш Атлас поможет вам разобраться какие профессии появятся, а какие изменятся или даже исчезнут в ближайшие 10-15 лет. А еще у вас появится возможность определиться с перечнем навыков, наиболее востребованных для построения успешной карьеры в будущем.

В АТЛАСЕ НОВЫХ ПРОФЕССИЙ ВЫ НАЙДЕТЕ ОПИСАНИЕ ТРЕХ ГРУПП ПРОФЕССИЙ

НОВЫЕ ПРОФЕССИИ

– профессии, которые еще официально не существуют, но с высокой долей вероятности появятся в ближайшее время.

ТРАНСФОРМИРУЮЩИЕСЯ ПРОФЕССИИ

– это уже существующие профессии и специальности, которые с высокой долей вероятности сильно изменятся.

ИСЧЕЗАЮЩИЕ ПРОФЕССИИ

– это те профессии и специальности, которые с высокой долей вероятности будут не востребованы уже в ближайшем будущем.

СТРУКТУРА АТЛАСА

ЧТОБЫ БЫЛО ЛЕГЧЕ ОРИЕНТИРОВАТЬСЯ ПО РАЗДЕЛАМ ЖУРНАЛА, МЫ КОРОТКО ОЗНАКОМИМ ВАС, КАКУЮ ИНФОРМАЦИЮ В КАЖДОМ ИЗ НИХ ВЫ НАЙДЕТЕ.

| | |
|--|--|
| ТУРИЗМ В ЭКОНОМИКЕ КАЗАХСТАНА | В этом разделе даются <ul style="list-style-type: none"> ▶ оценка роли сферы туризма в развитии экономики страны, ▶ анализ текущего состояния отрасли и основных достижений за последние 10 лет. |
| БУДУЩЕЕ СФЕРЫ ТУРИЗМА ГЛАЗАМИ ЭКСПЕРТОВ ОТРАСЛИ | Здесь вы ознакомитесь с <ul style="list-style-type: none"> ▶ выдержками из интервью с ведущими экспертами отрасли, ▶ прогнозами развития отрасли на ближайшие 10-15 лет. |
| ТРЕНДЫ И ТЕХНОЛОГИИ, ФОРМИРУЮЩИЕ БУДУЩЕЕ СФЕРЫ ТУРИЗМА КАЗАХСТАНА | Важный раздел журнала, из которого можно узнать о <ul style="list-style-type: none"> ▶ ведущих трендах, оказывающих наибольшее влияние на развитие отрасли, ▶ результатах, полученных благодаря внедрению передовых технологий. |
| БУДУЩЕЕ НЕ ЗА ГОРАМИ. КАКИМ ОНО БУДЕТ ДЛЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА? | <ul style="list-style-type: none"> ▶ Очень интересный раздел для тех, кто хочет заглянуть в будущее сферы туризма, ▶ а главное, что этот раздел поможет решить, хотите ли вы быть частью этого будущего или нет. |
| КАКИЕ НАВЫКИ И КОМПЕТЕНЦИИ НУЖНЫ ДЛЯ УСПЕШНОЙ КАРЬЕРЫ? | <ul style="list-style-type: none"> ▶ Здесь вы найдете ответ, чем отличаются компетенции от навыков; ▶ поймете, какие навыки в первую очередь нужно развивать, чтобы быть успешным в профессии. |
| НА КОГО ПОЙТИ УЧИТЬСЯ? | Ключевой раздел журнала, к которому представлена подробная информация о <ul style="list-style-type: none"> ▶ новых, ▶ трансформирующихся ▶ и исчезающих профессиях. |
| КУДА ПОЙТИ УЧИТЬСЯ? | Этот раздел вам поможет <ul style="list-style-type: none"> ▶ Определить, какие вузы готовят специалистов для сферы туризма; ▶ узнать, где можно будет получить образование по новым профессиям. |

ЧТО БУДЕТ С ТРАНСФОРМИ- РУЮЩИМИСЯ И ИСЧЕЗАЮЩИМИ ПРОФЕССИЯМИ?

ПОЧЕМУ ПРОФЕССИИ ИЗМЕНЯЮТСЯ ИЛИ ИСЧЕЗАЮТ?

Это происходит под влиянием научно-технического прогресса. Новые технологии, автоматизация и цифровизация способны заменить не только профессии тяжелого ручного труда, но и умственного труда.

КАК СКОРО ЭТО ПРОИЗОЙДЕТ?

Процесс трансформации профессий уже запущен и масштабы ее будут только нарастать. А исчезать профессии будут постепенно. Поэтому у таких специалистов есть время определиться с выбором своей будущей профессии.

К ЧЕМУ ЭТО ПРИВЕДЕТ?

Произойдет сокращение рабочих мест и повысятся требования к существующим профессиям. Нужно будет делать выбор: освоение дополнительных профессиональных компетенций или переобучение по новой профессии.

КАК ОСТАТЬСЯ ВОСТРЕБОВАННЫМ СПЕЦИАЛИСТОМ?

Необходимо постоянно повышать свой профессиональный уровень, овладевать новыми навыками и компетенциями, а также следить за тенденциями на рынке труда.

КАКИЕ ПРЕИМУЩЕСТВА ЕСТЬ В ЭТОМ ПРОЦЕССЕ?

Исчезнут профессии, связанные с однообразной, рутинной работой. На смену им придут новые рабочие места, где будут востребованы специалисты, владеющие компетенциями и навыками будущего.

КОМПЕТЕНЦИИ БУДУЩЕГО

ЧТОБЫ ВАМ БЫЛО ПОНЯТНО, КАК ПОЛЬЗОВАТЬСЯ АТЛАСОМ НОВЫХ ПРОФЕССИЙ, МЫ ВЫСТРОИЛИ ЕГО СТРУКТУРУ ДЛЯ КАЖДОЙ ОТРАСЛИ ПО УНИВЕРСАЛЬНОЙ МОДЕЛИ.

ВЕДУЩИЕ ТРЕНДЫ:

1. распространение внедрения роботов и умных систем;
2. расширение сфер применения цифровизации и больших данных;
3. повышение эффективности управления ресурсами отрасли;
4. повышение требований к экологичности предоставляемых услуг;
5. изменение запросов и требований нового поколения сотрудников;
6. изменение потребительских предпочтений.

В основе прогнозирования профессий всех отраслевых Атласов лежат шесть ведущих трендов, оказывающих наибольшее влияние на развитие отрасли и экономики страны в целом.

ГРУППИРОВОЧНЫЕ ФИЛЬТРЫ ПРОФЕССИИ:

1. отрасль (девять отраслей);
2. новые\ трансформирующиеся\ исчезающие профессии;
3. тренды;
4. навыки и компетенции.

Для удобства работы с материалами Атласа можно воспользоваться фильтрами, которые помогут быстрее найти и выбрать нужную профессию.

БАЗОВЫЕ НАДПРОФИЛЬНЫЕ НАВЫКИ:

1. бережливое производство;
2. клиентоориентированность;
3. мультиязычность и мультикультурность;
4. навыки межотраслевой коммуникации;
5. навыки художественного творчества;
6. программирование/ робототехника/ искусственный интеллект;
7. саморазвитие и адаптивность;
8. системное мышление;
9. умение управлять процессами и проектами;
10. экологическое мышление.

Для описания новых профессий используется десять базовых надпрофильных навыков, которые необходимы для построения успешной карьеры и формирования основы профессиональных компетенций.



АТЛАС НОВЫХ ПРОФЕССИЙ И КОМПЕТЕНЦИЙ КАЗАХСТАНА



Машиностроение

Отрасль экономики, осуществляющая проектирование, производство, обслуживание, утилизацию всевозможных машин, технологического оборудования и их деталей.



Сельское хозяйство

Отрасль экономики, направленная на производство, хранение и переработку продовольствия (продуктов питания) и сырья для ряда отраслей промышленности.



ИТ

Сектор экономики, направленный на поиск, сбор, хранение, обработку, передачу и предоставление полезной информации с помощью технических средств.



ГМК

Совокупность связанных между собой отраслей и стадий производственного процесса от добычи сырья до выпуска готовой продукции - черных и цветных металлов и их сплавов.



Энергетика

Отрасль экономики, занимающаяся генерацией, преобразованием, распределением и использованием энергетических ресурсов всех видов.



Нефтегаз

Отрасль экономики, занимающаяся добычей, переработкой, складированием и продажей полезного природного ископаемого - нефти и сопутствующих нефтепродуктов.



Транспорт и логистика

Отрасль экономики, осуществляющая перевозку пассажиров, а также система управления транспортом (логистикой) с целью оптимизации грузовых и пассажирских потоков.



Туризм

Отрасль экономики, осуществляющая организацию выездов (путешествий) человека/группы людей в другую страну или местность, отличную от места проживания путешественников, для ознакомления с образом жизни, архитектурой, гастрономией, природой и т.д.



Строительство

Отрасль экономики, осуществляющая проектирование, создание (возведение) зданий, строений, сооружений, а также выполняющая их капитальный и текущий ремонт.





ТУРИЗМ
В ЭКОНОМИКЕ
КАЗАХСТАНА

2.





ВЫПУСКНИКОВ ВУЗОВ ПО НАПРАВЛЕНИЯМ

394

по специальности
«Ресторанный и
гостиничный бизнес»

227

по специальности
«Туризм»

ВЫПУСКНИКОВ ТИПО ПО НАПРАВЛЕНИЯМ

911

по специальности
«Организация обслуживания
гостиничных хозяйств»

797

по специальности
«Туризм»

ЧИСЛЕННОСТЬ РАБОТНИКОВ И ЗАРПЛАТА

ТУРИСТСКИЕ АГЕНТСТВА И
ОПЕРАТОРЫ

7,4
тыс. чел.



СРЕДНЕМЕСЯЧНАЯ
ЗАРАБОТНАЯ ПЛАТА
95 ТЫС. ТГ

МЕСТА ПО ВРЕМЕННОМУ
ПРОЖИВАНИЮ

29,2
тыс. чел.



СРЕДНЕМЕСЯЧНАЯ
ЗАРАБОТНАЯ ПЛАТА
124 ТЫС. ТГ

САНАТОРНО-КУРОРТНЫЕ
ОРГАНИЗАЦИИ

8,0
тыс. чел.



СРЕДНЕМЕСЯЧНАЯ
ЗАРАБОТНАЯ ПЛАТА
90,7 ТЫС. ТГ

КОЛИЧЕСТВО ПОСЕТИТЕЛЕЙ

10,7
млн. чел.



ПО ВЫЕЗДНОМУ ТУРИЗМУ

8,8
млн. чел.



ПО ВЪЕЗДНОМУ ТУРИЗМУ

5,9
млн. чел.



ПО ВНУТРЕННЕМУ ТУРИЗМУ

ОБСЛУЖЕНО ПОСЕТИТЕЛЕЙ

- местами размещения – 6,3 млн. человек
- курортными зонами – 1,2 млн. человек
- музеями – 6,8 млн. человек

КОЛИЧЕСТВО МЕСТ РАЗМЕЩЕНИЯ 3 592 ЕДИНИЦЫ

5-звездочные

24 единицы

4-звездочные

71 единица

3-звездочные

85 единиц

2-звездочные

15 единиц

1-звездочные

10 единиц

Без категории

1 890 единиц

Прочие места размещения

1 497 единиц



ТУРИЗМ В ЭКОНОМИКЕ КАЗАХСТАНА

Туризм относится к числу приоритетных отраслей, выступая своеобразным катализатором социально-экономического развития Казахстана. Туризм обладает мощным мультипликативным эффектом, на развитие всей связанной с ним инфраструктуры. По данным Всемирной туристической организации (ВТО), сегодня туризм является одной из высокодоходных и наиболее динамичных отраслей мировой экономики.

**КАЗАХСТАН В МИРОВОМ ИНДЕКСЕ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ В СФЕРЕ ТУРИЗМА.¹**



¹ Всемирный экономический форум, Индекс конкурентоспособности путешествий и туризма 2019 года, <http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2019/country-profiles/>

ОБЪЕКТЫ КАЗАХСТАНА, ВНЕСЕННЫЕ В СПИСОК ВСЕМИРНОГО НАСЛЕДИЯ ЮНЕСКО

КУЛЬТУРНЫЕ ОБЪЕКТЫ:

- ▶ Мавзолей Ходжи Ахмеда Ясави.
- ▶ Петроглифы в археологическом ландшафте Тамгалы.
- ▶ Шелковые пути: сеть маршрутов Чанъань-Тяньшаньского коридора.

ПРИРОДНЫЕ ОБЪЕКТЫ (ТРАНСГРАНИЧНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ)

- ▶ Сарыарка – Степь и озера Северного Казахстана.
- ▶ Западный Тянь-Шань.

ПРИОРИТЕТНЫЕ ДЕСТИНАЦИИ, АКТИВНОЕ РАЗВИТИЕ КОТОРЫХ ЗАКРЕПЛЕНО ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПРОГРАММОЙ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ РК НА 2019-2025 ГОДЫ:

- ▶ Горный кластер Алматинского региона – с потенциалом 2,5 млн. туристов в год.
- ▶ Озеро Алаколь – с потенциалом 2 млн. туристов в год.
- ▶ Щучинско-Боровская курортная зона – с потенциалом 2 млн. туристов в год.
- ▶ Развитие историко-культурного туризма Туркестана – с потенциалом 1,5 млн. туристов в год.
- ▶ Развитие MICE туризма в городе Нур-Султан – с потенциалом 1 млн. туристов в год.
- ▶ Развитие пляжного туризма Мангыстау – с потенциалом 750 тыс. туристов в год.
- ▶ Баянаульская курортная зона – с потенциалом 450 тыс. туристов в год.
- ▶ Имантау-Шалкарская курортная зона – с потенциалом 400 тыс. туристов в год.
- ▶ Озеро Балхаш – с потенциалом 400 тыс. туристов в год.
- ▶ Развитие туристской зоны «Байконур» как развлекательного туристского хаба – с потенциалом от 250 до 500 тыс. туристов в год.

Туризм – одна из самых динамично развивающихся отраслей мировой экономики. И хотя туристские дестинации Казахстана еще не представлены широко на мировом рынке туризма, но обладая уникальными природными ресурсами и объектами культурно-исторического наследия, наша страна имеет огромный потенциал, чтобы занимать достойное место в мировом туризме.

Из 1121 объектов Всемирного наследия ЮНЕСКО, пять относятся к Казахстану, три из которых являются объектами культурного наследия, а два – природного наследия.²

Но туризм — это не только исторические памятники и красивые места, это еще и развития инфраструктура, высокий уровень сервиса, обеспечение безопасности туристов во время путешествий и многое другое.

Туризм в Казахстане пока не относится к числу высокоприбыльных отраслей и не является привлекательным инвестиционным направлением. В структуре ВВП страны услуги сферы туризма занимают всего 1,8%. Несмотря на это уже сегодня в сфере туризма отмечаются позитивные перемены. Только за последний год на 17% вырос объем услуг, предоставляемый различными компаниями сферы туризма, на 14% увеличился поток посетителей по въездному туризму, на 5,6% – расходы иностранных граждан в поездках по Казахстану. В стране растет число мест размещения туристов и

объектов культурно-развлекательного назначения, появляются новые тематические выставки и парки, развиваются туристские дестинации.

По данным Всемирного экономического форума, в 2019 году Казахстан занял 80-е место из 140 стран в мировом индексе конкурентоспособности в сфере туризма, улучшив показатель на 1 позицию по сравнению с 2017 годом.³

Правительство Казахстана включив сферу туризма в число приоритетных отраслей экономики страны, также уделяет ее развитию большое внимание:

- ▶ определены топ-10 туристских территорий в качестве ключевых направлений развития туризма;
- ▶ ведется работа по внедрению системы электронных виз «e visa»;
- ▶ разрабатываются меры по повышению безопасности туристов на территории страны и профессиональному их консультированию;
- ▶ реализуется инициатива «Kids go free» по обеспечению бесплатного авиаперелета детей до 16 лет при условии отдыха в каникулярное время на казахстанских курортах.

² В 2019 году Список Всемирного наследия ЮНЕСКО насчитывал 1121 объект в 167 странах, из которых 869 относятся к объектам культурного наследия, 213 – природного и 39 – смешанного наследия, <https://whc.unesco.org/en/list/>

³ Всемирный экономический форум, Индекс конкурентоспособности путешествий и туризма 2019 года, <http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2019/country-profiles/>

ТЕКУЩИЕ ПРОБЛЕМЫ ОТРАСЛИ

Туризм является важнейшей отраслью страны, перед которой ставятся глобальные цели. При этом сфера туризма характеризуется тесным взаимодействием большого числа различных компаний.

В процессе предоставления услуг эти компании сталкиваются с рядом внутренних и внешних проблем, имеющих непосредственное влияние на эффективность их деятельности, причем без своевременного и грамотного решения которых, даль-

нейшее развитие отрасли будет весьма затруднительным. Наибольшее влияние на развитие сферы туризма, по мнению экспертов отрасли, оказывают две группы проблем: сервис услуг и кадры.

СДЕРЖИВАЮТ РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В СТРАНЕ ОТСУТСТВИЕ РАЗВИТОЙ ТРАНСПОРТНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ, НИЗКОЕ КАЧЕСТВО ПРЕДОСТАВЛЯЕМОГО СЕРВИСА И ДЕФИЦИТ КВАЛИФИЦИРОВАННЫХ КАДРОВ.



РАЗВИТИЕ ТУРИСТСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ

Развитие туристской инфраструктуры оказывает существенное влияние на конкурентоспособность туристских дестинаций и объем туристских потоков.

По состоянию на конец 2019 года в Казахстане насчитывалось 2095 гостиниц, 84 домов отдыха, 80 санаториев, 52 турбазы, 42 кемпинга и мотеля.

Культурно-развлекательную программу туристам предлагают 250 музеев, 154 парков отдыха, 101 кинотеатр, 65 театров, 36 концертных организаций, 18 зоопарков и 3 цирка.

При этом на 100 тыс. посетителей въездного туризма при-

ходится примерно 3 музея, 2 парка, 1 кинотеатр, а театров, зоопарков и цирков меньше одного.

Что касается транспортной инфраструктуры, то на 1000 км² территории страны приходится 35,3 км автомобильных дорог, из которых только 30,5 км имеют твердое покрытие. А объекты сельского или горного туризма в большинстве не обеспечены качественными подъездными дорогами.

В 2019 году Казахстан в мировом индексе конкурентоспособности в сфере туризма из 140 стран по уровню развития отдельных направлений инфраструктуры занимает с 65 по 90 места.



Понимая все это, эксперты отрасли, конечно же, обеспокоены текущим развитием туристской инфраструктуры в стране, так как это создает им серьезные трудности и проблемы по привлечению потока туристов.



вом индексе конкурентоспособности в сфере туризма по уровню развития человеческих ресурсов на рынке труда.

При наличии компетентных сотрудников компания получает ряд конкурентных преимуществ, которые оказывают влияние на эффективность ведения бизнеса и его доходность. Также эксперты обеспокоены снижением уровня квалификации кадров.

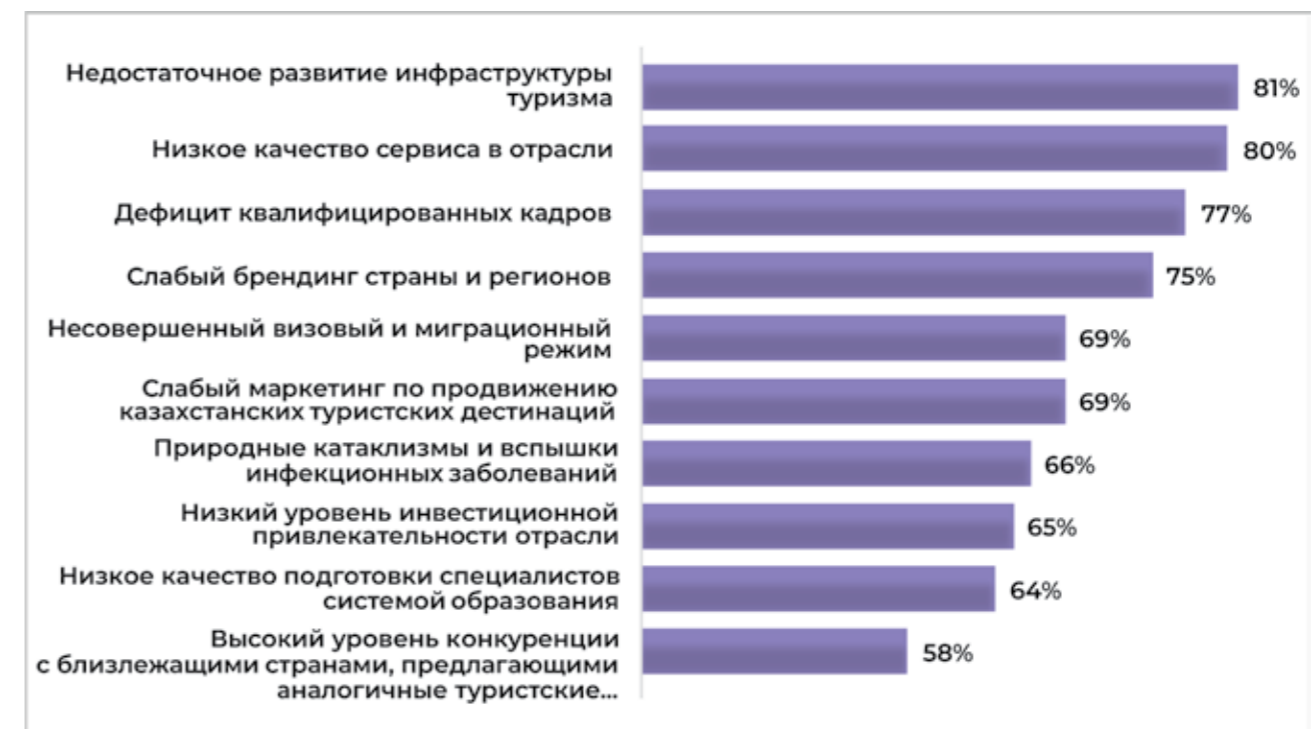
Одной из причин этого они видят в недостаточно высоком уровне подготовки специалистов высшими и средними профессиональными учебными заведениями, оторванностью программ подготовки в них от реальных потребностей отрасли.

Стоит также отметить, что из выпускников колледжей 2019/20

учебного года всех специальностей, только 71% получили квалификационный разряд, 61% были трудоустроены сразу после обучения, 12% продолжают обучение в вузах и колледжах, а 27% выпускников будут самостоятельно искать место применения полученным знаниям.

Следовательно, более четверти выпускников колледжей смогут найти работу по специальности только в том случае, если полученная ими профессия окажется востребованной на рынке труда, а уровень их профессиональной подготовки будет соответствовать требованиям работодателей.

Диаграмма 1. Топ-10 проблем текущего развития сферы туризма в Казахстане, оказывающих наибольшее влияние на его развитие.



ИСТОЧНИК: Опрос отраслевых экспертов.

СЕРВИС УСЛУГ

Низкое качество предоставляемого сервиса туристских услуг, по мнению экспертов, является второй по значимости проблемой отрасли. Даже при наличии хорошо развитой туристской инфраструктуры, отвечающей всем международным требованиям, низкое качество услуг на одном этапе, приведет к негативной оценке деятельности сферы туризма в целом. Поэтому

вопросы повышения качества услуг в отрасли необходимо решать комплексно, начиная от маркетингового продвижения туристских дестинаций, до предоставления индивидуальных услуг по требованию туристов. Эксперты отрасли сходятся во мнении, что в первую очередь качество сервиса услуг зависит от профессиональной подготовки персонала отрасли.

КАДРЫ

На текущий момент, по мнению экспертов, туристская отрасль как раз и ощущает острую нехватку в квалифицированных кадрах.

Эксперты отмечают, что, очень важно заниматься вопросами развития туристских дестинаций, объектов транспортной и культурной инфраструктуры, охраны окружающей среды, расширения ассортимента предоставляемых услуг и привлечения клиентов.

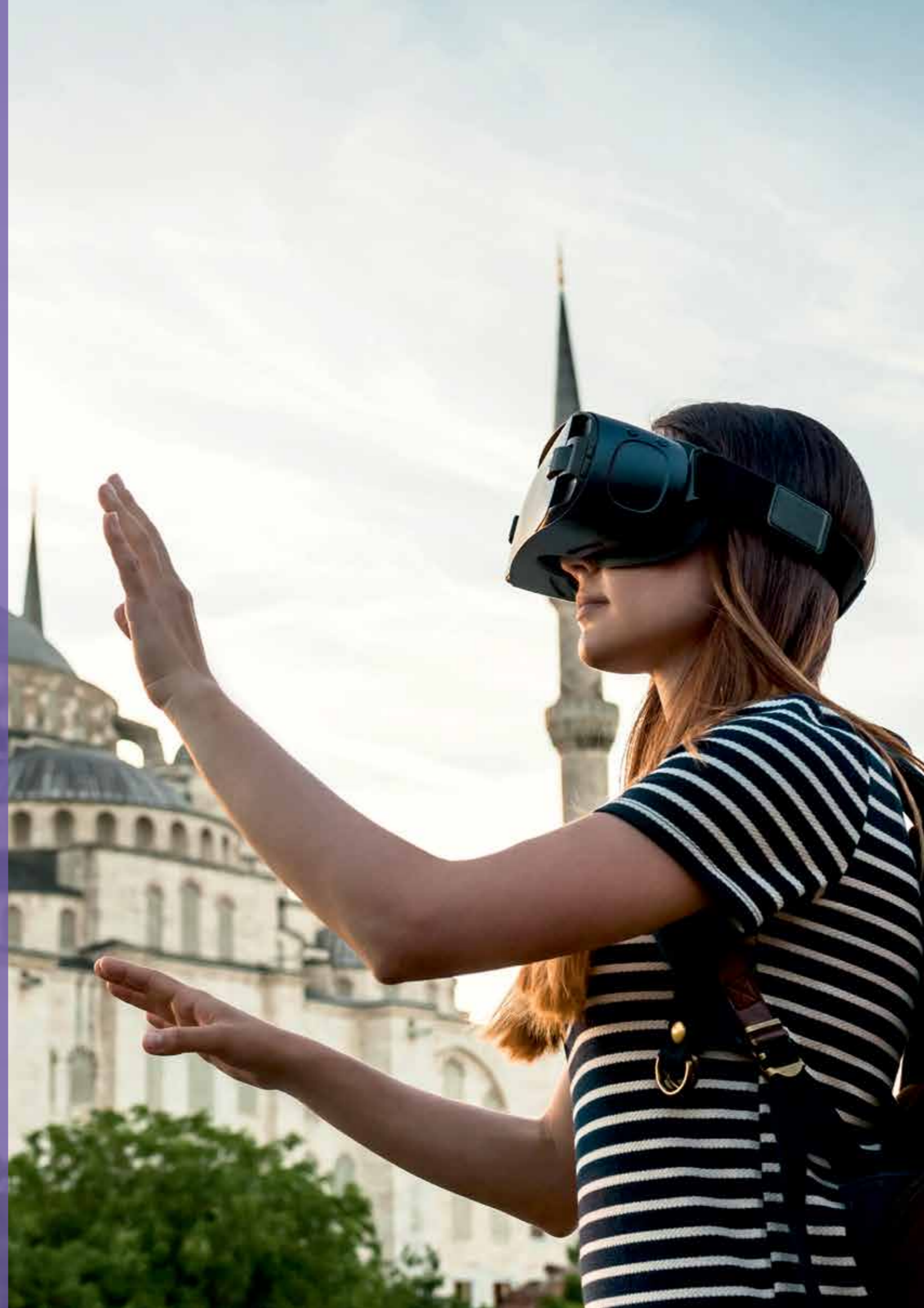
Но при этом не стоит забывать о тех, без кого индустрия туризма не сможет существовать – о сотрудниках компаний. Обслуживающий персонал является визитной карточкой сферы туризма. Поэтому подбор, подготовка и эффективное управление персоналом относятся к числу важнейших задач компаний отрасли.

В 2019 году Казахстан занял 57-е место из 140 стран в миро-



БУДУЩЕЕ СФЕРЫ
ТУРИЗМА ГЛАЗАМИ
ЭКСПЕРТОВ ОТРАСЛИ

3.



3.1. МНЕНИЯ ЭКСПЕРТОВ



**ШАЙКЕНОВА
РАШИДА
РАШИДОВНА**

Директор ОЮЛ
«Казахстанская туристская
ассоциация»

Туризм – многовекторная отрасль, к нам напрямую и косвенно имеют отношение многие отрасли. Наша ассоциация объединяет участников многих регионов Казахстана, мы продвигаем интересы членов ассоциации, их уникальные турпродукты, занимаемся развитием экотуризма на территории Казахстана, при нашей поддержке было создано 150 гостиничных домов.

Основная проблема в туризме — это кадровый вопрос. Наша ассоциация вплотную работает с вузами и ТИПО, обучаем в первую очередь педагогов, знакомим их с новыми трендами, с изменениями в законодательстве, делаем все, чтобы наши педагоги были в курсе происходящих изменений на рынке.

Помимо этого, мы проводим информационные туры для иностранных туроператоров, для иностранных журналистов, участвуем во всех выставках, если мы сами не будем о себе заявлять, то и о нас говорить никто не будет.

За прошедшие 5-10 лет изменения в отрасли произошли достаточно серьезные. Участникам казахстанского туристического рынка наконец-то пришло понимание того, что продавать только природу сегодня уже не работает. Буквально 2-3 года назад был период, который я назвала бы периодом перезагрузки туристского рынка.

Конкурентная среда из достаточно успешных соседей вокруг нашей страны наступает нам на пятки они уводят наших клиентов, потому что имеют возможность предоставить более интересные турпродукты. Этот период перезагрузки мы назвали «возвращение к своим истокам», потому



что подавать «природу» надо в купе с культурой, с историей. Для туристов очень интересна наша кочевая культура, тюркская цивилизация. Поэтому мы провели целую серию семинаров и вебинаров по углубленному изучению истории культуры для участников рынка, вели работу над тем, чтобы наполнить наши маршруты этим содержанием, своей собственной культурой.

Пришло так же понимание о необходимости перехода к цифровизации туристского бизнеса, которая является одним из самых важных трендов и дает возможность нашим участникам рынка расширять свою клиентскую базу и получать хорошие доходы. Мы только лишь недавно начали понимать, что туризм — это в первую очередь экономика, что необходимо формировать предпринимательские навыки, учить студентов экономическим вещам, финансовым инструментам, чтобы они могли выжить на рынке и конкурировать на нем.

Сегодня тот же менеджер туристической организации — это человек-оркестр, который владеет несколькими программами и, сидя в кабинете, может сформировать любой тур в любой конец света, завернуть его в хорошую обертку и продать своему клиенту. И если наши кадры не будут готовы к такой работе, не будут осваивать новые технологии, то мы потеряем персонал.

С развитием технологий, конечно, будет сокращаться персонал, ведь в век интернета люди сами себе бронируют билеты. Но считаю, что всегда останутся гиды, потому что живое общение никогда и никем нельзя заменить. А работа менеджера наполнится новым содержанием, он станет неким человеком-оркестром и трансформируется в технологического менеджера.

Любой туризм привлекателен тогда, когда это полноценный турпродукт, с высоким уровнем качества всех элементов тура: проезд в страну, соответствующая отельная база, легкость разрешительных процедур, доступность и готовность самого тур объекта, транспортные возможности, удобство навигации и прочие элементы.

В туризме не бывает мелочей. Сами по себе достопримечательности не могут являться готовым турпродуктом.

ТУРИЗМ — ЭТО СОВОКУПНОСТЬ ОПРЕДЕЛЕННЫХ ДЕЙСТВИЙ, КОТОРЫЕ СОЗДАЮТ ТУРПРОДУКТ СИЛАМИ ГОСУДАРСТВА И ТУРИСТСКИМ СООБЩЕСТВОМ.

Такой турпродукт у нас еще не сформирован, он находится на стадии становления, изучения, зачастую даже описания. При этом надо иметь ввиду, что мы, во-первых, опоздали в принципе, так как туризм, как явление активно формировался во многих странах уже с начала 19 века и развивается до сих пор очень последовательно.

Начав развивать туризм в условиях сложившихся рынков, нам придется заниматься переориентацией туристов. Для этого нужна целая стратегия, чем мы можем их привлечь, чтобы вернуть потоки в свою сторону.

С ДРУГОЙ СТОРОНЫ, У НАС В РУКАХ ТАКИЕ МОЩНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ, ПОЯВИВШИЕСЯ В ПОСЛЕДНЕЕ ВРЕМЯ, КАК, НАПРИМЕР, ИТ-ТЕХНОЛОГИИ, НОВЫЕ ВИДЫ МАРКЕТИНГА И ИНТЕГРАЦИИ, КОТОРЫЕ БЫСТРЕЕ ГЕНЕРИРУЮТ ПРОЦЕССЫ, И РЕЗКО УВЕЛИЧИВАЮТ НАШИ ШАНСЫ НА УСПЕХ.

К тому же у нас в этот процесс вовлечено государство, это значит, что усилия многократно увеличиваются. Тем более непростительно, что, как показывает время, эти усилия зачастую оказываются пустыми и неэффективными. Из принятых нескольких госпрограмм развития туризма, практически ни одна из них не сработала.

Для ускорения формирования собственного турпродукта необходимы четкие инструменты поддержки государства: налоговые преференции для тех, кто обустроивает инфраструктуру, система финансовой привлекательности инвестиций, система компенсации затрат туроператоров. Такие инструменты нужны, но они слегка запаздывают.

Выставка ЭКСПО-2017 дала нашему правительству понимание необходимости создания условий для либерализации разрешительных документов. Но как показало время, это не стало основным стимулом для поездок в Казахстан. ЭКСПО был готовым турпродуктом, но, когда мероприятие закончилось, число туристов сократилось.

У НАС ЕСТЬ ЦЕЛЫЙ РЯД ТУРОПЕРАТОРОВ, КОТОРЫЕ УЖЕ ДАВНО ЗАНИМАЮТСЯ ВЪЕЗДНЫМ ТУРИЗМОМ ДОВОЛЬНО УСПЕШНО. НО В ЦЕЛОМ ПРОБЛЕМА НЕ РЕШЕНА.

НАШИ ТУРПРОДУКТЫ ПЛОХО УПАКОВАНЫ, МЫ НЕ ПРЕДСТАВЛЯЕМ СЕБЕ, КТО ЯВЛЯЕТСЯ ПОТРЕБИТЕЛЕМ НАШИХ УСЛУГ И, ЕСТЕСТВЕННО, НЕ ПОНИМАЕМ КАКИЕ УСЛУГИ ИМ ПРЕДЛАГАТЬ.

Если говорить об основных проблемах в развитии туризма, нуж-

но сказать и о нашей неготовности принять основной вызов современности: нет соответствующих кадров. У нас вся подготовка кадров сосредоточена вокруг курсов подготовки и переподготовки гидов-экскурсоводов. Не умаляя их значения, все же речь идет о другом.

Нужно серьезно готовить организаторов турпродукта, аналитиков, специальных маркетологов, финансистов, управленцев турдестинации, ИТ-специалистов, программистов, исследователей-ученых в сфере туризма.

Нужно стараться конкурировать с аналогичными услугами других стран, предлагать эти услуги более качественно и профессионально.

На сегодняшний день у нас туризмом чаще всего занимаются те, у кого не получилось больше ничем другим заниматься, по остаточному принципу. Это не позволяет вести адекватную политику в сфере туризма. Только появляющиеся современные отели привносят требования к квалификации персонала.

Нужны специалисты, которые бы разбирались как в туризме и турпродукте, так и в ИТ. И наверное, менеджеры по туризму уйдут на второй план, клиент сам будет формировать себе тур, находясь дома или на работе, но он должен иметь возможность поддерживать виртуальную связь с офисом продажи туристических услуг.



РЕЙ ИННА ЮРЬЕВНА

Председатель корпоративного фонда «Туристiк Қамқор», владелец и основатель туристической компании «Саят»



БЕКБОЕВА ЕЛЕНА ТИМУРОВНА

Директор туристской компании «Жетісу», основатель онлайн-школы туризма

Елена Тимуровна, оцените, пожалуйста, текущее развитие сферы туризма в Казахстане? Какие ключевых события за последние 5 лет, по Вашему мнению, оказали наибольшее влияние на развитие отрасли?

Туризм, как индустрия, в Казахстане только учится ходить (а если сравнивать с глобальным положением дел, то мы еще где-то в младенчестве). К числу событий, повлиявших на сферу выездного туризма (а я в силу своей специализации буду говорить именно о нем) в последние 5 лет, я бы отнесла:

- ▶ банкротство ряда крупных туроператоров (Culnar Tour, Travelsystem, Natalie Tour);
- ▶ приход на рынок крупных туроператоров из Российской Федерации и Турции (Pegas Turistik, Anexatour, Pac Group);
- ▶ пандемия, вызванная коронавирусной инфекцией, и закрытие границ, как международных, так и между регионами страны.

Как Вы считаете, под влиянием каких трендов происходит развитие сферы туризма в настоящее время в мире? Какие тренды будут оказывать наибольшее влияние на развитие сферы туризма в Казахстане в ближайшие 10-15 лет?

Безусловно, главный вектор развития туризма будет связан с технологиями. И мы должны этот факт принять и использовать в свою пользу, либо вынуждены будем довольствоваться малым. Если говорить о конкретных трендах, то, на мой взгляд, нужно отметить следующие:

- ▶ Максимальная автоматизация продаж пакетных туров



по стандартным направлениям (Турция, Египет, Таиланд). То есть турист самостоятельно подбирает тур на сайте агентства/оператора или другого сервиса, оплачивает его онлайн и получает документы на почту/в мессенджер.

- ▶ В противовес первому тренду, на мой взгляд, актуальными станут тревел-консультанты не как продавцы туров, а как обладатели ценной информации о странах, местах размещения, достопримечательностях и маршрутах и, самое главное, умеющие с этой информацией работать в соответствии с запросами и потребностями туриста.
- ▶ А также рост вариативности в «сборке» путешествий и туров. Сейчас мы ограничены законодательством и несовершенством технологий, поэтому часто приходится

многие услуги бронировать по email и делать расчеты вручную. Я думаю, что в ближайшем будущем появится возможность собирать нестандартные туры онлайн быстро и комфортно.

Елена Тимуровна, по Вашему мнению, какие технологии в большей степени окажут влияние на развитие отрасли в ближайшее время?

Не уверена, что это можно назвать технологией, но все же значительный механизм, который сейчас мешает развитию тех трендов, что я уже упомянула, – это сложность установки и дороговизна интернет-эквайринга. И когда эта услуга станет дешевле и проще в части установки и использования, автоматизация продаж сразу существенно увеличится.

В туризме есть такое понятие, как динамическое пакетирование: это процесс, когда система собирает

тур из совершенно любого регулярного перелета и любого места размещения. Сейчас эта технология реализована очень слабо из-за того, что ее полноценная работа требует огромных мощностей и множества интеграций с системами, к которым пока мы не готовы. Но со временем, я уверена, она может быть полноценно реализована и значительно упростит жизнь как агентам, так и туристам, дав ту самую вариативность, о которой я упоминала.

Третье, что скорее относится к моей личной мечте – максимальное упрощение процедуры поиска туров. Например, создание голосового управления и возможность детальной фильтрации результатов (опять же с помощью голоса), так как сейчас у меня и коллег, работающих с поиском туров и средств размещения, уходит много времени на механические действия.

А какой Вы видите сферу туризма Казахстана через 10-15 лет?

Все будет очень зависеть от двух основных факторов: изменений законодательства и эпидемиологической ситуации. В случае благоприятной ситуации те тренды и технологии, о которых я говорила, имеют все шансы на развитие, и это более чем реально. Но это будет возможно лишь в том случае, если у нас не будет серьезных ограничителей, которые есть сейчас.

Как Вы считаете, отсутствие каких специалистов сегодня наиболее сильно сдерживает развитие Вашей компании и отрасли в целом? С чем связано отсутствие этих специалистов?

На самом деле, индустрии туризма, да и в целом бизнесу,

не хватает, в первую очередь, заинтересованных и вовлеченных специалистов. При этом их специализация и должность совершенно не играет никакой роли: при должной степени заинтересованности и внутренней мотивации можно освоить любые нюансы и смежные сферы по мере их развития. И если мне не хватает каких-то знаний, то я сама становлюсь тем специалистом, который может эту потребность удовлетворить. Ну и обучаю других людей по мере возможности

Если заглянуть в будущее, то какие новые профессии могут появиться в сфере туризма в ближайшие 10-15 лет, а какие потеряют свою актуальность или трансформируются? Какие компетенции сотрудников будут наиболее востребованы?

Я думаю, что в сфере туристского бизнеса (а я все же предпочитаю говорить о том, что я знаю), появится два основных направления: технические специалисты по поддержке систем поиска и бронирования и специалисты по работе с клиентами.

Если возвращаться к вопросу о трендах, то первые будут обеспечивать качественную работу автоматических систем поиска и бронирования туров, а вторые как раз заниматься глубокой работой с потребностями клиентов, выбором специфических мест и формированием сугубо индивидуальных предложений.

Отсюда и компетенции нужны будут соответствующие: где-то понимание технических процессов и навыки администрирования, а где-то работа с психологией и знание специфик направлений и локаций.



**ТИКЕНОВ
ЕРКИН
АМАНГЕЛЬДИНОВИЧ**

Директор
ТОО «Инсайд Тревел»

Еркин Амангельдинович, как бы Вы оценили текущее развитие сферы туризма в Казахстане? Какие ключевые события за последние 5 лет, по Вашему мнению, оказали наибольшее влияние на развитие отрасли?

Текущий период неопределенности очень неоднозначен в плане перспектив развития. Будем надеяться на движение только вперед и на то, что дно кризиса пройдено. Надеюсь, текущее затишье – это период, когда рынок притаился перед новым прыжком в развитии.

Из событий за последние 5 лет знаковым стал рост осведомленности о Казахстане и либерализация визового режима в период проведения выставки Экспо-2017, намерение открывать небо, инвестиции в дорожную инфраструктуру по программе «Нурлы Жол» и планы «Нурлы Жол-2». Все это косвенные факторы, но которые оказывают влияние на конкурентоспособность туризма.

Как Вы считаете, под влиянием каких трендов происходит развитие сферы туризма в настоящее время в мире? Какие тренды будут оказывать наибольшее влияние на развитие отрасли в Казахстане в ближайшие 10-15 лет?

Рассматривая тренды, стоит разделить их на глобальные долгосрочные и региональные среднесрочные.

Из международных трендов туризма в последние годы и на ближайшее десятилетие запрос идет на устойчивое развитие, экологичность и сохранение природных систем и сообществ, их аутентичность.

Доля онлайн дистрибуции растет в структуре каналов продаж, как и потребность клиентов в безналичной оплате во всех сегментах туристских услуг. Стандарты онлайн дистрибуции уже пришли в Казахстан, но еще не везде популярны. Тренд на автоматизацию только закрепляется в мире и активно заходит на рынок Центральной Азии.

Наиболее крупные игроки в транспорте и гостеприимстве уже давно активно инвестируют в системы сбора и анализа Big Data. Небольшим компаниям еще предстоит открыть для себя мир данных, но они уже быстрее будут тестировать гипотезы и получать конкурентные преимущества.

Из условно временных трендов — это закрытие границ, фокус на внутреннем туризме и запросы на социальное дистанцирование, что само по себе сильно ломает бизнес-модели, турпродукты и каналы продвижения.

Какие, по Вашему мнению, технологии в большей степени окажут влияние на развитие отрасли в ближайшее время?

Будут набирать популярность инструменты повышения эффективности маркетинга, продаж и качества продукта или услуги компаний, а именно автоматизация в виде мессенджер ботов, инструментов создания контента и мотивации продаж с помощью AR/VR.

Долгосрочный тренд – это доминирование платформ туруслуг, а именно онлайн-тревел-агентств, социальных сетей, геосервисов и поисковых систем, все больше и больше занимающих значительные доли в турбизнесе.

Наиболее сильно технологический прогресс проявится в тех вертикалях туризма, где более стандартизированы услуги и есть много крупных игроков.

А глобализация турбизнеса уже значительно изменила характер бизнеса — это авиаперевозки и отельная дистрибуция, сетевые места размещения, динамические пакетные туры у крупных операторов.

Еркин Амангельдинович, а какой Вы видите сферу туризма Казахстана через 10-15 лет?

Сложно прогнозировать, какой будет отрасль туризма Казахстана через 10-15 лет, смотря на то, какие были радужные планы 10 лет назад. Поэтому лучше придерживаться консервативного прогноза.

Доля туризма в экономике не будет значительна, но объем услуг вырастет кратно за счет внутреннего потребления, при условии роста доходов населения и укрепления привычек путешествовать по стране и за рубежом.

Разнообразию услуг кардинально не поменяется, количество поставщиков вырастет, повысится конкуренция и качество. Технологически возможно сохранится отставание от развитых рынков, если не будут приняты меры поддержки для роста конкурентоспособности отрасли.

Как Вы считаете, отсутствие каких специалистов сегодня наиболее сильно сдерживает развитие Вашей компании и отрасли в целом? С чем связано отсутствие этих специалистов?

Кадровый вопрос очень острый. Отсутствие достаточного коли-

чества высококвалифицированных специалистов сдерживает развитие компаний и отрасли в целом. Кадровый голод связан с низкими заработными платами из-за низкой маржинальности и малочисленных потоков гостей.

В целом компаниям может не хватать продуктологов, маркетологов, специалистов по контенту, технических специалистов и разработчиков, понимающих специфику отрасли.

Какие новые профессии, на Ваш взгляд, могут появиться в сфере туризма в ближайшие 10-15 лет, какие потеряют свою актуальность или трансформируются? Какие компетенции сотрудников будут наиболее востребованы?

Новыми профессиями для туризма могут стать архитекторы новых впечатлений, Data аналитики, маркетологи, узкие разработчики.

Отвечая на вопрос какие специальности в будущем потеряют свою актуальность или трансформируются, нужно отметить, что пока труд людей будет оцениваться дешевле роботов, роботы не придут.

Как только машины и технологии станут дешевле, привлекать персонал, работу которого смогут заменить роботы, станет экономически нецелесообразным. Тогда и начнется массовая трансформация компетенций.



ВЕЙМЕР АЛЬБИНА ФРИДРИХОВНА

Директор Таразского туристического центра «Золотой караван», председатель Ассоциации внутреннего и въездного туризма, сертифицированный экскурсовод международного класса

Именно сегодня турбизнесу нужно сконцентрировать внимание и приложить максимум усилий, чтобы в нашей стране начал развиваться внутренний туризм. Поэтому основные тренды, под влиянием которых происходит трансформация отрасли, по моему мнению, тоже связаны с внутренним туризмом.

Первый тренд – в виду карантинных ограничений, люди, не имея возможности выезжать за границу на отдых, обратили внимание на красоту Казахстана, насколько хороша природа в нашей стране.

Второй тренд – активное развитие внутреннего туризма во всем мире. Поэтому нужно сконцентрироваться на поддержке малого и среднего бизнеса со стороны государства по развитию внутреннего туризма в Казахстане.

Третий тренд – потребность в путешествиях родителей вместе с детьми, также в рамках внутреннего туризма.

В будущем изменения в отрасли будут происходить именно под влиянием этих трендов. Это диктует сейчас время, на это необходимо обращать внимание, к этому нужно стремиться и всячески поощрять тот турбизнес, который готов все это делать, у которого есть опыт и определенные знания и умения.

В ближайшие 10 лет я надеюсь на развитие въездного туризма. Казахстан очень красивая страна. Поездки в традиционные для отдыха страны уже не так привлекательны, людям сейчас было бы интереснее, я думаю, посетить такую страну как наша.

Через 10-15 лет, если все пойдет по правильному сценарию, Казах-



стан должен стать вообще туристской державой. Перспективу для Казахстана я вижу в развитии агротуризма. Думаю, что людей нужно возвращать в села, чтобы они могли увидеть богатство природы, сами попробовали приготовить кумыс или пожарить баурсаки шести видов.

А еще нам нужно научиться прислушиваться к мнению людей, имеющих большой опыт в сфере туризма, кто хочет что-то изменить в этом направлении. Тогда и туризм получит шанс к развитию.

Важнейшая тема текущего времени – это подготовка специалистов и дефицит квалифицированных кадров. Нам обязательно нужно растить экскурсоводов. Не хватает также и хороших менеджеров. При этом, чтобы получить специалистов высокого уровня, необходимо привлекать к их обучению настоящих специалистов, которые с этим уже

столкнулись, все уже прошли и имеют практический опыт.

Появятся ли новые профессии в сфере туризма? Я считаю, что были бы имеющиеся профессии освоить, чтобы были у нас профессионалы, как в менеджменте, так и среди экскурсоводов, гидов.

Считаю, что появятся специалисты, которые будут владеть знаниями ИТ-технологий или, например, умеющие проводить виртуальные экскурсии.

При этом наиболее востребованными будут сотрудники, которые захотят в туризм идти действительно по зову сердца. И если они еще к тому же получат качественное образование, то тогда появятся специалисты, которые будут проводить интересные экскурсии, профессионально обслуживать туристов в офисах и демонстрировать отличные знания своего родного края.

3.2. ПРОГНОЗ РАЗВИТИЯ ОТРАСЛИ

Отраслевые эксперты, представители учебных заведений, попытались заглянуть на 10-15 лет вперед и оценить, как будет развиваться сфера туризма в ближайшем будущем. В результате сформировался ряд прогнозов, относящихся к важнейшим аспектам развития отрасли будущего.

ПРОГНОЗ №1 ПОТЕНЦИАЛ УСПЕШНОГО РАЗВИТИЯ У СФЕРЫ ТУРИЗМА В КАЗАХСТАНЕ НА БЛИЖАЙШИЕ 10-15 ЛЕТ БУДЕТ НАБЛЮДАТЬСЯ, НО НЕ ВСЕ КОМПАНИИ ГОТОВЫ К ПРЕДСТОЯЩИМ ПЕРЕМЕНАМ



Несмотря на существующие в отрасли проблемы, 57% экспертов отрасли предполагают, что сфера туризма в Казахстане в ближайшие 10-15 лет будет успешно развиваться.

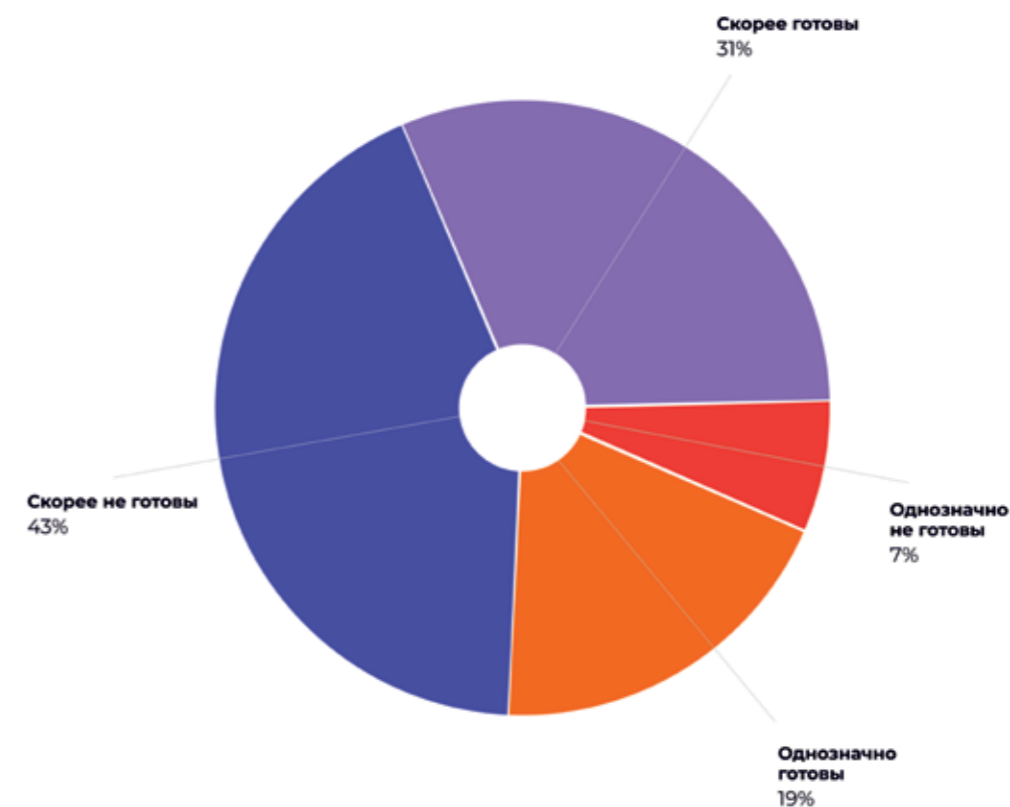
Этот факт примечателен еще и тем, что опрос экспертов проводился в сложный для отрасли период, когда деятельность сферы туризма была полностью приостановлена в связи с пандемией, вызванной коронавирусной инфекцией COVID-19, когда было прервано транспортное сообщение со всеми странами, а туристам пришлось отказываться от заранее приобретенных туров. Именно в период затяжного перерыва в своей деятельности

компаниям отрасли представилась возможность подумать, как и в каком направлении они будут развивать свой бизнес, готовы ли они к предстоящим переменам, будут ли внедрять в свою работу новейшие технологии.

Мнения экспертов при ответе на этот вопрос поделились ровно поровну: 50% экспертов считают, что уже сейчас компании отрасли готовы к предстоящим переменам, причем 19% из них однозначно в этом уверены.

Другая половина экспертов сомневается в готовности отрасли к переменам, а 7% из них уверены, что туристский бизнес однозначно к этому не готов.

Диаграмма 2.
Оценка экспертами готовности отрасли к предстоящим переменам.



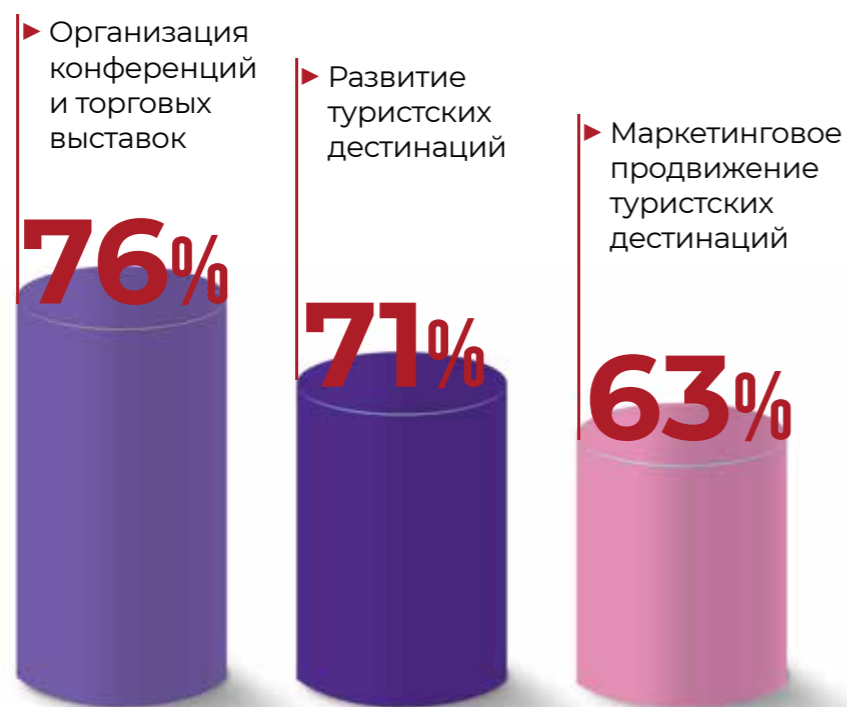
ИСТОЧНИК: Опрос отраслевых экспертов.



ПРОГНОЗ №2

ЛИДЕРАМИ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ПРОРЫВА СТАНУТ СФЕРЫ ОРГАНИЗАЦИИ КОНФЕРЕНЦИЙ И ТОРГОВЫХ ВЫСТАВОК, РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ И ИХ МАРКЕТИНГОВОГО ПРОДВИЖЕНИЯ

Эксперты отрасли предполагают, что наибольший технологический прорыв можно ожидать в следующих направлениях туристской деятельности:



ОРГАНИЗАЦИЯ КОНФЕРЕНЦИЙ И ТОРГОВЫХ ВЫСТАВОК

Проведение выставок в последнее время становится все более актуальным направлением в виду совершенствования технологий и методов их проведения, а также использования современного оборудования и новых методов по возведению выставочной конструкции и ее оформлению. Технологии постоянно развиваются, поэтому выставки с каждым годом наполняются более красочными и необычными решениями с целью привлечения как

можно большего числа посетителей. При организации выставочных композиций используются технологии виртуальной или дополненной реальности или голографические компоненты. В форматах проведения конференций в ближайшем будущем также будет происходить серьезная трансформация. Уже сегодня используются интеллектуальные устройства для голосования участников конференций или синхронного перевода.

РАЗВИТИЕ ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ

Туристская дестинация – важнейший элемент туристского бизнеса. Полагая, что в сфере развития туристских дестинаций будет наблюдаться качественный технологический прорыв, эксперты в первую очередь имели в виду, что дестинации будут постепенно превращаться в «умные» дестинации, например, как частный случай «умного» города, затрагивая аспекты энергосбережения и устойчивого развития, а также повышения комфорта и безопасности туристов. Ценность дестинации, как и любого другого товара и услу-

ги, увеличиваться по мере ее инновационного развития. Инновация в туризме – это новое направление, которое способно за счет внедрения новейших технологий, более качественно оказывать услуги и значительно расширять их ассортимент – например, предложить туристам совершить виртуальную прогулку по историческим местам или воспользоваться разработанным мобильным приложением в качестве тур-навигатора местных достопримечательностей, ресторанов, мест развлечений и отдыха.

МАРКЕТИНГОВОЕ ПРОДВИЖЕНИЕ ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ

С каждым годом растет число компаний, которые предоставляют услуги отдыха, проживания и развлечения, а также компаний, которые являются посредниками между туристами и туристскими дестинациями. А, следовательно, растет конкуренция за каждого туриста.

Поэтому сегодня без использования современных технологических решений маркетингового продвижения услуг на туристском рынке, ни одна компания

не сможет выдержать конкуренцию за потенциального туриста.

А так как маркетинг туристского продукта все больше переходит в онлайн пространство, потенциал которого невозможно даже оценить, то в ближайшие годы повышенным спросом будут пользоваться специалисты, в совершенстве владеющие знаниями и навыками «умного» маркетингового продвижения турпродукта во всемирной паутине.

ПРОГНОЗ №3

ОСНОВНЫМИ ПРОБЛЕМАМИ СФЕРЫ ТУРИЗМА БУДУЩЕГО МОГУТ СТАТЬ СОКРАЩЕНИЕ МЕР ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ И УМЕНЬШЕНИЕ ТУРПОТОКА ИЗ-ЗА НИЗКОГО ДОХОДА НАСЕЛЕНИЯ И ВЫСОКАЯ СТОИМОСТЬ ВНЕДРЕНИЯ НОВЕЙШИХ ТЕХНОЛОГИЙ

Эксперты сферы туризма сформировали рейтинг проблем, с которыми, по их мнению, с большей долей вероятности им придется столкнуться в ближайшие 10-15 лет. К основным проблемам они отнесли:

Диаграмма 3.

Оценка вероятности качественного технологического прорыва в различных сферах туристской отрасли в ближайшие 10-15 лет.



ИСТОЧНИК: Опрос отраслевых экспертов.



СОКРАЩЕНИЕ МЕР ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ ТУРИЗМА

В настоящее время Правительство страны принимает активное участие в развитии туризма, определив ее к числу приоритетных отраслей экономики и выделив топ-10 туристских территорий в качестве ключевых направлений развития внутреннего туризма.

НО ЭКСПЕРТЫ ОТРАСЛИ ОБЕСПОКОЕНЫ, ЧТО В БУДУЩЕМ ЭТИ МЕРЫ ПОДДЕРЖКИ БУДУТ СОКРАЩАТЬСЯ, И КОМПАНИИ ОСТАНУТСЯ ОДИН НА ОДИН С ПРОБЛЕМАМИ, КОТОРЫЕ САМОСТОЯТЕЛЬНО ИМ БУДЕТ РЕШИТЬ НЕ ПО СИЛАМ.

СОКРАЩЕНИЕ ТУРПОТОКА ИЗ-ЗА СНИЖЕНИЯ УРОВНЯ ДОХОДОВ НАСЕЛЕНИЯ

Основным источником дохода населения является заработная плата, темп роста которой, по данным статистики, в реальном выражении (с учетом

индекса потребительских цен) ниже темпа роста самих цен, т.е. цены растут быстрее, чем сама заработная плата. Несмотря на это опасения игроков отрасли

Диаграмма 4. Индексы цен, реальной заработной платы и роста посетителей по выездному туризму.



ИСТОЧНИК: Комитет по статистике МНЭ РК.

в отношении потока выездного туризма не в полной мере обоснованы, так как на протяжении последних лет не выявлена закономерность влияния снижения уровня реальной заработной платы населения на объем выездного турпотока.

А вот рост индекса цен на услуги гостиниц и ресторанов, в области культуры, развлечения и от-

дыха, а также пассажирского ж/д транспорта, темп роста которых в значительной степени превышает рост реальной заработной платы, может оказать существенное влияние на показатели внутреннего туризма. А так как внутренний туризм постепенно в Казахстане набирает обороты, то беспокойство компаний, предоставляющих данный вид услуг, не лишено оснований.

НЕДОСТУПНОСТЬ НОВЕЙШИХ ТЕХНОЛОГИЙ В СВЯЗИ С ВЫСОКОЙ СТОИМОСТЬЮ ИХ ВНЕДРЕНИЯ

Компании туристского бизнеса относятся к числу активных сторонников новейших технологий. Современные разработки в области электронного маркетинга, искусственного интеллекта открывают новые возможности для сферы туризма. Эксперты отрасли отчетливо понимают, что

без внедрения инновационных технологий им невозможно будет конкурировать на рынке предоставления услуг туристского продукта. При этом они отмечают, что высокая стоимость новейших технологий не позволяет повсеместно внедрять эти технологии в своих компаниях.

Диаграмма 5. Оценка потенциальных рисков отрасли в ближайшие 10-15 лет.



ИСТОЧНИК: Опрос отраслевых экспертов.

ПРОГНОЗ №4

ДАЛЬНЕЙШЕЕ РАЗВИТИЕ СФЕРЫ ТУРИЗМА БУДЕТ ЗАВИСЕТЬ ОТ ПОЗИЦИИ КРУПНЫХ ИГРОКОВ ОТРАСЛИ, НАСЕЛЕНИЯ, КАК ПОТЕНЦИАЛЬНОГО ПОТРЕБИТЕЛЯ УСЛУГ, И ОБСЛУЖИВАЮЩЕГО ПЕРСОНАЛА

На развитие отечественного туризма наиболее значимое влияние оказывают три группы участников рынка:



Крупные игроки рынка (крупные туроператоры и турагенты, элитные отели)

Влияние этой группы участников рынка на развитие отечественно туризма наиболее высоко оценивается эксперта-

ми отрасли. Крупные компании задают вектор развития для всех предприятий сектора, на них стараются равняться, чтобы вы-

держат конкуренцию на рынке предоставления туристских услуг. Они обладают большим опытом, первые реагируют на появление новых трендов, первые внедряют

у себя инновационные технологии. На крупных компаниях туристского бизнеса лежит большая ответственность за развитие отрасли в ближайшее десятилетие.

Население, как потенциальный потребитель услуг

В последнее время население страны стало оказывать влияние на формирование турпотока не только по выездному туризму, но и, что безусловно радует, по внутреннему туризму. Для того, чтобы привлечь население стра-

ны посещать не зарубежные курорты, а местные достопримечательности, необходимо расширять ассортимент предоставляемых услуг и повышать их качество, которое зависит в первую очередь от обслуживающего персонала.

Обслуживающий персонал

Сфера туризма – это сфера предоставления услуг, в которой очень многое зависит от степени удовлетворенности клиента. Если клиент остался доволен сервисом и обслуживанием, он обязательно обратится повторно в ту же компанию и порекомендует ее своим знакомым.

В противном случае, отрицательная репутация распространится еще быстрее.

На рынке туристских услуг существует достаточно серьезная конкуренция, поэтому лояльность и расположенность клиентов – залог успеха. И этот успех зависит от обслуживающего персонала.

Причем здесь важную роль играет не только профессиональная

подготовка сотрудника, но и его личностные качества, умение работать в команде, клиентоориентированность и даже презентабельность и внешний вид.

Стоит отметить, что вузы, колледжи и иные образовательные центры также попали в топ-10 участников рынка, оказывающих наибольшее влияние на развитие отрасли.

НЕСМОТЯ НА ТО, ЧТО ОНИ ЗАМЫКАЮТ ЭТОТ СПИСОК, ИМЕННО ОТ СИСТЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ ЗАВИСИТ, НАСКОЛЬКО ПОДГОТОВЛЕННЫМИ БУДУТ ВЛИВАТЬСЯ В ТРУДОВОЙ КОЛЛЕКТИВ МОЛОДЫЕ СПЕЦИАЛИСТЫ, НУЖНО ЛИ БУДЕТ КОМПАНИЯМ ЗАТРАЧИВАТЬ ВРЕМЯ НА ИХ ПЕРЕПОДГОТОВКУ.

ПРОГНОЗ №5

ДРАЙВЕРЫ РАЗВИТИЯ ОТРАСЛИ В БУДУЩЕМ – ПОВЫШЕНИЕ СПРОСА НА УСЛУГИ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА, ПРОВЕДЕНИЕ В СТРАНЕ СПОРТИВНЫХ СОРЕВНОВАНИЙ, ПОЛИТИЧЕСКИХ И ЭКОНОМИЧЕСКИХ МЕРОПРИЯТИЙ МИРОВОГО МАСШТАБА

Эксперты отрасли сформировали рейтинг потенциальных возможностей, которые, по их мнению, с большей долей вероятности могут проявиться у них в ближайшие 10-15 лет.

По их мнению, развитию туристской сферы будут способствовать:

- ▶ увеличение спроса на услуги внутреннего туризма (так считает 60% экспертов);
- ▶ проведение в стране различных международных спортивных (47%), политических и экономических (45%) мероприятий мирового масштаба;
- ▶ эффективная поддержка компаний отрасли, внедряющих новейшие технологии, со стороны государства (40%).

Как известно, за время проведения в Казахстане ЭКСПО-2017 по сравнению с таким же периодом 2016 года был отмечен рост:

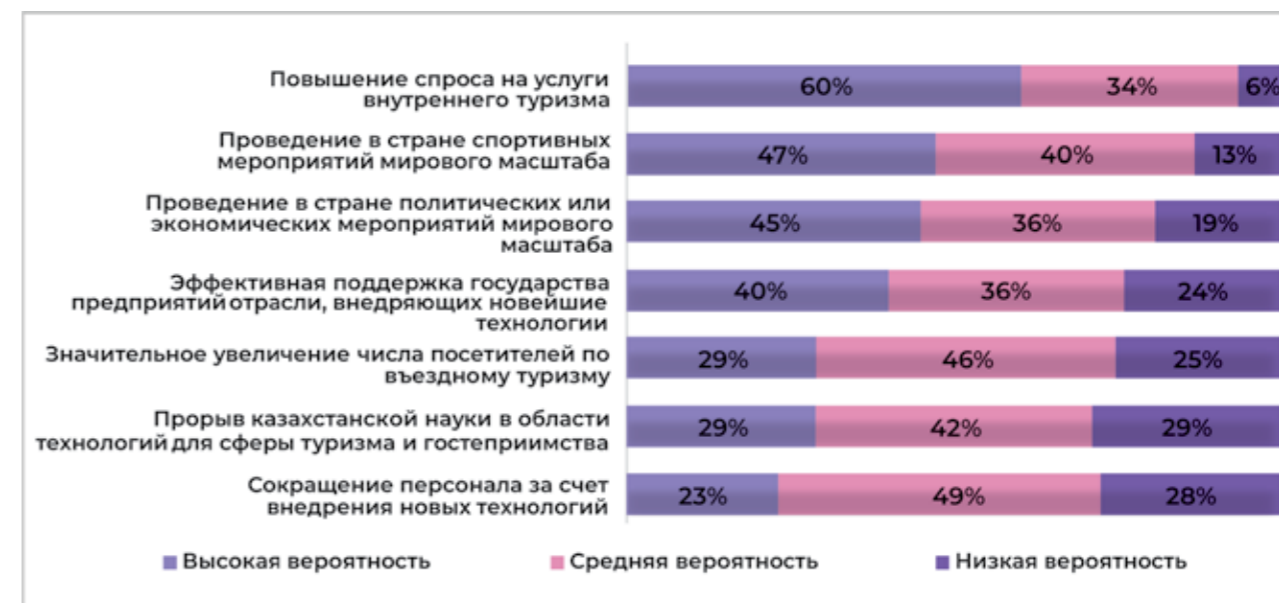
- ▶ спроса на услуги туристских операторов на 78%;

- ▶ налоговых поступлений от организаций, предоставляющих услуги временного проживания и питания в 3 раза;
- ▶ заполняемости мест временного проживания в 3 раза;
- ▶ посещаемости культурно-развлекательных объектов и торговых центров в 2 раза.

Для проведения выставки был возведен ряд новых инфраструктурных объектов, например, вокзал «Нурлы жол» или новый терминал аэропорта для международных рейсов. Все это несомненно оказывает положительное влияние на потенциал развития инфраструктуры сферы туризма, а также повышает узнаваемость Казахстана на мировом рынке туризма.

Диаграмма 6.

Оценка потенциальных возможностей отрасли на ближайшие 10-15 лет.



ИСТОЧНИК: Опрос отраслевых экспертов.

ПРОГНОЗ №6

ДРАЙВЕРАМИ УСПЕШНОСТИ НА РЫНКЕ ТРУДА В СФЕРЕ ТУРИЗМА БУДУТ НАДПРОФИЛЬНЫЕ НАВЫКИ

Все чаще работодателями и агентствами по трудоустройству стали применяться термины «компетенция» и «навык».

Чтобы овладеть новой профессией и построить успешную карьеру необходимо понимать, какими навыками необходимо обладать.

Ведущие эксперты индустрии туризма Казахстана дали оценку наиболее важным навыкам для карьерного роста в отрасли. По их мнению, чтобы и в будущем

оставаться востребованным специалистом, мало заниматься только повышением своего профессионального уровня. Ведь уже сейчас крупные компании отрасли охотнее принимают на работу и продвигают по службе тех специалистов, которые обладают лидерскими качествами и знают методы эффективного управления. Наиболее востребованными стилями мышления будущего, по мнению экспертов отрасли, будут творческое/креативное мышление, а также логическое и аналитическое. Среди навыков социально-личностного взаимодействия: мультиязычность и мультикультурность, клиентоори-

ентированность, умение работать как в команде, так и самостоятельно.

Ведущими навыками будущего в области корпоративного управления будут навыки управления процессами и проектами, межотраслевого взаимодействия и гибкого планирования (Agile методы). Наиболее востребованными навыками будущего в области работы с новыми технологиями станут – знание основ программирования, разработки и использования мобильных приложений, а также навыки взаимодействия с технологиями виртуальной и дополненной реальности.

щее своего бизнеса. Только 10% экспертов указали, что испытывают чувство неопределенности по отношению к своему будущему. По оценке 90% экспертов туристской отрасли, сформированный образ будущего, в первую очередь обладает потенциалом всестороннего развития личности и безграничных возможностей (по

мнению 33% экспертов) и дает чувство уверенности в завтрашнем дне (29%). Не обошли стороной эксперты и технологическую составляющую образа будущего – 18% опрошенных экспертов уверены, что будущее — это движение вперед, еще 11% оценивают его как внедрение прорывных технологий.

Диаграмма 7.
Видение будущего экспертами отрасли.



ПРОГНОЗ №7 БУДУЩЕЕ – ЭТО ПОТЕНЦИАЛ, УВЕРЕННОСТЬ И РАЗВИТИЕ

Экспертам отрасли был задан достаточно сложный вопрос – мы их спросили о будущем, каким они его себе представляют через 10-15 лет. Попросили представить, какие возможности или препятствия появятся у них на пути.

Анализируя ответы экспертов, сразу бросается в глаза, что, несмотря на сложную ситуацию

в сфере туризма на тот период⁴, эксперты оптимистично оценивают свое будущее, а значит и буду-

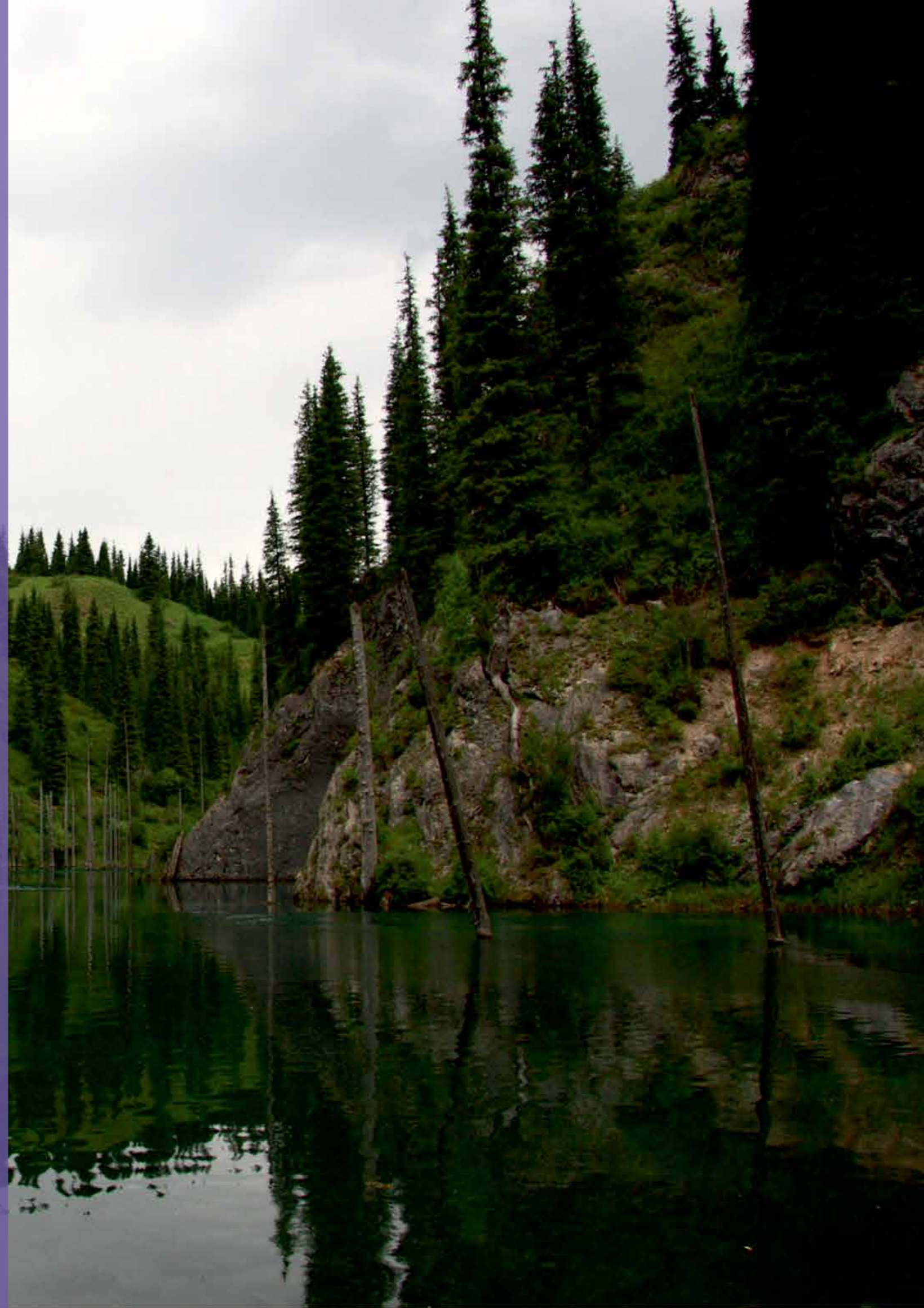
⁴ Опрос проводился в апреле 2020 года, когда были закрыты границы в связи пандемией, вызванной коронавирусной инфекцией COVID-19.

ИСТОЧНИК: Опрос отраслевых экспертов.



ТРЕНДЫ
И ТЕХНОЛОГИИ,
ФОРМИРУЮЩИЕ
БУДУЩЕЕ СФЕРЫ
ТУРИЗМА
КАЗАХСТАНА

4.





Инновации и цифровизация на сегодняшний день выступают главными драйверами развития любой сферы жизнедеятельности человека и экономики. Быстротечность этих процессов диктует потребность в адаптации их к современным и будущим реалиям, как отдельно взятого человека, так и государства в целом.

Туристская отрасль является одной из наиболее подверженных изменениям отраслей, поскольку работает напрямую с людьми, требования и ожидания которых неуклонно растут и расширяются.

В связи с этим, прогнозирование перспективных кадровых потребностей данной сферы, основанное на глубоком анализе и

экспертных оценках технологической и социально-экономической эволюции отрасли, должно стать постоянной исследовательской функцией государства, которое стремится к устойчивому развитию туризма.

В последнее время на эффективность туристского бизнеса значительное влияние оказывает уровень цифровой доступности услуг туроператоров и других участников отрасли.

Трансформация сферы туризма происходит под влиянием большого числа трендов. Эксперты отрасли выделили ряд глобальных и отраслевых трендов, которые можно сгруппировать в шесть ведущих:



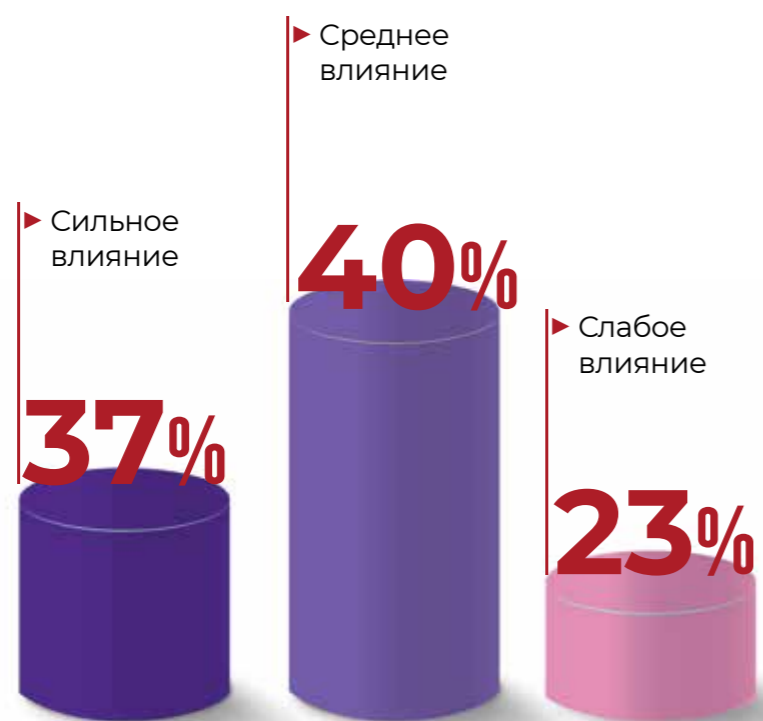
ТРЕНДЫ И ТЕХНОЛОГИИ, ФОРМИРУЮЩИЕ БУДУЩЕЕ СФЕРЫ ТУРИЗМА КАЗАХСТАНА

Инновации и цифровизация на сегодняшний день выступают главными драйверами развития любой сферы жизнедеятельности человека и экономики. Быстротечность этих процессов диктует потребность в адаптации их к современным и будущим реалиям, как отдельно взятого человека, так и государства в целом.

4.1.

УВЕЛИЧЕНИЕ МАСШТАБОВ ВНЕДРЕНИЯ АВТОМАТИЗАЦИИ И УМНЫХ СИСТЕМ

Увеличение масштабов внедрения автоматизации и умных систем в ближайшие 10-15 лет, по мнению экспертов отрасли, будет оказывать среднее влияние на развитие отечественного туризма.



Активное внедрение инновационных технологий в деятельность индустрии туризма является важнейшим критерием оценки их успешной работы.

Автоматизация влияет на показатели эффективности, оперативность и качества предоставляемых услуг. Все более востребованной становится на

рынке туристских услуг комплексная автоматизация бронирования гостиничных номеров и билетов, онлайн оплаты предоставленных услуг.

В ближайшие 10-15 лет наибольшее влияние на повышение уровня автоматизации сферы туризма Казахстана будут оказывать следующие тренды:



Повышение спроса на услуги онлайн бронирования и оплаты

Рост потребности внедрения искусственного интеллекта в сферу туризма Казахстана

ТРЕНД

ПОВЫШЕНИЕ СПРОСА НА УСЛУГИ ОНЛАЙН БРОНИРОВАНИЯ И ОПЛАТЫ

Широкое распространение современных информационных технологий и увеличение числа интернет пользователей, оказало существенное влияние на развитие электронной коммерции.

Население Казахстана все активнее стало совершать покупки,

используя различные онлайн сервисы.

НЕСМОТЯ НА ТО, ЧТО ДОЛЯ ЭЛЕКТРОННЫХ ПРОДАЖ В ОБЩЕМ ОБЪЕМЕ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ НЕВЕЛИКА – ВСЕГО 1,4%, ПРИРОСТ ЕЕ ЗА ПОСЛЕДНИЕ ГОДЫ В СРЕДНЕМ СОСТАВЛЯЕТ ПРИМЕРНО 40%.



ТРЕНД РОСТ ПОТРЕБНОСТИ ВО ВНЕДРЕНИИ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В СФЕРУ ТУРИЗМА КАЗАХСТАНА

Автоматизация и роботизация стремительно завоевывает мировой туристский бизнес, позволяя компаниям существенно экономить ресурсы и оптимизировать процессы управления. Автоматизация работы турагентов, туроператоров в основном сводится к внедрению цифровизации, например, использованию чат-ботов, которые при помощи простых вопросов помогают клиентам находить и бронировать туры, транспорт и места размещения. Рассматривая автоматизированные решения для отельного бизнеса, можно выделить такие ведущие направления, как обеспечение комфортных условий для проживания постояльцев и автоматизацию работы персонала гостиниц, которые решаются внедрением различных устройств искусственного интеллекта, интернета вещей и роботизацией.

Автоматизация услуг в гостиницах начинает завоевывать лидирующие позиции. Уже сложно представить себе гостиницу без «умного» кондиционера или выключателя, которые включаются с помощью голосового управления, без электронного замка, который открывается без ключа.

Полная автоматизация отеля позволяет персоналу дистанционно осуществлять контроль исправности работы оборудования и обеспечивать безопасность постояльцев.

Поэтому казахстанским отельерам нужно активно перенимать опыт мировых лидеров рынка, максимально внедряя автоматизированные решения в свою деятельность, а также заниматься подготовкой персонала, способного управлять этими устройствами.

Диаграмма 8.
Доля электронной коммерции в общем объеме розничной торговли РК.

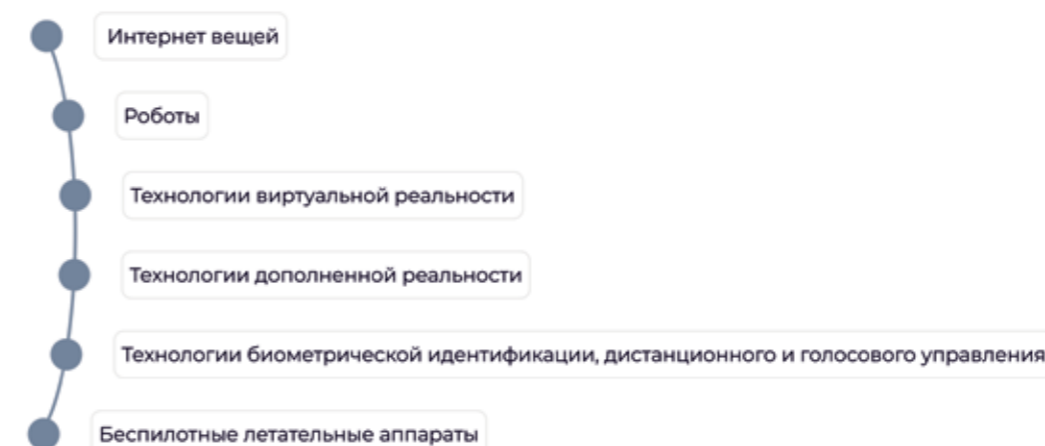


ИСТОЧНИК: Опрос отраслевых экспертов.

Электронная коммерция не обошла, конечно же, и сферу туризма. Самостоятельное бронирование туров, билетов и номеров в гостиницах становится все более популярным направлением особенно среди молодого поколения. И в ближайшие годы их количество, вероятнее всего, будет

только расти. Онлайн-бронирование билетов и номеров гостиниц упрощает выбор тура, позволяет сравнить актуальную стоимость услуг у разных туроператоров и приобрести наиболее выгодный пакет, сэкономив немалые средства, затратив на это минимальное количество времени.

Основными технологиями развития тренда являются:



ИНТЕРНЕТ ВЕЩЕЙ

Одной из самых захватывающих новых тенденций в сфере туризма является Интернет вещей (IoT). Причем с каждым годом будет расширяться не только влияние IoT, но и спектр предоставляемых им возможностей.

Например, в гостиничных номерах технология IoT может использоваться для регулировки параметров освещения или тем-

пературы в номере, кондиционирования воздуха. Гости также могут использовать IoT, чтобы заказывать различные услуги, не выходя из своего номера.

Интеллектуальные датчики позволяют обеспечивать безопасность пребывания постояльцев в отелях, следить за перемещением персонала и предупреждать о неисправности оборудования.

ПРИМЕР ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТЕХНОЛОГИИ

- a. Сеть Starwood Hotels and Resorts Worldwide в 2016 году оснастила часть своих гостиничных номеров умными зеркалами.
- b. Сеть The Peninsula Chicago внедрила систему, которая с помощью планшета управляет различными устройствами в номерах.
- c. Wynn Las Vegas в 2017 году стал первым отелем, который оборудовал более 4 тыс. своих номеров голосовыми ассистентами, которые позволяют осуществлять контроль за освещением в номерах и регулировать комнатную температуру.⁵

РОБОТЫ

Внедрение роботов в гостиницах пока не получило широкого распространения. Однако, в Японии, Китае, США и др. странах уже начали принимать своих

гостей оснащенные роботами и даже полностью роботизированные гостиницы. Но на деле оказалось не все так идеально, как это планировалось изначально.

Известно, что первый роботизированный отель был открыт в Японии в 2015 году. Примечательно то, что за это время, роботы так и не смогли полностью заменить классический персонал гостиниц, к тому же они наглядно продемонстрировали свою неэффективность. Поэтому руководству отеля пришлось «сократить» больше половины роботов и снова принять на их место людей. Как оказалось, компания затрачивала достаточно много средств на обучение большого штата персонала, взаимодействующего с роботами, на техническое обслуживание и ремонт роботов, которые часто выходили из строя. Но самое главное, роботы, по оценкам отдыхающих, со временем их начинали раздражать. Однако не стоит категорич-

но сбрасывать со счетов роботов в гостиничном бизнесе. Они эффективно сегодня заменяют персонал в ресторанах, выступая в роли бармена или официанта, доставщика еды, напитков или корреспонденции, а также в качестве консьержа или лифтера.

О масштабном внедрении роботов в казахстанских гостиницах говорить пока рано. Однако, уже сегодня 1% наших гостиниц оснащены роботизированными устройствами, оказывающими сервисные услуги.

Время тоже не стоит на месте, также как и технический прогресс. И, возможно, уже через 10-15 лет, а может и раньше, мы услышим о нашем первом роботе-ресепшенисте.

ПРИМЕР ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТЕХНОЛОГИИ

- a. Smart-отель на 30 номеров возводится в научном городке Иннополис недалеко от Казани. Искусственный интеллект будет определять предпочтения посетителей с учетом 300 показателей. Исходя из оценки внешнего вида постояльца автоматически будет регулироваться температура и освещение в комнате. Роботы будут выполнять уборку, доставлять багаж, готовить еду.⁶
- b. В отеле Yotel, который находится в Нью-Йорке, гостей встречает и приветствует робот-носильщик Yobot. Снабженный сенсорными дисплеями, он легко может вызвать сотрудника отеля, а датчики движения помогают ему обходить препятствия.⁷
- c. В отеле Hilton McLean в штате Вирджиния в США и в отеле Marriott Hotel Ghent в Бельгии робот информирует постояльцев об услугах гостиницы, историко-культурных объектах, также он может посоветовать, какой лучше посетить ресторан.⁸

⁶ Роботы на ресепшн: как строят первую роботизированную гостиницу в России, <http://robotrends.ru/robotopedia/gostinicy-i-roboty>

⁷ Новости Интернета вещей, Роботы в гостиничном бизнесе: удалось ли заменить людей, <https://iot.ru/gorodskaya-sreda/-roboty-v-gostinichnom-biznese-udalos-li-zamenit-lyudey>

⁸ Гостеприимство из будущего: шесть трендов гостиничной индустрии, <https://b2b.ostrovok.ru/blog/gostepriimstvo-iz-budushhego-shest-trendov-gostinichnoj-industrii/>

⁵ Новости Интернета вещей, Как IoT меняет гостиничный бизнес, <https://iot.ru/gorodskaya-sreda/kak-iot-menyaet-gostinichnyy-biznes>



ТЕХНОЛОГИИ ВИРТУАЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ (VR)

Это одна из самых многообещающих технологических тенденций для компаний, связанных с туризмом, поскольку она позволяет им в цифровом формате переносить клиентов в виртуальное место их предстоящего отдыха. Отели получают возможность продемонстрировать на своих сайтах номера, весь спектр дополнительных услуг и даже местные достопримечательности, чтобы повысить заинтересованность клиентов.

На протяжении последних лет туристские компании чаще всего использовали технологию виртуальной реальности, чтобы предложить потенциальным туристам направление для путешествия. Сегодня же под влиянием пандемии VR-технология может по-

лучить новое развитие, выйти за рамки традиционного маркетингового инструмента. Виртуальная реальность может быть использована для воссоздания древних памятников и других сооружений, показать какими они были раньше. VR-технологии позволяют людям с ограниченными возможностями по здоровью совершать путешествия в виртуальном пространстве, а также воссоздать исторические памятники, которые были когда-то разрушены. Однозначно, что VR не сможет заменить привычный всем тур. Но в виду того, что технология совершенствуется, может наступить и такое время, когда туристы будут сознательно использовать VR-технология вместо обычного путешествия с целью сохранения окружающей среды.

ПРИМЕР ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТЕХНОЛОГИИ

- a.** Google и CyArk создали проект Open Heritage, который направлен на воссоздание цифровых двойников разрушающихся исторических памятников, восстановление которых невозможно.
- b.** Туркомпания Thomas Cook увеличила свой доход в 2 раза только от реализации виртуальных туров в Нью-Йорк.⁹

⁹ 100 примеров применения виртуальной и дополненной реальности, <http://vrcorp.ru/?p=1601>

ТЕХНОЛОГИИ ДОПОЛНЕННОЙ РЕАЛЬНОСТИ

В последнее время дополненная реальность (AR) становится все более популярной в туристической индустрии, например:

- a.** На сегодняшний день наиболее распространенным использованием дополненной реальности в туризме является введение большего количества интерактивных элементов в отелях.
- b.** Разработка приложений с дополненной реальностью, которые позволяют туристам, направив свой смартфон на объект достопримечательности, узнать о нем больше в режиме реального времени, а также увидеть с наложением реконструкции их первоначального вида. Или в ресторане с помощью телефона сразу получить отзывы или меню. Это может значительно
- c.** Еще одно интересное использование дополненной реальности связано с технологией маяков, которая работает через Bluetooth. Эта технология позволяет компаниям и маркетологам отправлять push-уведомления или включать определенные функции, когда люди входят в определенное место.

Данная технология позволяет клиентам разблокировать свой номер в отеле, когда они находятся в непосредственной близости от двери, или отправлять обзоры, меню, специальные предложения, купоны на скидку пользователям в том месте, где они наиболее актуальны.

ПРИМЕР ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТЕХНОЛОГИИ

- a.** Отель Hub на британском курорте Premier Inn сделал дополненную реальность совместимой с настенными картами, которые размещает в гостиничных номерах. При просмотре карт на смартфоне или планшете можно получить дополнительную информацию о местных достопримечательностях.
- b.** National Geographic открыла в Квебеке AR-планетарий под открытым небом. Дополненная реальность накладывается прямо на ночное небо при помощи устройства Aruzon AR viewer со вставленным смартфоном.¹⁰

¹⁰ VR CORP, 100 примеров применения виртуальной и дополненной реальности, <http://vrcorp.ru/?p=1601>

ТЕХНОЛОГИИ БИОМЕТРИЧЕСКОЙ ИДЕНТИФИКАЦИИ, ДИСТАНЦИОННОГО И ГОЛОСОВОГО УПРАВЛЕНИЯ

С развитием информационных технологий все большую популярность получают устройства и системы, использующие биометрию для идентификации личности.

Технология включает в себя распознавание по отпечаткам пальцев, лиц, сетчатки глаза и других биометрических идентификаторов.

Широко используется данная технология при прохождении паспортного контроля.

Также технология распознавания используется в отелях, чтобы разрешить доступ к номерам по отпечаткам пальцев или для полуконтактной проверки. Эта технология позволяет клиентам оплачивать питание в ресторане отеля, просто проходя через выход.

Технологии дистанционного и голосового управления в гостиничном бизнесе применяются для удаленного управления освещением, отоплением, регулировкой штор и т.д.

ПРИМЕР ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТЕХНОЛОГИИ

- a. В испанском отеле Ушуйя Бич на острове Ибица была использована первая в мире система оплаты по отпечаткам пальцев. Места, где оказываются в отеле платные услуги, оснащены сканерами, которые определяют личность постояльца и выставляют счет за обслуживание.¹¹
- b. В Нигерии используется биометрическая идентификация служащих гостиниц. Формируется тем самым всеобщая база данных сотрудников отельного бизнеса с подробными их характеристиками. На основе этих данных компании принимают персонал, даже не запрашивая у них документы.¹²

¹¹ Научно-методический электронный журнал «Концепт», Биометрические технологии как инновационное направление в развитии предприятий сферы туризма, <http://e-koncept.ru/2015/65061.htm>

¹² Российский биометрический портал, Служащие отелей в Нигерии пройдут биометрическую идентификацию, http://www.biometrics.ru/news/sluzhashhie_otelei_v_nigerii_proidut_biometricheskuyu_identifikaciju/



БЕСПИЛОТНЫЕ ЛЕТАТЕЛЬНЫЕ АППАРАТЫ

Сегодня беспилотные летательные аппараты (БПЛА) стали массово применяться в индустрии туризма. БПЛА отличаются удобством управления, невысокой стоимостью и постоянным расширением сфер их применения. По оценкам экспертов, в будущем беспилотники получат еще большую популярность.

Дроны, мультикоптеры и квадрокоптеры широко применяются на

пляжах и горнолыжных курортах, так как они способны перемещать грузы на небольшие расстояния. В последнее время их стали также использовать для доставки грузов в удаленные или труднодоступные места, и даже для катания на серфе. Дроны научились доставлять личные вещи или напитки из бара, а также выступать в качестве передвижных камер наблюдения или спасателей на пляже, в лесу или в горной местности.

ПРИМЕР ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТЕХНОЛОГИИ

В Техническом университете Сиднея разработали программу, которая с точностью в 4 раза выше обычного, может различить на фото проплывающую акулу. Дроны, оснащенные такой программой, контролируют территорию пляжей. Их акустическая система способна оповестить отдыхающих об опасности и даже сбросить при необходимости спасательные жилеты.¹³

¹³ Apparat, 10 примеров использования дронов, <https://apparat.cc/world/10-drone/>

4.2. ЦИФРОВИЗАЦИЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА

Расширение сфер применения цифровизации и больших данных в ближайшие 10-15 лет, по мнению экспертов отрасли, будет оказывать сильное влияние на развитие отечественного туризма.



В Казахстане большое внимание уделяется развитию информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) и внедрению цифровых инноваций. Инструментом, регулирующим распространение цифровизации в стране, является Государственная программа «Цифровой

Казахстан». Цель данной программы – улучшение социально-экономического климата в стране за счет использования цифровых технологий на ближайшую перспективу, а также формирование цифровой экономики будущего в долгосрочной перспективе.

В мировом рейтинге развития информационно-коммуникационных технологий 2017 года (ICT Development Index), Казахстан расположился на 52 месте из 176 стран.¹⁴

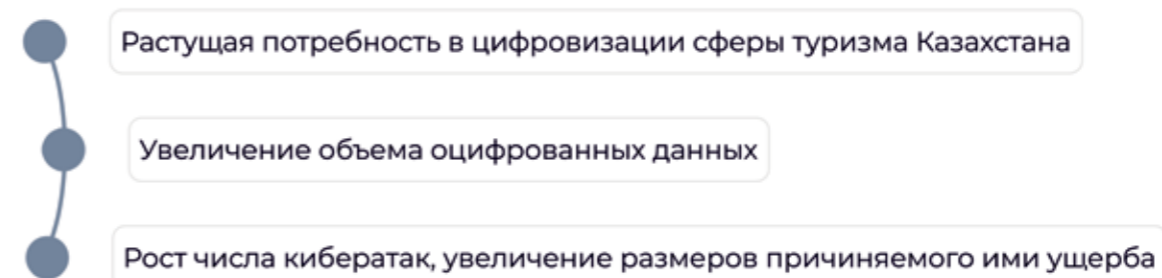


Несмотря на улучшение позиции Казахстана в мировом рейтинге ICT Development Index, сегодня на туристском рынке страны отсутствует какое-либо интегрированное приложение, которое смогло бы обеспечить иностранных и внутренних туристов всей необходимой информацией.

Необходимо расширять спектр предложений и повышать информационную доступность с помощью более креативных, инновационных решений, что позволит

увеличить число повторных поездок и посещений. Ожидания завтрашних путешественников связаны с повсеместным доступом к самой полной информации о предоставляемых услугах и с возможностью заказать максимально персонализированный пакет услуг.

Процесс цифровизации сферы туризма Казахстана происходит под влиянием трендов, которых относятся не только к отечественному туристскому бизнесу, но и к числу мировых трендов.



¹⁴ Международный союз электросвязи, ICT Development Index 2017, <https://www.itu.int/het4/ITU-D/idi/2017/index.html>

ТРЕНД РАСТУЩАЯ ПОТРЕБНОСТЬ В ЦИФРОВИЗАЦИИ СФЕРЫ ТУРИЗМА КАЗАХСТАНА

Туриндустрия активно начинает использовать в своей деятельности элементы электронной коммерции. Появилась возможность из любой точки на земле, не выходя из дома, заказывать и оплачивать туры, трансфер из аэропорта, бронировать билеты на самолет или культурные мероприятия, выбирать себе подходящий номер в гостинице.

Внедрение электронной коммерции повышает качество предоставляемых услуг, сокращает время обслуживания клиентов, расширяет ассортимент оказываемых услуг.

Новейшие технологии позволяют создавать новые способы маркетингового продвижения туристского продукта на рынок,

например, организовывать персонализированную рассылку рекламных кейсов на электронные адреса потенциальных туристов. Информационные системы турагентств позволяют оперативно собирать, структурировать и хранить информацию о турах, курортах, отелях, транспортных компаниях, а также о предпочтениях потенциальных туристов, собранных на базе совершаемых ими покупок и наиболее часто посещаемых сайтов.

Мультимедийные технологии используются для выпусков цифровых буклетов и каталогов, которые предоставляют возможность виртуально пройти по предлагаемым маршрутам, что позволяет наиболее точно определиться с выбором пакета услуг.

6 миллиардов, что составит 75% населения мира. А взаимодействие с данными пользователями устройств, подключенных к сети, будут каждые 18 секунд.

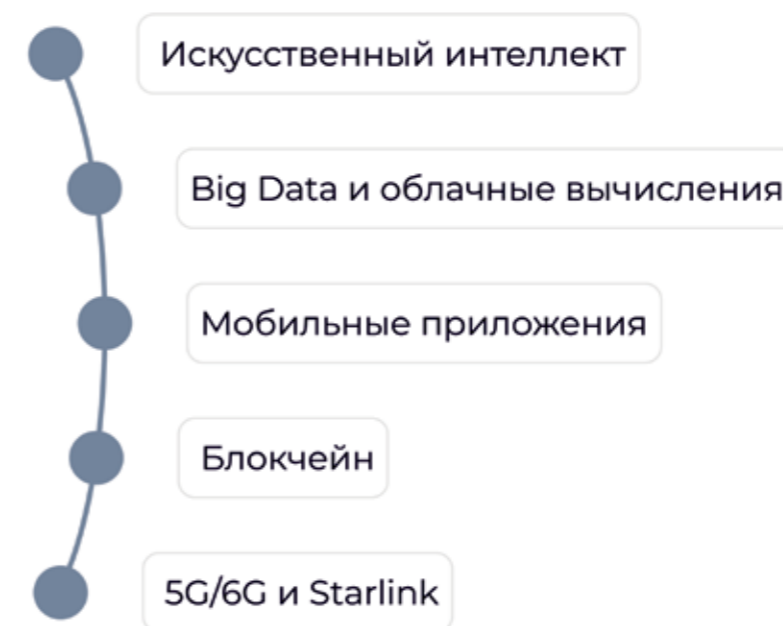
Прогнозируется, что к 2025 году общемировой объем данных увеличится более чем в 5 раз по сравнению с 2018 годом и достигнет 175 зеттабайт.¹⁵

Причем 30% этих данных нужно будет обрабатывать в режиме реального времени.

Big Data в сфере туризма необходима для повышения эффективности деятельности по оказанию услуг, а также на этапах привлечения потенциальных путешественников. Использование Big Data Analytics позволяет

- ▶ более качественно оказывать услуги;
- ▶ расширить каналы продвижения турпродукта и их функционального значения;
- ▶ приблизиться к потребителю услуг, предоставляя максимально персонализированный турпродукт, тем самым повышая лояльность клиентов;
- ▶ отстроиться от посредников между потенциальным туристом и конечным поставщиком услуг;
- ▶ повысить производительность, рациональнее использовать временные, денежные и человеческие ресурсы.

Основными технологиями развития тренда являются:



¹⁵ The Digitization of the World, <https://www.seagate.com/files/www-content/our-story/trends/files/idc-seagate-dataage-whitepaper.pdf>

ТРЕНД УВЕЛИЧЕНИЕ ОБЪЕМА ОЦИФРОВАННЫХ ДАННЫХ

Аналитика больших данных (Big Data Analytics) относится к числу самых актуальных задач в эпоху цифровой трансформации. По оценке экспертов

International Data Corporation, сегодня ежедневно взаимодействуют с данными более 5 миллиардов пользователей. К 2025 году их число возрастет до



ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ

Искусственный интеллект (ИИ) активно внедряется в индустрию туризма. Есть чат-боты, которые используют ИИ для автоматизации и оптимизации различных задач по продажам и обслуживанию клиентов. Поскольку клиентам требуется более быстрое время отклика и больше взаимодействия, чат-боты устраняют разрыв, когда операторы недоступны. Сегодня, когда туристский бизнес конкурирует за каждого потенциально-

го туриста, важно понимать, что именно хочет клиент.

Хотя чат-боты ограничены в своей функциональности, они могут предоставить клиентам массу полезной информации. В настоящее время ИИ широко используется для сбора и анализа данных о привычках и предпочтениях клиентов, чтобы сформировать для них наиболее персонализированное предложение и повысить их удовлетворенность.

ПРИМЕР ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТЕХНОЛОГИИ

- a. Чат-бот и платформа Mindsay, объединенные более чем с 30 различными бизнес-платформами, предоставляет возможность онлайн бизнесу в сфере туризма автоматизировать до 80% запросов туристов на 110 языках мира.
- b. Авиакомпания United Airlines проводит анализ данных своих клиентов по 150 параметрам, в том числе предыдущие приобретения билетов, направление поездок, и другие данные. Используя полученную информацию, компания за считанные секунды настраивает свой сервис под конкретного клиента. При этом меняется дизайн и текст обращения к нему, что значительно увеличивает их конверсию.¹⁶

¹⁶ Rusbase, Как VR и другие технологии меняют туристический бизнес, <https://rb.ru/longread/turizm-v-cifre/>

BIG DATA И ОБЛАЧНЫЕ ВЫЧИСЛЕНИЯ (CLOUD COMPUTING)

Анализируя данные о прошлом опыте путешествий, отели и туристические компании могут предоставить клиентам индивидуальные рекомендации и значительно помочь в процессе принятия решений. Системы, настроенные на принятие таких решений, позволяют туристическим компаниям предлагать наиболее выгодные маршруты, как для них, так и для клиентов.

Это позволяет разделять путешественников по нескольким критериям, таким как предпочтение в отношении стоимости или предпочитаемого места отдыха, интересы и многое другое. Это способствует созданию персонализированных маркетинговых и рекламных кампаний по каждому сегменту и открывает больше возможностей для ведения и развития бизнеса.

Первый раз об облачных технологиях заговорили еще в 1960 году, но активно внедряться они начали только к 2006 году, когда компания Amazon начала предоставлять клиентам доступ к удаленным вычислительным ресурсам.¹⁷

Предприятия, внедрившие облачные технологии, получают ряд конкурентных преимуществ, к основным из которых относятся:

- ▶ экономия средств, необходимых на приобретение и

обслуживание собственных вычислительных сетей;

- ▶ постоянный и совместный доступ к данным с любого устройства, имеющего выход в Интернет;
- ▶ сохранность и надежная защита данных квалифицированным персоналом провайдера облака.

Согласно отчету «The Digitization of the World» консалтинговой компании International Data Corporation, к 2025 году 49% мирового объема данных будет располагаться на публичных облачных ресурсах.

Тогда как по итогам 2019 года в Казахстане в среднем по отраслям экономики только 9% предприятий использовали облачные ИТ услуги (Cloud services) через сеть Интернет.¹⁸

В сфере туризма облачные ИТ-услуги через сеть Интернет используют 7,3% компаний отрасли, на 1,4 процентных пункта выше уровня 2018 года.

¹⁷ IDC, The Digitization of the World From Edge to Core, <https://www.seagate.com/files/www-content/our-story/trends/files/idc-seagate-dataage-whitepaper.pdf>

¹⁸ Выборочное исследование «Использование ИКТ на предприятиях», Информационно-аналитическая система «Талдау» Комитета по статистике МНЭ РК, <https://taldau.stat.gov.kz/ru/Search/SearchByKeyWord>

Диаграмма 9.

Доли компаний сферы туризма РК, использующих облачные ИТ-услуги через сеть Интернет, по итогам 2019 года.



ИСТОЧНИК: Комитет по статистике МНЭ РК.

Облачные ИТ-услуги активнее используют компании, которые предоставляют услуги по бронированию билетов и номеров гостиниц, а также сопутствующие

услуги (23% компаний от числа отчитавшихся). Остальные отрасли имеют значительно меньший уровень использования данной технологии.

МОБИЛЬНЫЕ ПРИЛОЖЕНИЯ

Независимо от того, какую транспортную или туристскую услугу предлагает та или иная компания, она должна организовать свое мобильное присутствие в Интернете. Компании через смартфоны должны предоставить своим клиентам свободный доступ к максимально полному спектру услуг, например, к тур-навигатору по историческим местам и объектам социальной инфраструктуры.

Активно эта технология применяется компаниями индустрии туризма для предоставления возможности клиентам бронирования

билетов, туров и оплаты услуг. В гостиницах посетители могут забронировать вспомогательные услуги, такие как SPA, такси, развлекательные мероприятия, меню из ресторана, обслуживание в номерах и т. д. через мобильное приложение, а не пользоваться традиционным обслуживанием через персонал.

Большинство мобильных приложений выполняют одну или несколько функций сервисного обслуживания.

Однако сегодня, потребители туристских услуг хотят видеть в

одном приложении весь набор востребованных сервисов. Например, согласно исследованию компании OAG, более 78% постоянно путешествующих туристов, желают видеть в мобильном приложении сервис, который

спрогнозирует задержку или отмену рейса, 75% хотят в режиме реального времени определять время приземления лайнера, для 59% важно наличие сервиса оплаты покупок в аэропорту, доставки напитков и еды в зал ожидания.¹⁹

STARLINK И 5G/6G

К 2030 году сети нового поколения сверхбыстрой беспроводной связи 5G станут повсеместными и уже появятся стандарты 6G. Это позволит приблизить вычислительные мощности к периферии сети и сократить время обработки данных при использовании сложных алгоритмов вычислений

Распространение 5G создаст основу для еще большего распро-

странения в сфере туризма мониторинговых устройств, генерирующих в реальном режиме времени интеллектуальные данные. А всемирный охват Starlink, обеспечив доступ к высококачественному интернету в любой точке мира, объединит миллиарды пользователей в глобальное кибернетическое сообщество будущего. Что, в свою очередь, окажет влияние на повышение качества и эффективность управления бизнесом.

БЛОКЧЕЙН

Главной особенностью технологии блокчейн является применение алгоритмов математических расчетов для принятия решения при максимальном исключении влияния человеческого фактора.

Благодаря возможностям технологии блокчейн автоматически контролировать, записывать и хранить информацию о цифровых сделках, расширились сферы

ее применения: от размещения информации личного характера, до хранения данных всех этапов деятельности компаний.

Данная технология разрабатывалась для решения проблем доверия между клиентами, поэтому в туризме она используется для повышения репутации и сохранности конфиденциальной информации о туристах и видах предоставляемых услуг.

¹⁹ Rusbase, Как VR и другие технологии меняют туристический бизнес, <https://rb.ru/longread/turizm-v-cifre/>

Блокчейн позволяет туристам контролировать операции по платежам ведь средства по оплате направляются непосредственно тем компаниям (отелям, транспортным компаниям и др.), с которыми заключается договор на предоставление услуги. Тем самым образуется система децентрализованных и прозрачных транзакций.

Страхование туристов во время путешествий также является перспективным направлением для внедрения технологии распределенных реестров. Процесс получения компенсации за отложенный или отмененный рейс, ча-

сто сопряжен с большим числом проблем для путешественников в виде потери времени и даже денег.

На помощь в этой ситуации могут прийти смарт-контракты, специфика которых позволяет автоматически выплачивать пострадавшим туристам страховые компенсации. Однако масштабному внедрению блокчейна в сфере туризма, препятствует отсутствие достаточного числа квалифицированных специалистов в этой области, низкий уровень осведомленности руководителей компаний о предоставляемых блокчейном возможностях.

компаний составили 1,5 трлн. долларов, то к 2022 году размер глобального ущерба от киберпреступности может составить 8 трлн. долларов.²⁰

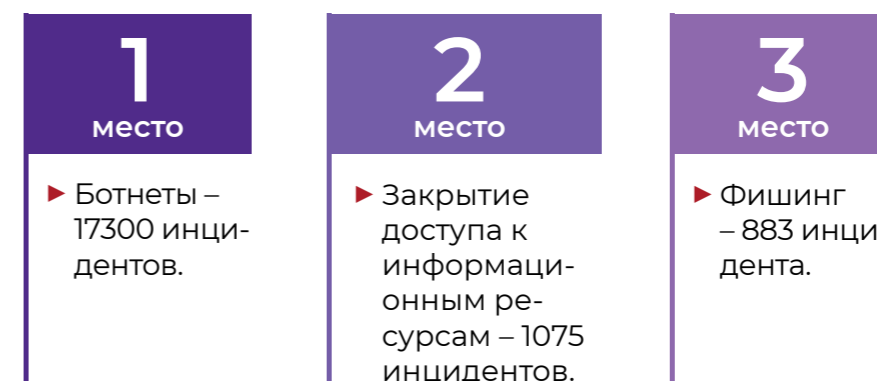
Проблемам информационной безопасности, повышению степени защиты информационно-коммуникационной инфраструктуры от несанкционированных угроз, Правительством Казахстана уделяется большое внимание – были разработаны базовые подходы к развитию сферы кибербезопасности, утверждены единые требования в области ИКТ и обеспечения

информационной безопасности, внедрена концепция «Киберщит Казахстана».

Согласно официальному отчету Международного союза электросвязи, в 2018 году Казахстан вошел в топ-40 стран международного рейтинга киберготовности. За год Казахстан переместился с 83 на 40 место.²¹

По информации KZ-Cert, в Казахстане за 2019 год было выявлено 20,8 тыс. несанкционированных доступов к базам данных, что на 1,8% превышает уровень 2018 года.

Наибольшая активность была зафиксирована со стороны следующих атак:



Несколько меньшее распространение получили такие инциденты, как вредоносное программное обеспечение, взломы интернет-ресурсов, отказ в обслуживании (DDoS-атаки).²² Для предотвращения несанкционированного доступа к информационным системам или минимизации объемов ущерба при его возникновении, компаниям индустрии туризма необходимо не только серьезно подходить к

выбору средств защиты информационных баз, но и постоянно повышать квалификацию соответствующих категорий специалистов.

На текущий момент компании в Казахстане продолжают ощущать нехватку специалистов, обеспечивающих безопасность баз данных, а спрос на специалистов по информационной защите с каждым годом будет только увеличиваться.

²⁰ Альманах Кибербезопасности 2019 Года: 100 Фактов, Цифр, Прогнозов И Статистики, cybersecurityventures.com/cybersecurity-almanac-2019/

²¹ Global Cybersecurity Index (GCI), https://www.itu.int/dms_pub/itu-d/opb/str/D-STR-GCI.01-2018-PDF-E.pdf

²² KZ-CERT - Служба реагирования на компьютерные инциденты, https://cert.gov.kz/press_club/infographics

3 ТРЕНД РОСТ ЧИСЛА КИБЕРАТАК И УВЕЛИЧЕНИЕ РАЗМЕРОВ ПРИЧИНЯЕМОГО ИМИ УЩЕРБА

Использование современных технологий и масштабная цифровизация повышают вероятность несанкционированного доступа к базам данным туристских компаний с целью кражи денег и конфиденциальной информации или с целью вымогательства.

Эксперты по кибербезопасности отмечают, что половина всех атак в последние годы совершается против малого бизнеса, причем 60% компаний после такого нападения в течение полугода закрывают свою деятельность.

Оценить возможность угрозы со стороны злоумышленников достаточно сложно. Еще сложнее

дать объективную оценку последствиям потенциально возможной атаки.

Согласно информации экспертов по кибербезопасности Cybersecurity Ventures, в 2018 году число вымогателей возросло в 3,5 раза. И если в 2016 году кибератаки в мире происходили каждый 40 секунд, то в 2019 году – каждые 14 секунд, а к 2021 году их частота возрастет до 11 секунд.

С ростом числа кибератак возрастает и размер причиняемого ими ущерба. По оценкам экспертов, ущерб от вымогательства в 2021 году увеличится в 57 раз по сравнению с 2015 годом. Если в 2018 году убытки

4.3. ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ РЕСУРСАМИ ОТРАСЛИ

Повышение эффективности управления ресурсами отрасли в ближайшие 10-15 лет, по мнению экспертов, будет оказывать сильное влияние на развитие отечественного туризма.



ПРИМЕР ПРОЯВЛЕНИЯ ТРЕНДА:

В декабре 2019 года было осуществлено хакерское нападение на системы международного аэропорта Олбани, который находится рядом с Нью-Йорком. В результате атаки на сервера компании, некоторые наиболее важные системы аэропорта вышли из строя. Чтобы возобновить работу компании пришлось заплатить выкуп, причем страховка не покрыла сумму нанесенного ущерба.²³

Материальные, производственные, технологические, человеческие и другие ресурсы являются фундаментом деятельности любой отрасли или компании. Однако ресурсы не могут быть безграничными и ими нужно уметь правильно распоряжаться.

Повышение эффективности управления ресурсами, по мнению экспертов отрасли, происходит под влиянием роста потребности в развитии агрегированных площадок, предлагающих отели, туры и авиабилеты по всему миру. Сегодня компании туриндустрии все активнее на-



²³ <https://travelvesti.ru/novosti/vsled-za-covid-19-turizm-atakuyut-khakery.html>

чинают внедрять современные методы маркетингового продвижения своих продуктов и услуг.

Однако, по данным Комитета РК по статистике, не все компании отрасли имеют бизнес-аккаунты в соцсетях, не говоря уже о собственных веб-сайтах.

Наиболее активно используют Интернет для продвижения ком-

пании, предоставляющие услуги временного проживания. Но даже в отельном бизнесе только 25% гостиниц предоставляют клиентам возможность онлайн бронирования номеров. При этом большая часть компаний отрасли, которые оснащены интернет-маркетинговыми способами продвижения продукта (веб-сайт или соцсети), получают заказы на свои услуги.

Диаграмма 10.

Доли компаний сферы туризма РК, использующих Интернет-ресурсы для продвижения своих услуг.



ИСТОЧНИК: Комитет по статистике МНЭ РК.

Развивать и продвигать собственные интернет-сайты, конечно же, компаниям необходимо, но можно объединив усилия, создать единый инструмент продвижения туристских услуг на внутреннем и, что самое главное, на внешнем рынке.

Наиболее мощным маркетинговым решением будет создание централизованных онлайн-тревел-агентств (ОТА), площадки которых будут объединять всех участников рынка – турагентов

и туроператоров, компании по бронированию билетов, отелей, транспортные компании, объекты в области искусства и развлечения и т.д.

Эти площадки смогут предлагать туристам различные варианты авиаперелетов, проживания в гостиницах, аренду транспорта, туры и экскурсии.

А главное, клиент сможет на одной площадке, сравнивая цены компаний, в рамках своего бюд-



жета или личных предпочтений подобрать наиболее подходящий именно для себя вариант перелета, выбрать номер в гостинице и сформировать пакет туристских

услуг, забронировать или сразу же оплатить его. Для того, чтобы реализовать данный проект, естественно будут нужны специалисты со знаниями в области ИТ.

ПРИМЕР ПРОЯВЛЕНИЯ ТRENDA:

Одним из ведущих игроков на отечественном рынке сферы туризма является онлайн-тревел-агентство Tickets.kz, которое входит в состав международного ОТА Tickets Travel Network (TTN). Только за 2 года компания заняла более 25% рынка онлайн-бронирования.²⁴

²⁴ В чем преимущества онлайн-тревел-агентств перед традиционными туроператорами, <https://tengrinews.kz/travel/chem-preimuschestva-onlayn-trevel-agentstv-traditsionnyimi-336951/>

4.4. ПОВЫШЕНИЕ ТРЕБОВАНИЙ К ЭКОЛОГИЧНОСТИ ПРЕДОСТАВЛЯЕМЫХ УСЛУГ

Повышение требований к экологичности предоставляемых услуг в ближайшие 10-15 лет, по мнению экспертов отрасли, будет оказывать в равной степени сильное и среднее влияние на развитие индустрии туризма в Казахстане.



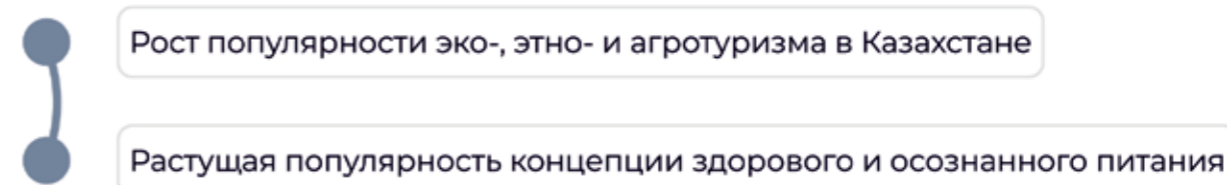
По оценкам экспертов, туризм формирует 5% глобальных выбросов CO₂, 40% из которых принадлежат авиаперевозкам,

20% — гостиницам и другим местам временного проживания, а еще 40% — остальным видам транспорта и услугам досугового

направления.²⁵ Стратегическим приоритетом большинства стран в последние годы становится концепция перехода к устойчивому развитию - интеграции экологической безопасности с сбалансированным развитием экономики.

Ускорению этого процесса способствует использование потенциала новейших технологий, которые не только снижают негативное воздействие на окружающую среду, но и повышают эффективность использования природных ресурсов.

Реализация концепции перехода туристской отрасли к устойчивому развитию происходит под влиянием следующих трендов:



ТРЕНД РОСТ ПОПУЛЯРНОСТИ ЭКО-, ЭТНО- И АГРОТУРИЗМА В КАЗАХСТАНЕ

Экотуризм, туры на природу — востребованные направления как во всем мире, так и в нашей стране. Ежегодно число туристов, предпочитающих отдых в экологически чистых зонах,кратно растёт.

Согласно отчету «Глобальные тренды поисковых запросов», представленному Международным независимым институтом аграрной политики (МНИАП), количество запросов, связанных с экологическим туризмом и

²⁵ Всемирная конференция «Туризм и энергия будущего», <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419517>

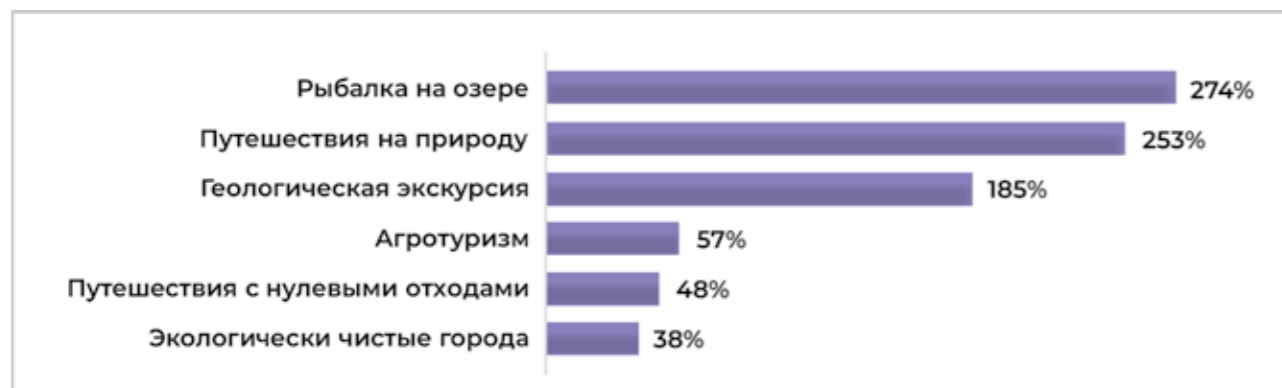
отдыхом на природе, в поисковых системах имеет тенденцию роста.

Так количество запросов «рыбалка на озере» выросло в 2,7 раза, «путешествия на приро-

ду» – в 2,5 раза, «геологическая экскурсия» – в 1.9 раза, «агротуризм» – на 57%, «путешествия с нулевыми отходами» – на 48%, а «экологически чистые города» – на 38%.²⁶

Диаграмма 11.

Рост количества глобальных запросов, связанных с экологией, в 2020 году.



ИСТОЧНИК: МНИАП «Глобальные тренды поисковых запросов»

Современные путешественники более экологичны, чем когда-либо. Они предпочитают пешие прогулки поездкам на автомобиле, употребляют только натуральные продукты, заботятся об охране окружающей среды.

Авиакомпании, туроператоры, фирмы по прокату автомобилей, отели тоже подхватили тему экологичности и начали развивать свой бизнес в этом направлении.

Например, компании по прокату автомобилей уже сейчас предлагают, а порой и специализируются, на электромобилях и велотранспорте. Отели и курорты с акцентом на устойчивые технологии появляются во всем мире.

ГЛАВНОЕ ОТЛИЧИЕ ЭКОЛОГИЧНЫХ ОТЕЛЕЙ ОТ ТРАДИЦИОННЫХ — ОНИ РАСПОЛАГАЮТСЯ ТАМ, ГДЕ ГОСТЯМ ОБЕСПЕЧИВАЕТСЯ ОТДЫХ НА СВЕЖЕМ ВОЗДУХЕ, ПРЕДЛАГАЮТСЯ НАТУРАЛЬНЫЕ ПРОДУКТЫ, А В ОТДЕЛКЕ НОМЕРОВ ИСПОЛЬЗУЮТСЯ ТОЛЬКО ЭКОЛОГИЧЕСКИ ЧИСТЫЕ МАТЕРИАЛЫ.

В мировой туристической индустрии известны такие отели, где нет возможности воспользоваться сотовой связью, а иногда и электричеством, где вода подогревается солнечными лучами и используются средства личной гигиены, не наносящие вред окружающей среде.

²⁶ МНИАП, Глобальные тренды поисковых запросов, <http://xn--80aplem.xn--plai/analytics/Globalnye-trendy-poiskovyh-zaprosov/>

ПРИМЕР ПРОЯВЛЕНИЯ ТRENDA:

Популярным местом для посещения экотуристами в Казахстане является Кызыларай. Туристы при желании могут расположиться в казахской юрте и познакомиться с бытом местного населения.

Наблюдается большой интерес со стороны туристов к Чарынскому Каньону, расположенному в 200 км от Алматы. Это уникальное место с поющими песками и причудливыми скалами в форме замков, часто сравнивают с Гранд Каньоном в Аризоне.

Охота с хищными птицами сегодня выходит на лидирующие позиции среди турпродуктов. Туристы из-за рубежа специально приезжают в нашу страну, чтобы научиться этому виду охоты.

2 ТРЕНД РАСТУЩАЯ ПОПУЛЯРНОСТЬ КОНЦЕПЦИИ ОСОЗНАННОГО И ЗДОРОВОГО ПИТАНИЯ

Здоровый образ жизни и осознанный выбор продуктов питания становится глобальным трендом. Люди сегодня стали серьезнее относиться к своему здоровью, правильно планировать свой рацион питания, и в путешествиях они также хотят его придерживаться.

Индустрия туризма не может оставаться в стороне и не учитывать влияние этой тенденции. Поэтому для данной категории клиентов, туркомпании разрабатывают предложения, ори-

ентированные на включение в рацион питания только полезных, натуральных и свежих продуктов, а также предлагают отдельное питание для тех, кто находится на специальных диетах.

Отели и курорты стали объединять здоровье и отдых с инновационной новой кухней, часто с акцентом на свежие местные ингредиенты и региональные рецепты. Некоторые курорты акцентируют внимание на конкретных целях, например, на снижении веса.

4.5. ИЗМЕНЕНИЕ ЗАПРОСОВ ПОКОЛЕНИЯ СПЕЦИАЛИСТОВ Y И Z

Изменение запросов нового поколения специалистов Y и Z в ближайшие 10-15 лет будет оказывать в равной степени среднее и сильное влияние на развитие сферы туризма в Казахстане.



Молодежь, которая родилась в эпоху компьютеров, интернета и социальных сетей, имея совершенно другие ценности и модели поведения по сравне-

нию с предыдущими поколениями, сегодня начинает занимать все более активную позицию на рынке труда. При этом работодатели все чаще стали испытывать

трудности с наймом на работу молодых специалистов. Молодое поколение более требовательно к условиям и оплате труда, оснащенности рабочего места, возможности продвижения по карьерной лестнице и т.д. Изменение запросов нового поколения специалистов, по мнению экспертов отрасли, происходит под влиянием роста потребности в персонале, владеющим компетенциями смежных профессий.

Туризм – это одна из немногих индустрий, в которой в большей мере работает молодежь. Это является важным фактором, так как внедрение новейших технологий требует продвинутых знаний компьютерных программ. А именно молодежь наиболее быстро способна овладевать такими навыками. При этом молодежь в поиске своего призвания не стремится сегодня долго задерживаться на одном рабочем месте, что негативно сказывается на эффективности бизнеса и качестве услуг. Работодателям приходится заново переучивать нового специалиста, а иногда сталкиваться с ситуацией, когда

нет подходящей кандидатуры и уволившегося сотрудника нечем заменить.

В такой ситуации работодатели вынуждены самостоятельно готовить специалиста, обладающего максимальным количеством профессиональных компетенций, чтобы при необходимости выполнять обязанности, выходящие за рамки своих основных должностных обязанностей.

Эксперты отрасли даже называют менеджера по туризму «человеком-оркестром», который знает и умеет делать все – вести переговоры с клиентом, настраивать рекламу на сайте, встречать и провожать туристов, владея несколькими языками, выступать в роли переводчика.

Освоение смежных специальностей помогает компаниям так распределить рабочую нагрузку на персонал, чтобы максимально загрузить работой каждого сотрудника и оперативно решать вопросы замены одних работников другими.



4.6. ИЗМЕНЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ

Изменение потребительских предпочтений в ближайшие 10-15 лет будет оказывать сильное влияние на развитие сферы туризма в Казахстане



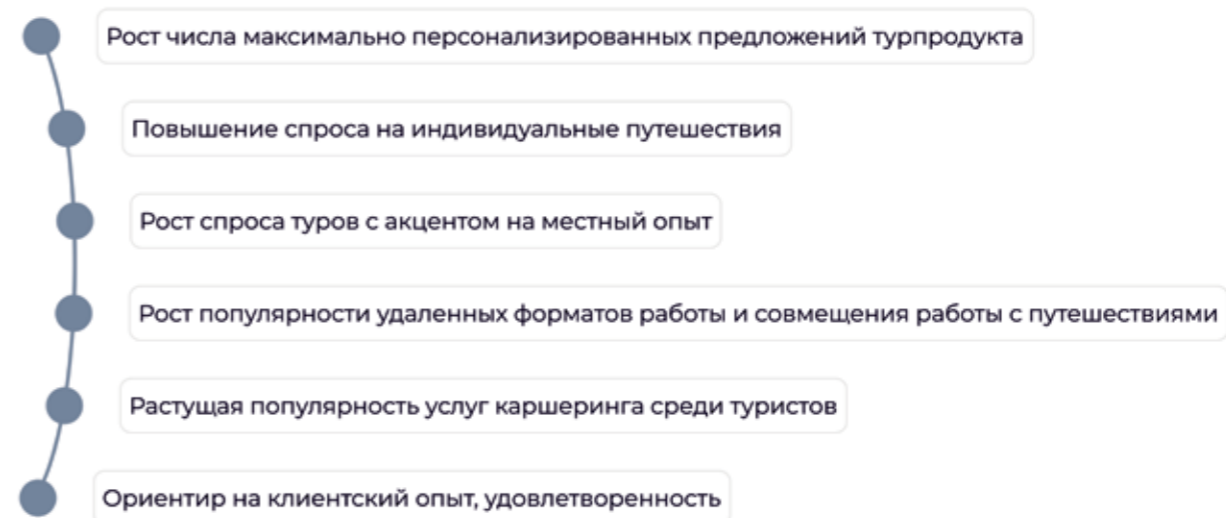
В последнее время все чаще и чаще стало подчеркиваться, что компании, предоставляющие услуги населению, должны ори-

ентироваться на потребителей, их запросы, привычки и пожелания. Для компаний это означает поиск новых возможностей, рас-

ширение ассортимента услуг и повышение качества сервиса для удовлетворения новых потребностей своих клиентов. Те компании,

которые не подхватят этот тренд и не станут меняться, вероятнее всего окажутся в какой-то момент не востребованными на рынке.

Изменение потребительских предпочтений в сфере туризма, по мнению экспертов отрасли, происходит под влиянием следующих трендов:



ТРЕНД РОСТ ЧИСЛА МАКСИМАЛЬНО ПЕРСОНАЛИЗИРОВАННЫХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ ТУРПРОДУКТА

Маркетинг в сфере путешествий в последнее время все активней опирается на данные, касающиеся конкретного потенциального клиента. Информация о наиболее часто посещаемых сайтах, предыдущих покупках и т.д. используются для адаптации рекламы и ее продвижения в отношении именно этого клиента.

В качестве примера можно привести целевые объявления или рекламу, которые появляются в веб-браузере потенциальных туристов. Им могут быть предложены скидки на авиабилеты, гостиничные номера, полезные советы, в зависимости от того, чем они больше всего интересовались в последнее время.

2 ТРЕНД ПОВЫШЕНИЕ СПРОСА НА ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ПУТЕШЕСТВИЯ

Раньше на отдых чаще всего отправлялись семьями или небольшими компаниями. Хотя это по-прежнему остается актуальным для многих, все больше и больше людей предпочитают путешествовать самостоятельно.

Путешествие в одиночку больше не является чем-то необычным, и туристические тенденции все чаще отражают это.

Согласно отчету «Глобальные тренды поисковых запросов», представленному МНИАП, коли-

чество запросов в поисковых системах «Одиночные путешествия» за истекший период 2020 года увеличилось на 49%.²⁷

Потребности индивидуальных путешественников разнообразны. Некоторые просто хотят путешествовать, не отвлекая попутчика. Другие используют эту возможность для расширения круга друзей, а иногда как альтернативу традиционному уходу за престарелыми. Эта тенденция в туризме, по мнению экспертов, будет расти и развиваться.

3 ТРЕНД РОСТ СПРОСА ТУРОВ С АКЦЕНТОМ НА МЕСТНЫЙ ОПЫТ

Если раньше путешественники старались оставаться в пределах курорта, потреблять знакомую им еду, общаться в основном со своими соотечественниками, то современные путешественники теперь стремятся к общению с людьми, культурами и ландшафтами стран, которые они посещают.

Местная еда – ключевая особенность многих поездок, люди стремятся попробовать что-то новое. Культурный опыт является кульминацией многих путешествий, и современные путешественники стремятся стать свидетелями традиций народа, населяющего территорию, а также принимать в них участие.

²⁷ МНИАП, Глобальные тренды поисковых запросов, <http://xn--80aplem.xn--plai/analytics/Globalnye-trendy-poiskovyh-zaprosov/>

4 ТРЕНД РАСТУЩАЯ ПОПУЛЯРНОСТЬ УДАЛЕННЫХ ФОРМАТОВ РАБОТЫ И СОВМЕЩЕНИЯ РАБОТЫ С ПУТЕШЕСТВИЯМИ

Сегодня значительно большее количество людей работают дистанционно, чем несколько лет назад.

Этот тренд будет только нарастать – скайп и подобные ему приложения видеоконференций доказали, что для эффективных совещаний с коллегами или переговоров с клиентами совершенно необязательно находиться в одном помещении. Набирающая популярность версия

путешествий в свободное время – это феномен «цифрового кочевника».

Фрилансеры, число которых также растет, или наемные работники с удаленным режимом работы, не привязанные к конкретному рабочему месту, могут свободно путешествовать по миру с ноутбуком.

Особенно распространен этот вид туризма среди поколения миллениалов.

5 ТРЕНД РАСТУЩАЯ ПОПУЛЯРНОСТЬ УСЛУГ КАРШЕРИНГА СРЕДИ ТУРИСТОВ

Стремительно растет число пользователей сервиса краткосрочной аренды автомобиля – каршеринг. Услуга доступна туристам в любое время суток, в любой день недели. Стоянки обычно располагаются в самых оживленных местах города. Главная идея для турбизнеса состоит в том, что поездка на «каршерингом» авто должна стоить меньше такси. Обычно используется модель так называемого мобильного

каршеринга, который подразумевает поездки без возврата автомобиля на каршеринг-стоянку. Однако отельеры могут создавать собственные специализированные сервисы на базе компании для совместного пользования автомобилями его постояльцами. Но для этого необходимо предоставить возможность для регистрации иностранцев в мобильных приложения операторов каршеринга.

6 ТРЕНД ОРИЕНТИР НА КЛИЕНТСКИЙ ОПЫТ, УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ

Обогащение опыта клиентов имеет жизненно важное значение в современной индустрии путешествий и туризма. У клиентов больше возможностей, чем когда-либо, поэтому обеспечение лояльности и удовлетворенности становится все более важным.

Имеющиеся в распоряжении участников туристского рынка стратегии и технологии, играют важную роль в создании положительного потребительского опыта. От чат-ботов, которые использовались при бронировании поездки, до предлагаемой еды, интеллектуальных устройств в гостиничном номере и приложений AR, которые помогают гостям ориентироваться в пунктах

назначения – все это связано с улучшением восприятия клиентом своего путешествия или пребывания.

При принятии новой стратегии развития важно спросить: «Как это может улучшить качество обслуживания клиентов?». Таким образом, ключевым трендом становится акцент на формирование позитивной обратной связи от клиентов, путем удовлетворения их потребностей.

На отечественный туризм пока не оказывают сильного влияния следующие мировые тренды индустрии туризма. Однако, в будущем они также станут актуальными и для наших туристов.

Рост спроса на виртуальные путешествия

Увеличение числа возрастных путешественников

Рост спроса на путешествия вместе с домашними питомцами

Повышение спроса на космический туризм

7 ТРЕНД РОСТ СПРОСА НА ВИРТУАЛЬНЫЕ ПУТЕШЕСТВИЯ

В последнее время отмечается повышение спроса на виртуальные путешествия, с помощью которых можно, находясь даже у себя в квартире, «посетить» любой уголок Земли. **Новейшие технологии виртуальной и до-**

полненной реальности дают возможность побродить по уютным улочкам Висбадена, посетить Ниагарский водопад или выставку в Лувре, узнать, как выглядели раньше Древние руины Греции.



8 ТРЕНД УВЕЛИЧЕНИЕ ЧИСЛА ВОЗРАСТНЫХ ПУТЕШЕСТВЕННИКОВ

Современные пенсионеры, особенно из развитых стран, все активнее стали уделять внимание активным видам отдыха и путешествиям. Это ставит отрасль перед необходимостью развития спектра услуг для возрастных клиентов, зачастую которым требуется сопровождение, оказание специальных

услуг, в том числе медицинских. Согласно публикации компании Booking.com, лидера на мировом рынке онлайн-бронирования путешествий, 64% опрошенных респондентов из РФ, считают путешествие после выхода на заслуженный отдых замечательным вариантом разнообразить свободное время.²⁸

9 ТРЕНД РОСТ СПРОСА НА ПУТЕШЕСТВИЯ ВМЕСТЕ С ДОМАШНИМИ ПИТОМЦАМИ

Домашние животные уже давно стали равноправными членами семей. Поэтому не удивительно, что в последние несколько лет путешественники при выборе мест размещения обращают внимание на возможность заселения их вместе с питомцами.

Таким «постояльцам» предлагают самые разные услуги, среди которых бесплатные лежанки для собак, SPA, специальное обслуживание номеров и даже рестораны для домашних животных.

Если раньше этот тренд был актуальным только в странах Западной Европы, США и других стран,

то сегодня он завоевывает и российский туристский рынок. Исследование, инициированное компанией Booking.com, показало, что для 32% респондентов из числа опрошенных россиян-владельцев домашних животных, важным фактором принятия решения о путешествии, будет наличие услуг для размещения их питомцев.

Согласно данным «Глобальных трендов поисковых запросов», представленных МНИАП, количество запросов в поисковых системах «Курорт для домашних животных» за истекший период 2020 года увеличилось в 2,3 раза.²⁹



10 ТРЕНД ПОВЫШЕНИЕ СПРОСА НА КОСМИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ

Во всем мире посещение закрытых космических стартовых площадок вызывает колоссальный интерес.

Для Казахстана же развитие космического туризма может стать новым, уникальным направлением, а предпосылки для его развития в нашей стране огромные.

Тем более, что Правительство Казахстана уделяет развитию космического туризма повышенное внимание.

Также к числу важных трендов, которые уже в ближайшие 10-15 лет будут оказывать влияние на развитие отечественного рынка

туристских услуг, можно отнести следующие:

- ▶ Рост мобильности населения (легко снимаются с места, принимают решения).
- ▶ Рост числа краткосрочных поездок, например, на выходные дни.
- ▶ Увеличение количества путешествий, совершаемых в течение года.
- ▶ Увеличение чека туристских расходов.
- ▶ Повышение спроса на нетрадиционные средства размещения (горные шале, охотничьи домики, бунгало и др.

²⁸ Booking.com, Главные тренды в сфере путешествий на 2020-й год, <https://news.booking.com>

²⁹ МНИАП, Глобальные тренды поисковых запросов, <http://xn--80aplem.xn--plai/analytics/Globalnye-trendy-poiskovyh-zaprosov/>



БУДУЩЕЕ
НЕ ЗА ГОРАМИ.
КАКИМ ОНО БУДЕТ
ДЛЯ СФЕРЫ
ТУРИЗМА?

5.





В мире, который меняется с невероятной скоростью, то, что казалось невозможным совсем недавно, через несколько лет может легко войти в нашу повседневную жизнь. Основой такой трансформации являются инновационные технологии. А как они изменят сферу туризма?

Туризм будущего — это прорывное развитие Интернета-вещей, которое проявится особенно ярко в персональных гаджетах и продвинутых технологиях, установленных в аэропортах, отелях и местах отдыха, которые способны полностью организовать любое путешествие практически без участия самого туриста.

Давайте попробуем представить, каким будет путешествие для среднестатистического туриста в 2035 году.

Как известно, любое путешествие начинается с подбора, бронирования и оплаты тура.

Традиционные турпакеты уже не пользуются такой популярностью, как раньше. На смену им пришли индивидуальные предложения, максимально отвечающие потребностям и предпочтениям каждого туриста – от выбора маршрута путешествия, до заказа диетического питания в ресторане.

Забронировать и оплатить путешествие турист может за несколько минут, не выходя из дома, на онлайн-тревел-платформе, так как физических офисов турагентств и туроператоров уже давно нет – вся их работа переведена в онлайн пространство. Только элитный сегмент туризма обслуживается личным консультантом по путешествиям.

Сервис онлайн-тревел-платформы, где представлены все ведущие игроки туристической индустрии (авиаперевозчики, гостиницы, туроператоры, объекты развлечения и др.), имеет в своем распоряжении такой портрет потенциального туриста, что моментально выдает наиболее подходящие для него предложения туристических направлений.

Информация для такого портрета собирается на основе наиболее часто посещаемых туристом сайтов или тематических групп в соцсетях, предыдущих путешествиях и совершаемых покупках, его хобби и интересов.

Сервис знает и о том, любит ли он смотреть фильмы дома в кругу семьи или предпочитает отправиться в другой город или даже страну на финал чемпионата мира по футболу. Порой создается впечатление, что сервис такой платформы больше понимает, что хочет турист, чем он сам.

«Умный» функционал персональных гаджетов, помогает проанализировать доступные суммы на счетах путешественника; все ли в порядке с его документами; где можно купить билеты со скидкой; на какие отели в этом сезоне лучшее ценовое предложение; что можно посмотреть, куда сходить; какой будет погода и еще миллион важных характеристик. Здесь же можно произвести оплату за сформированный пакет услуг.

Выбирая себе номер в отеле, турист с помощью встроенного виртуального сервиса просматривает свободные на момент путешествия номера, подбирая наиболее комфортную для себя обстановку, вплоть до цвета стен и портьер на окнах.



БУДУЩЕЕ НЕ ЗА ГОРАМИ. КАКИМ ОНО БУДЕТ ДЛЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА?

Какой будет индустрия туризма будущего? Не через пару лет, а лет так через 10-15? Какие тренды окажут наибольшее влияние на сферу туризма? Какие инновации Четвертой промышленной революции придут на рынок туризма и упрочат на нем свои позиции, а каким так и не удастся завоевать его?

И вот путешествие выбрано и оплачено, чемоданы собраны...

Турист отправляется в аэропорт, где процедура прохождения таможенного контроля настолько упрощена с помощью технологии биометрической идентификации, интегрированной с мобильным приложением и электронным билетом, что туристу даже нет необходимости предоставлять свои документы. Регистрация на самолет занимает пару минут, ведь личность его установлена, информация о пути его следования уже находится в базе данных, а багаж моментально проверяется интеллектуальными датчиками на наличие предметов, запрещенных к перевозке. В это же время на багаж проставляются специальные цифровые метки, чтобы пассажир мог в режиме реального времени отслеживать его местонахождение, тем самым сводя к минимуму риск потери багажа.

По прибытию в пункт назначения **туристу автоматически на смартфон загружается тур-навигатор**, который, на понятном для него языке, помогает сориентироваться на новом месте, подсказывает, как добраться до бронированного отеля, какие места отдыха и развлечений посетить, где найти ресторан, например, с вегетарианской кухней.

Парк беспилотных автомобилей каршеринга ожидает туриста у выхода из аэропорта или железнодорожного вокзала, чтобы с комфортом доставить по указанному адресу. Все управление «умной» системой автомобиля осуществляется с помощью голосовых команд. Поездка по желанию клиента сопровождается или рассказом о достопримечательностях, которые в этот момент наблюдает турист, или созданием

комфортной, расслабляющей обстановки.

Вот и доставил беспилотный автомобиль нашего туриста до гостиницы, где его встречает или швейцар в ливрее, если был выбран элитный отель, специализирующийся на обслуживании посетителей классическим, в нашем понимании, персоналом, или робот-дворецкий, который уже запрограммирован так, чтобы поприветствовать гостей на их родном языке и подсказать, как пройти процедуру регистрации.

В тот самый момент, как турист оказывается в холле отеля, считываются его биометрические показатели, и он забывает даже о проблемах с багажом. Сервисный робот-носильщик незамедлительно доставляет багаж в бронированный для него номер или, если требуется, размещает его в камере хранения.

Стойка регистрации в гостинице больше напоминает место встречи уже давно знакомых людей, чем долгое ожидание заполнения регистрационных документов и выдачи ключа. Да и ключа, как такового уже нет. В свой номер турист попадает с помощью электронного ключа, установленного на мобильный телефон, или устройств биометрической идентификации, например, по отпечаткам пальцев.

Вся инфраструктура отеля оснащена большим количеством разнообразных мониторинговых датчиков, что делает пребывание туриста комфортным и совершенно безопасным. В гостиничных номерах встроены системы «умного» дома, которые регулируются с помощью устройств голосового управления или мобильного приложе-

ния. Наш турист легко управляет запахами и фоновой музыкой в номере. Уровень освещения и температура в номере устанавливается помощью сенсоров, которые автоматически считывают параметры его тела и подбирают комфортный режим. Гигантский телевизор уже заранее настроен на просмотр любимых фильмов и передач. Даже дизайн стен в номере турист подбирает по своему вкусу, например, выбирая для себя проекцию Ниагарского водопада или горных вершин Эвереста.

Сервисное обслуживание осуществляется с помощью встроеного помощника, который разбудит к назначенному времени и закажет транспорт, бронирует билет на голографическое шоу и даст распоряжение шеф-повару насчет изменения в меню. Эти интуитивно понятные и легко управляемые инновационные технологии делают пребывание туриста в гостинице комфортным и уютным, как дома.

Большое значение в отелях отводится вопросам новых санитарных норм и безопасности, как в самих номерах, так и в бассейнах, фитнес-центрах, спа-салонах и т.д.

Важная часть услуг в сфере туризма — это само путешествие, ради которого и была организована эта поездка. Каким же будет отдых туриста в 2035 году?

Активным или размеренным? Виртуальным или реальным? Какие появятся новые виды туризма, а какие получат наибольшую популярность?

Виртуальными турами в 2035 году уже никого нельзя удивить, они стали обычным явлением. Посе-

тить виртуальную экспозицию Дворца дождей в Венеции, словно под лупой рассмотрев каждое представленное полотно, быть свидетелем извержения Везувия, прокатиться по африканской саванне Серенгети, наш турист может, даже не выходя из дома, но при этом ощущая эффект реального присутствия в этих местах. А вот идея посещения иммерсивного шоу с эффектами голографии, его привлекает также сильно, как и тысячи туристов со всего света.

Конечно же виртуальный туризм никогда не заменит традиционного отдыха. Поэтому в 2035 году турист выбирает как привычные виды туров, например, экскурсии по местам исторического и культурного наследия или отдых на море, так и туры, ставшие популярными в последнее десятилетие.

Как известно, **к этому времени получил широкое распространение экологический туризм**, в котором все подчинено принципам натуральности и бережного отношения к природе, начиная от использования экологически чистых материалов при строительстве гостевых домов, до отказа от пластика и даже сотовой связи.

Аграрный туризм тоже находится в топ-5 рейтинга туристских направлений. Поэтому наш турист с удовольствием отправляется на прогулку по яблонево-му саду или винограднику, принимая участие в сборе урожая, посещает животноводческую ферму и узнает, как правильно ухаживать за новорожденным жеребенком.



В 2035 году этнотуризм также относится к числу наиболее часто заказываемых туров.

Знакомство с жизнью народностей, населяющих ту или иную местность, с их привычками, традициями и обрядами, становится все более востребованным видом туризма среди путешественников. Отправляясь в такое путешествие, турист хочет научиться устанавливать юрту, узнать секреты охоты бекрутчи, принять участие в свадебном обряде провода невесты. Ему интересно узнавать все то, что существенно отличается от его повседневной жизни.

Особое место в туризме будущего отведено людям с ограниченными возможностями по здоровью и возрастным путешественникам. Данная категория населения становится все более социально активной, поэтому инфраструктура туристских объектов оборудована всеми необ-

ходимыми приспособлениями для развития туризма доступного всем.

Турист 2035 года отдыхает часто, предпочитает короткие туры в менее популярные города, бронировать места не в элитном отеле, а в маленьком горном шале. Домашние животные также получают статус путешественников, так как отправляясь на отдых, турист не хочет надолго расставаться со своим питомцем.

Все эти тренды находят свое отражение, изменяя облик туристской инфраструктуры, от увеличения числа одноместных номеров и игровых комнат для детей, до организации мест размещения путешествующих животных.

По возвращению домой, турист оставляет отзыв о своем путешествии на онлайн-тревел-платформе, чтобы другие туристы, ознакомившись с ним, могли принять

правильное решение о выборе путешествия для себя.

Кто-то скажет, что это все из области фантастики. Нет, здесь представлено описание достаточно реальной картины будущего. Для мировых лидеров туристической индустрии все описанное выше — это не будущее, а настоящее или даже прошлое.

Такие страны, как Япония, Китай и др., уже предлагают туристам размещение в полностью роботизированных отелях. В мировой практике давно существуют онлайн-тревел-платформы для бронирования туров и бесконтактной их оплаты, используется биометрическая идентификация при прохождении таможенного контроля в аэропортах. Для этих гигантов туристической индустрии следующим витком развития станут полностью автономные и экологичные отели, капсульные или подводные гостиницы с 3D-принтерами в номерах и кроватями с возможностью выбора сна, благодаря нейротехнологиям, подключенным к ней. Туристам будут предлагаться полеты в стратосферу и даже их начнут отправлять в настоящее космическое путешествие.

Оценивая уровень развития туризма в нашей стране, можно отметить, он пока не настолько развит, чтобы сравнивать себя с мировыми лидерами туристической индустрии. Нам многое еще предстоит развивать или даже внедрять с нуля. Однако, тенденции развития отрасли в последние годы, вселяют оптимизм и дают надежду, что сфера отечественного туризма получит новый импульс развития уже в ближайшее время.

Из тех технологий, которые уже внедрены или еще только на-

чинают внедряться на рынке мирового туризма, в Казахстан, вероятнее всего, придут только некоторые из них в среднесрочной перспективе.

Давайте же тогда определимся, каким будет туризм будущего в Казахстане, какие технологии найдут реальное воплощение в сфере туризма до 2035 года.

Сфера туризма будет развиваться под влиянием расширения сфер автоматизации и внедрения искусственного интеллекта.

- ▶ Продвижение туристского продукта будет осуществляться через онлайн-тревел-платформы, объединяющие ведущих игроков рынка. Развитие таких платформ повысит узнаваемость Казахстана на мировом рынке туристической индустрии, что позволит привлечь новых путешественников внутреннего и даже въездного туризма.
- ▶ Будут повсеместно использоваться технологии бесконтактной и онлайн оплаты, которые упростят систему расчетов за предоставленные услуги. Особенно это важно будет в отношении иностранных туристов, что повысит их лояльность.
- ▶ Для привлечения и обслуживания туристов широко будут использоваться Big Data, технологии дополненной и виртуальной реальности. Это позволит предложить потенциальным клиентам максимально персонализированное предложение.
- ▶ Будут создаваться мобильные приложения тур-навигаторов для быстрого



ориентирования туристов в месте пребывания, а также для построения индивидуального маршрута путешествия.

- ▶ Прохождение таможенного контроля будет упрощено благодаря внедрению технологий биометрической идентификации, трекинг багажа будет осуществляться с помощью цифровых меток, предоставляемых автоматически в момент регистрации пассажира.
- ▶ Отельный бизнес постепенно, начиная с крупных компаний, будет внедрять концепцию «умной» гостиницы, используя мониторинговые датчики с целью повышения сервиса обслуживания и безопасности постояльцев, а также интеллектуальные сканеры и цифровые метки для учета товарно-материальных ценностей.
- ▶ Дроны и другие БПЛА будут постепенно проникать в сферу отечественного туризма в качестве средств панорамной съемки, доставки грузов в труднодоступные места, а также в целях повышения безопасности туристов во время путешествия. А в последствие

БПЛА смогут использоваться также и для организации экскурсий по воздуху.

- ▶ Крупные гостиницы начнут внедрять технологии виртуальной и дополненной реальности в виде справочных интерактивных табло.
- ▶ Сервисные роботы пока не получают масштабного внедрения, но крупные отели начнут их использовать на определенных участках работы, в большей степени с целью повышения интереса к себе со стороны постояльцев.

2. Основными направлениями развития туризма в Казахстане станут эко-, этно- и агротуризм.

- ▶ Значительное внимание будет отводиться развитию туристско-рекреационных зон и продвижению туристских дестинаций на внутреннем рынке страны и за рубежом.
- ▶ Основным принципом развития сферы туризма будет переход на зеленую экономику и достижение целей устойчивого развития. Компании турбизнеса, местное население и туристы, все вместе, бережно относятся к окружающей среде и забо-

тятся о сохранении национальной культуры.

- ▶ Будет отмечаться значительный рост популярности внутреннего туризма. Казахстан станет более узнаваем в мировой туристической индустрии, что будет способствовать постепенному росту числа посетителей въездного туризма.
- ▶ Сам туризм будет представлен двумя сегментами. Первый сегмент – массовый и доступный практически для каждого человека. Второй – элитный персонализированный турпродукт, дорогой по стоимости и связанный с участием личного менеджера на всех этапах обслуживания.
- ▶ Наибольшее распространение получают такие виды туризма, как экотуризм, этнотуризм и агротуризм. Также большое внимание будет уделяться развитию космического туризма (в виде посещения стартовой площадки Байконур).

3. Деятельность турагентств и туроператоров трансформируется и будет осуществляться в онлайн-пространстве.

- ▶ Деятельность турагентств и туроператоров полностью будет переведена в онлайн-пространство.
- ▶ Также произойдет их трансформация, выделится две категории: первая будет представлять техническое администраторов систем бронирования (администрирование технических вопросов онлайн бронирования, сервиса и продажи турпакетов на сайте турагентства), вторая – лич-

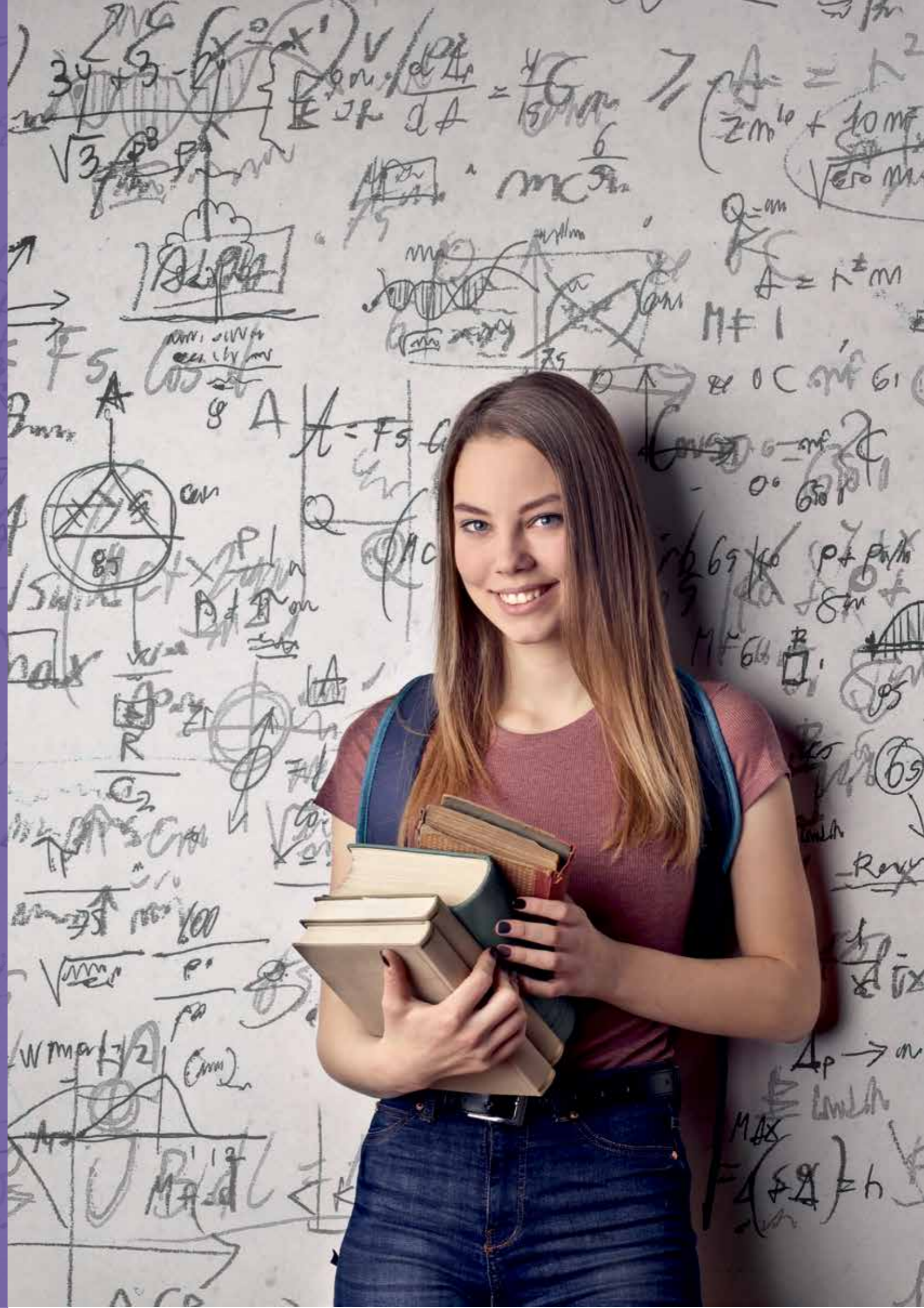
ного консультанта по путешествиям (персональное консультирование и подбор туров, работа в элитном сегменте и индивидуальных путешествий).

- ▶ Менеджер в сфере туризма будет превращаться в специалиста, который умеет все – вести переговоры с клиентом, настраивать рекламу на сайте, встречать и провожать туристов, владея несколькими языками, выступать в роли переводчика.
- ▶ Субъекты туристского бизнеса будут активно привлекать инвесторов для развития туристских дестинаций и местного ремесленничества, а также эффективно сотрудничать с учебными заведениями в подготовке квалифицированных специалистов для отрасли.

Подводя итоги, можно кратко обозначить образ будущего отечественной сферы туризма, как последовательно персонализированное направление услуг, в первую очередь в направлении эко-, этно- и агротуризма, опирающемся на личные потребности и интересы каждого отдельно взятого клиента, который может выбирать между созданием собственного туристического продукта путем автономного его формирования на онлайн-тревел-платформе и непосредственным обращением в туркомпанию за получением эксклюзивного обслуживания.



КАКИЕ НАВЫКИ И КОМПЕТЕНЦИИ НУЖНЫ ДЛЯ УСПЕШНОЙ КАРЬЕРЫ





КАКИЕ НАВЫКИ И КОМПЕТЕНЦИИ НУЖНЫ ДЛЯ УСПЕШНОЙ КАРЬЕРЫ

Все чаще работодателями и агентствами по трудоустройству стали применяться термины «компетенция» и «навык». Мы также будем использовать эти термины для описания новых и трансформирующихся профессий. Но прежде попробуем разграничить эти понятия.

В переводе с латинского *competo* – добиваюсь, соответствую, подхожу.

Если раскрыть Большой энциклопедический словарь, то там увидим: «Компетенция –

1. круг полномочий, предоставленных законом, уставом или иным актом конкретному органу или должностному лицу;
2. знания, опыт в той или иной области.

Согласно толковому словарю Ушакова, «навык – это умение, созданное привычкой». Т.е. это действие, которое, благодаря многократному повторению, выполняется неосознанно, или доведено до автоматизма. Исходя из этих определений, понятие «компетенция» мы будем относить к профессиональной деятельности работников (профессиональная компетенция), а «навык» – к тому, что находится за пределами профессиональных знаний и умений (надпрофильные навыки).



6.7. ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ

*Под профессиональной компетенцией, как было сказано выше, подразумеваются профессиональные навыки (*hard skills* – «жесткие навыки»), которые мы получаем в процессе обучения и развиваем, применяя в работе, которые можно наглядно продемонстрировать и даже оценить или измерить.*

Э тот подход полностью совпадает с позицией представителей британской школы психологии труда, которые под профессиональными компетенциями понимают способность действовать в соответствии со стандартами

выполнения работы. Фокус при таком подходе направлен не на личностные характеристики сотрудников, а на качественное выполнение ими должностных обязанностей, состоящих из конкретных операций.

Например, к профессиональным компетенциям можно отнести: подбор туров в соответствии с желаниями и потребностями клиентов, подготовку людей к прохождению сложных туристических маршрутов, бронирование билетов, размещение в отелях и т.д.

Для каждой профессии существует свой перечень компетенций, который предъявляется конкретному сотруднику в зависимости от его уровня квалификации. Поэтому в этом разделе мы не будем подробно останавливаться на примерах профессиональных компетенций сотрудников сферы туризма. Ключевые профессиональные компетенции конкретно для каждой из новых профессий будет представлен в разделе «Перечень новых профессий». Однако стоит обратить внимание,

как обстоят сегодня дела с уровнем квалификации специалистов в отрасли. На этот вопрос мы попросили ответить отраслевых экспертов. Как оказалось, эксперты серьезно обеспокоены ситуацией, сложившейся с уровнем квалификации персонала.

58% экспертов отмечают ухудшение в последние годы квалификации персонала отрасли. По мнению 29% из них, уровень квалификации ухудшился по всем профессиям, столько же экспертов считает, что уровень квалификации по одним профессиям улучшился, но одновременно ухудшился по другим.

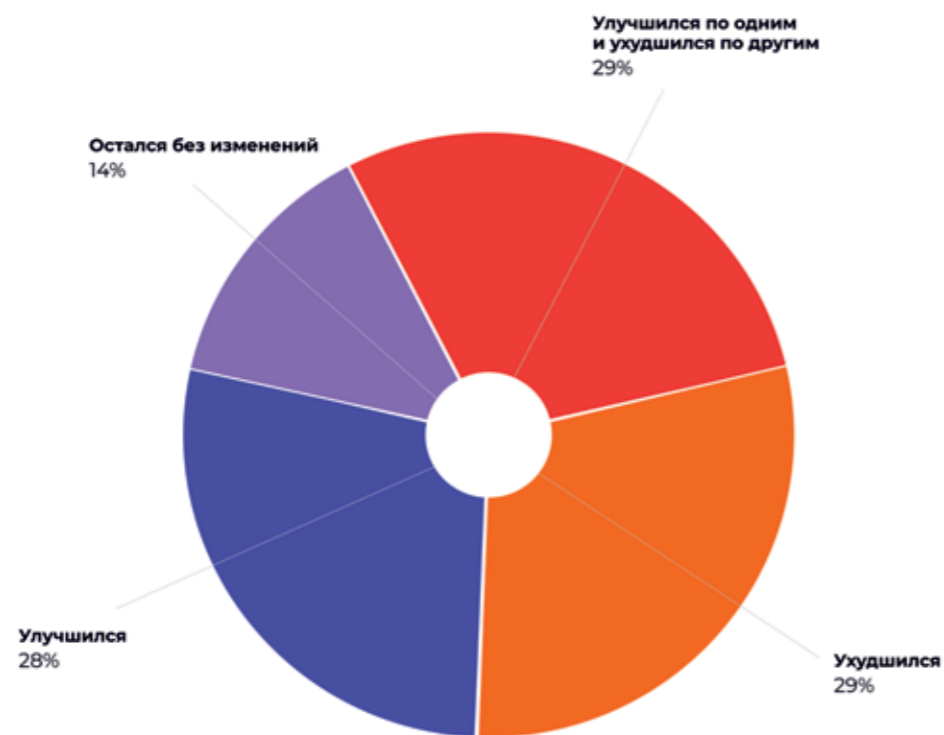
При этом 28% отраслевых экспертов отмечают тенденцию улучшения профессиональной квалификации специалистов отрасли.



В большей степени ухудшение квалификации затронуло агентов по туризму – так считают 57% отраслевых экспертов. Вторую позицию антирейтинга с долей 38%, занимают гиды и экскурсоводы, а на третьей позиции оказались инструкторы по туризму (24%). Причем, по их же мнению, это самые главные и востребованные в сфере туризма профессии.

Слабые перспективы личного и карьерного роста, низкий уровень оплаты труда, низкое качество высшего образования и оторванность образования от реальных потребностей отрасли, по мнению экспертов отрасли, являются основными причинами снижения уровня квалификации специалистов в сфере туризма.

Диаграмма 12. Оценка изменения уровня квалификации специалистов отрасли в последние годы, в % числу отраслевых экспертов.



ИСТОЧНИК: Опрос отраслевых экспертов.

Диаграмма 13. Рейтинг причин снижения уровня квалификации специалистов отрасли.



ИСТОЧНИК: Опрос отраслевых экспертов.



6.2. БАЗОВЫЕ НАДПРОФИЛЬНЫЕ НАВЫКИ БУДУЩИХ ПРОФЕССИЙ

Чтобы овладеть новой профессией и построить успешную карьеру, необходимо понимать, какими навыками необходимо обладать. Ведущие эксперты сферы туризма Казахстана дали оценку наиболее востребованным навыкам для карьерного роста в отрасли.

По их мнению, чтобы и в будущем оставаться востребованным специалистом, мало заниматься только повышением своего профессионального уровня. Ведь уже сейчас ведущие компании отрасли охотнее принимают на работу и продвигают по службе тех специалистов, которые обладают лидерскими качествами и знают методы эффективного управления. И хотя сегодня эта тенденция еще не получила широкого применения, через

мают на работу и продвигают по службе тех специалистов, которые обладают лидерскими качествами и знают методы эффективного управления. И хотя сегодня эта тенденция еще не получила широкого применения, через

5-7 лет наличие надпрофильных навыков станет обязательным условием для карьерного роста молодых специалистов. При этом перечень востребованных надпрофильных навыков будет постоянно расширяться.

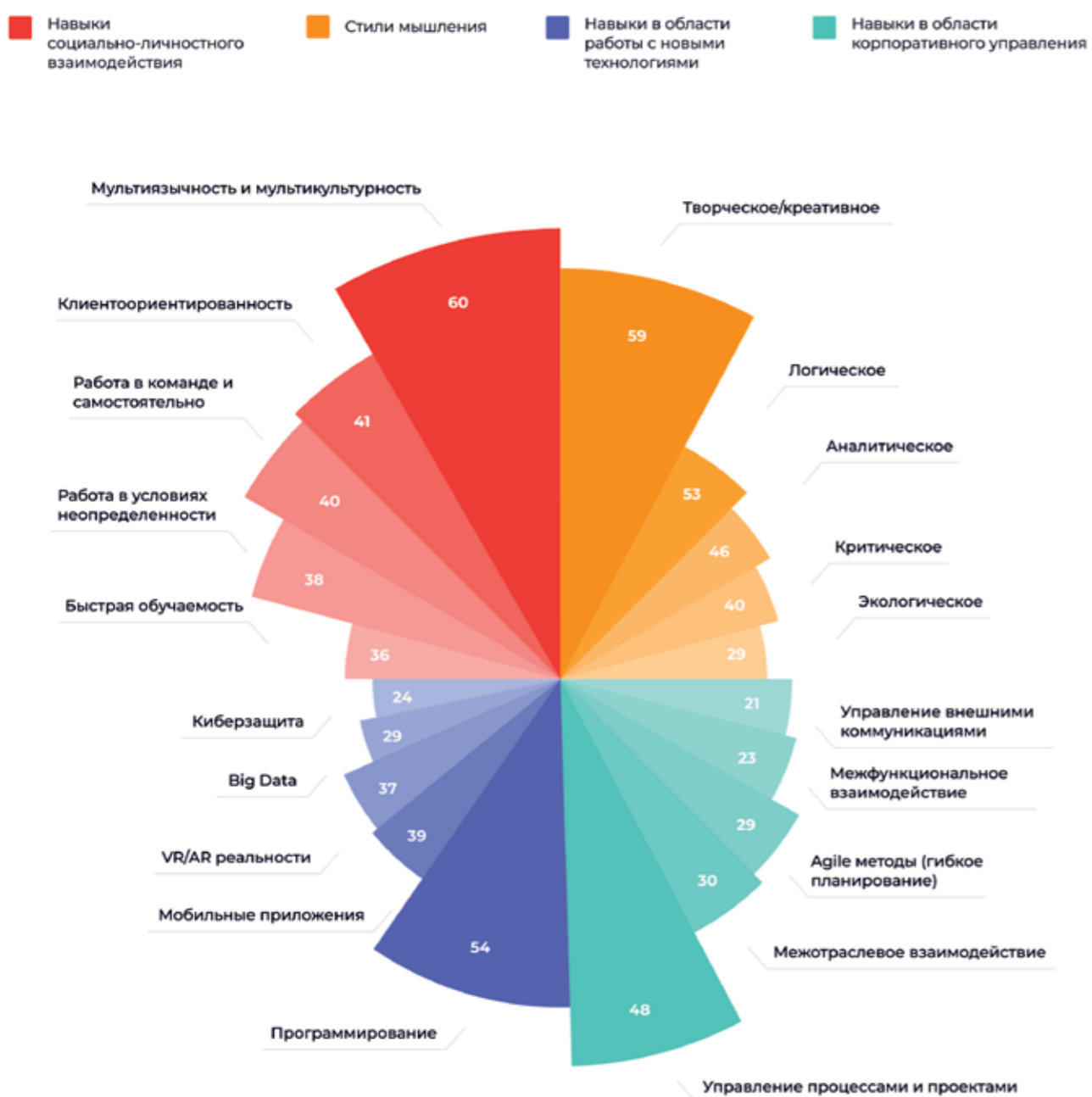
Все это приведет к смене модели образования.

Если применяемая десятилетиями привычная для нас, так называемая индустриальная модель образования, выстраивалась по алгоритму «школа–колледж–вуз–высшая школа», то теперь акцент смещается в сторону непрерывного образования на протяжении всей жизни.

| Отличительные признаки старой модели: | Отличительными признаками новой модели станут: |
|--|--|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Получение образования в юности; 2. одно образование на всю жизнь; 3. длительная подготовка по получаемой специальности от трех до пяти лет в зависимости от уровня получения образования; 4. фундаментальная теоретическая подготовка; 5. после получения образования повышение квалификации происходит по желанию, оно не является необходимым, исключения установлены законом; 6. система подготовки локализована в учебном заведении; 7. новая модель образования еще не сформировалась, и различные авторы описывают ее по-разному. | <p>Непрерывное образование смешанных возрастных групп:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Станет нормой получать новую профессию в зрелом возрасте*. Будут созданы новые методики преподавания, учитывающие возрастные особенности обучающихся: ослабление памяти, более высокий уровень ответственности и усидчивости. 2. Появление различных по длительности образовательных программ, от сверхкоротких (10-15 часов), до сверхдлинных. 3. Глобализация образовательного пространства. С одной стороны, у жителей регионов появится больше возможностей доступа к качественному образованию. Переезд в столицу или высокоразвитые страны перестанет быть единственной возможностью получить специфическое образование, например, в биологии, астрофизике и т.п. Появится больше равных возможностей. 4. Появление образовательных экосистем и единых тематических образовательных платформ в стране (единая медицинская, инженерная и другие платформы, объединяющие классические вузы). |

В РАМКАХ ПРОЕКТА «АТЛАС НОВЫХ ПРОФЕССИЙ И КОМПЕТЕНЦИЙ КАЗАХСТАНА» НАДПРОФИЛЬНЫЕ НАВЫКИ БЫЛИ СГРУППИРОВАНЫ В ЧЕТЫРЕ БЛОКА:

- ▶ Стили мышления.
- ▶ Навыки социально-личностного взаимодействия.
- ▶ Навыки в области корпоративного управления.
- ▶ Навыки в области работы с новыми технологиями.



В качестве базовых надпрофильных навыков в представленном Атласе выбраны

1. бережливое производство;
2. клиентоориентированность;
3. мультиязычность и мультикультурность;
4. навыки межотраслевой коммуникации;
5. навыки художественного творчества;
6. программирование/ робототехника/ искусственный интеллект;
7. саморазвитие и адаптивность;
8. системное мышление;
9. умение управлять процессами и проектами;
10. экологическое мышление.

БЕРЕЖЛИВОЕ ПРОИЗВОДСТВО

Бережливое производство – это концепция управления предприятием, основанная на постоянном поиске, сокращении или устранении потерь. Под потерями понимаются те действия, процессы или операции, которые потребляют ресурсы (человеческие, временные, материальные, и т.д.), но не добавляют ценности для конечного или промежуточного потребителя. Бережливое производство меняет подход к управлению эффективностью предприятия с экстенсивного

(работать больше и быстрее) на интенсивный (работать эффективнее, т.е. делать только то, что необходимо и не делать того, без чего можно обойтись).

Актуальность бережливых методов управления возрастает, потому что традиционные методы управления уже достигли своего пика, дальнейшее развитие бизнеса будет все больше фокусироваться на интенсивном развитии и методах бережливых улучшений.

2 КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТЬ

Под клиентоориентированностью понимается умение работать с запросами потребителя, способность компании и сотрудников своевременно выявлять желания клиентов, чтобы удовлетворить их своей продукцией или услугой с максимальной выгодой.

Конкуренция за потребителя все время растет, и все работодатели хотят видеть у себя клиентоориентированных сотрудников. Это требование стало критически

важным для успешности компаний. Во второй половине XX века появилось понятие внутреннего клиента, т.е. промежуточного потребителя, расположенного далее по производственной цепи внутри одной компании. Владение этим навыком позволяет точно понять запрос клиента и предложить наиболее подходящее для него решение, а также выстроить процесс производства и сервиса более рационально, исключив из него стадии, не являющиеся важными для клиента.

3 МУЛЬТИКУЛЬТУРНОСТЬ И МУЛЬТИЯЗЫЧНОСТЬ

Мультикультурность – это сохранение и развитие в отдельно взятом сообществе (государстве или предприятии) культурных особенностей людей, объединенных в эту группу.

Мультикультурность и мультиязычность на предприятии предполагает не только учет национальных или религиозных культур, но и культур мышления, психотипов, коммуникаций и индивидуальных особенностей.

Уже сейчас не являются редким явлением компании, в которых работают специалисты, родившиеся или проживающие в разных концах земли.

Политика мультикультурности и мультиязычности задает вектор

взаимодействия непохожих друг на друга людей: не конфликтовать, а признавать друг друга. Изменения, происходящие сегодня, ставят перед коллективами новые задачи, которые раньше никто не ставил и не решал.

Общепризнано, что самые эффективные решения рождаются на стыке разных областей знаний, подходов, культур.

Самые эффективные команды включают в себя людей с разными особенностями мышления, психологии, распределения ролей в команде.

Мультикультурные команды смогут находить эффективные необычные решения и даже решать нерешаемые до сих пор проблемы.



4 НАВЫКИ МЕЖОТРАСЛЕВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Межотраслевая коммуникация характеризуется пониманием технологий, процессов и рыночной ситуации в разных смежных и несмежных отраслях, кросс-функциональным и кросс-дисциплинарным взаимодействием. Все больше перекрестных продуктов создается на

стыке разных отраслей, поэтому специалистам необходимо умение разбираться одновременно в нескольких областях знаний.

Обладающие такой компетенцией специалисты могут создавать неожиданные, уникальные, прорывные решения.

5 НАВЫКИ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТВОРЧЕСТВА

Навыки художественного творчества – умение выражать чувства и эмоции в образных формах, умение создавать собственные художественные образы, наличие развитого эстетического вкуса. В будущем роботы и машины заменят человека во многих сферах. Творчество – единственная сфера, которая пока остается недоступной искус-

ственному интеллекту. Специалисты, обладающие творческими навыками, получают преимущество практически во всех сферах бизнеса. Зародившаяся тенденция персонификации и индивидуализации товаров и услуг будет развиваться и дальше. И недалек тот день, когда все товары и услуги станут максимально персонифицированными.

6 ПРОГРАММИРОВАНИЕ, РОБОТОТЕХНИКА, ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ

В эту сферу включены разнообразные навыки, связанные с разработкой и настройкой систем искусственного интеллекта, наладкой и настройкой роботов, разработкой программ для управления производственными процессами и отдельными машинами. Автоматизация и роботизация стремительно проникают во все сферы, и в первую очередь в производство. Ожидается, что через 15-20 лет машины заменят че-

ловека в большинстве рутинных операций, не требующих творческих навыков. Поэтому потребность в специалистах с данными навыками будет расти во всех отраслях. Именно эти специалисты и должны будут обеспечить массовый приход машин во все отрасли экономики. Специалисты будут востребованы в сфере обслуживания и настройки машин, роботов и систем, принимающих алгоритмизированные решения.

7 САМОРАЗВИТИЕ И АДАПТИВНОСТЬ

Саморазвитие — это процесс осмысленной целенаправленной трансформации себя, как личности или специалиста. Саморазвитие заключается в самостоятельном повышении уровня своих познаний, развитии личностных качеств, профессиональных компетенций. Наличие мотивации и способности к саморазвитию говорит о том, что специалист лично готов приложить усилия для более полной реализации своих возможностей в профессиональной деятельности, достичь максимальных результатов.

К сожалению, не каждый имеет качества, необходимые для ответственной работы над собой. Поэтому специалисты, обладающие навыками саморазвития, заметно выделяются на фоне других сотрудников, следовательно, всегда будут востребованы на любом этапе производственной цепочки.

А эффективное раскрытие имеющегося потенциала каждого сотрудника, может сформировать решающее конкурентное преимущество для предприятий будущего.

8 СИСТЕМНОЕ МЫШЛЕНИЕ

Системное мышление включает в себя умение специалиста объединять (обобщать) частные факты в общую картину, выстраивать иерархические уровни для понимания различных ситуаций (экономических, политических, деловых) и принятия долгосрочных решений. Важным качеством является понимание того, как изменение одного элемента в последствии отразится на других элементах.

В настоящее время под влиянием происходящих трансформаций фокус системного подхода сместился. Раньше интерес был направлен внутрь самой системы, в большей степени был востребован анализ составляющих ее компонентов.

Сейчас на первое место ставится то, что находится за пределами системы, частью какой более глобальной системы она является, как она взаимодействует с другими системами.

Специалисты, обладающие навыками системного мышления, могут

- ▶ выполнять комплексный анализ больших объемов информации;
- ▶ выявлять закономерности и причинно-следственные связи;
- ▶ формировать целостную картину происходящего;
- ▶ оценивать риски и возможности, связанные с принятием тех или иных решений.

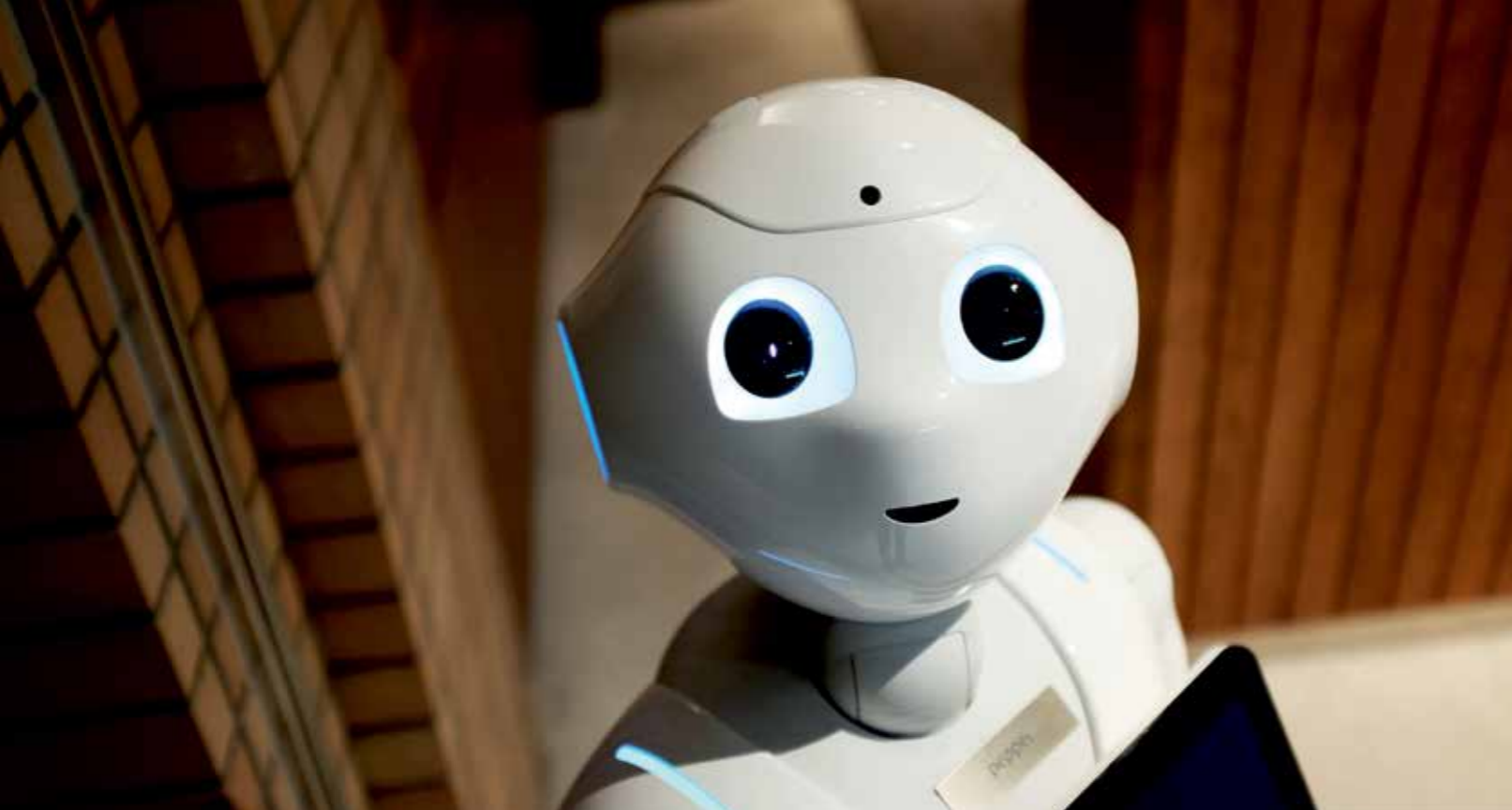
Увеличение масштабов внедрения цифровизации и новейших технологий, расширение круга субъектов, взаимодействующих друг с другом в рамках одного процесса, приводит к повышению востребованности специалистов, обладающим системным мышлением. И эта тенденция будет не только сохранять свои темпы, но и наращивать их.

9 УМЕНИЕ УПРАВЛЯТЬ ПРОЦЕССАМИ И ПРОЕКТАМИ

Навык управления процессами и проектами включает в себя способность фокусировать свое внимание на целях проекта, умение грамотно планировать и организовывать действия команды для эффективного выполнения поставленных задач, умение

оценивать существующие риски и возможности для всех сторон взаимодействия.

Специалист, владеющий этим навыком, знает, как правильно выстроить работу по проекту в заданных рамках финансирования.



6.3. ОЦЕНКА ВОСТРЕБОВАННОСТИ НАДПРОФИЛЬНЫХ НАВЫКОВ В БЛИЖАЙШИЕ 10-15 ЛЕТ

Рейтинг наиболее востребованных навыков специалистов сферы туризма на ближайшие 10-15 лет был сформирован на основе оценок отраслевых экспертов, в рамках проводимого опроса методом анкетирования.

ния, умеет грамотно распределять работу с целью соблюдения обозначенных проектом сроков.

Такой специалист постоянно обучается чему-то новому, не боится совершать ошибки, умеет генерировать новые эффективные способы решения

проблем и поставленных задач. Востребованность специалистов, владеющих знаниями и инструментами в области проектного управления, будет повышаться, так как проектная деятельность рассматривается компаниями в качестве важнейшего фактора их эффективного развития.

70 ЭКОЛОГИЧЕСКОЕ МЫШЛЕНИЕ

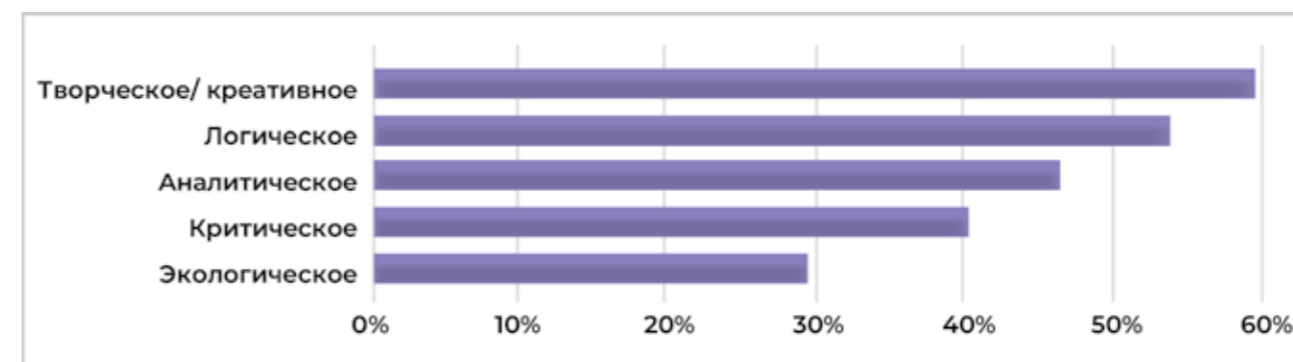
Экологическое мышление ориентировано на достижение гармонии бизнеса и окружающей среды.

Экологическое мышление ставит высшим приоритетом здоровье и устойчивое развитие. Значимость экологического мышления возрастает по причине того, что развитие промышленности достигло предела и все дальнейшие модели устойчивого роста общества,

экономики и бизнеса должны быть построены на основе взаимных интересов с природой, экосистемой, с целью ее поддержания и развития. Специалисты с навыками экологического мышления смогут решать такие задачи, как бережное отношение к ресурсам, достижение нулевой эмиссии вредных веществ в окружающую среду, переработка отходов и использование вторичных ресурсов.

СТИЛИ МЫШЛЕНИЯ НАИБОЛЕЕ ВОСТРЕБОВАННЫМИ СТИЛЯМИ МЫШЛЕНИЯ БУДУЩЕГО, ПО МНЕНИЮ ЭКСПЕРТОВ ОТРАСЛИ, БУДУТ ТВОРЧЕСКОЕ/КРЕАТИВНОЕ МЫШЛЕНИЕ, АНАЛИТИЧЕСКОЕ И ЛОГИЧЕСКОЕ

Диаграмма 14.
Топ-5 стилей мышления, наиболее востребованных у специалистов отрасли в ближайшие 10-15 лет.



ИСТОЧНИК: Опрос отраслевых экспертов.

АНАЛИТИЧЕСКОЕ И ЛОГИЧЕСКОЕ МЫШЛЕНИЕ

Руководители большинства компаний не без основания придают большое значение наличию или отсутствию у сотрудников аналитического и логического видов мышления. Ведь такой сотрудник более эффективно выполняет свои обязанности, воспринимает поступающую информацию критически, исходя из объективных факторов, а также, оперируя уже случившимися кейсами, умеет прогнозировать развитие событий на ближайшую или долгосрочную перспективу.

Туризм – как и любая другая отрасль, предоставляющая услуги, взаимодействует с большим числом потребителей этих услуг. В результате формируются

большие объемы информации, которые необходимо не столько собирать, сколько уметь профессионально обрабатывать и анализировать в режиме реального времени. Поэтому с целью повышения эффективности ведения бизнеса и конкурентоспособности компаний на рынке, руководители заинтересованы в привлечении сотрудников, умеющих качественно это делать.

Факт повышенной востребованности в ближайшие 10-15 лет у специалистов сферы туризма аналитических способностей и логического мышления подтверждается итогами опроса отраслевых экспертов, более 40% из которых в рейтинге поставили эти навыки на первую позицию.

КРИТИЧЕСКОЕ МЫШЛЕНИЕ

Наличие способности к критическому мышлению особенно важно для сфер предоставления услуг, где сотрудникам постоянно приходится работать не только с большим количеством людей, но и со значительным объемом разнородной информации.

Специалисты сферы туризма должны обладать наблюдательностью, уметь замечать несоответствия в логике и аргументации окружающих, определять правдивость предположений, обосновывать и отстаивать свою точку зрения.

Критическое мышление позволяет более эффективно разрешать проблемы и конфликтные ситуации, понимать убеждения и поступки других.

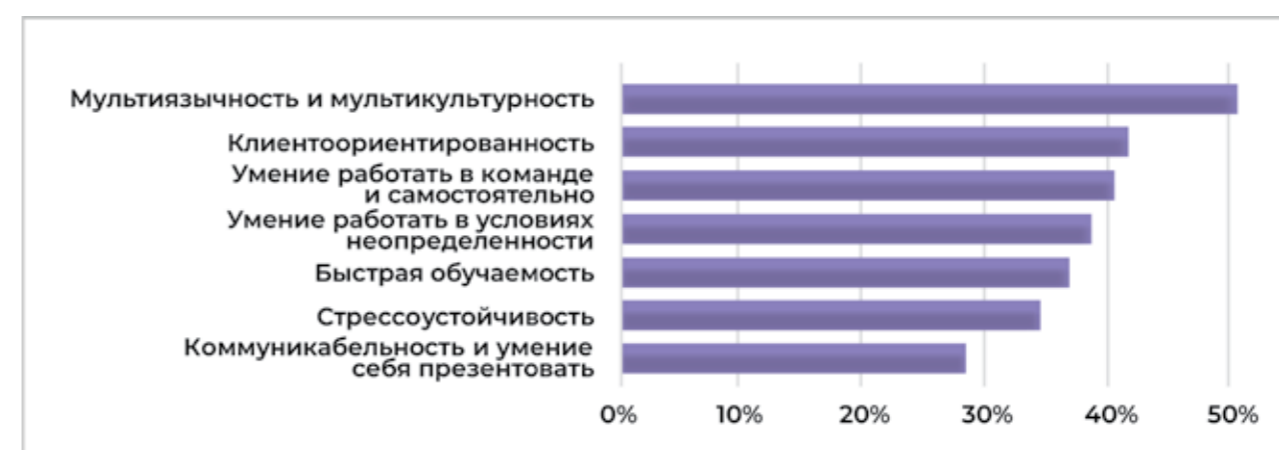
Поэтому работодатели при подборе кадров уделяют большое внимание наличию или отсутствию этого навыка у соискателей.

Все эти стили мышления были выбраны в качестве базовых навыков, при этом аналитическое, логическое и критическое виды мышления, объединены в категорию системное мышление.

НАВЫКИ СОЦИАЛЬНО-ЛИЧНОСТНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СРЕДИ НАВЫКОВ СОЦИАЛЬНО-ЛИЧНОСТНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ БУДУТ НАИБОЛЕЕ ВОСТРЕБОВАНЫ МУЛЬТИЯЗЫЧ- НОСТЬ И МУЛЬТИКУЛЬТУРНОСТЬ, КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАН- НОСТЬ И УМЕНИЕ РАБОТАТЬ В КОМАНДЕ

Диаграмма 15.

Рейтинг навыков социально-личностного взаимодействия, наиболее востребованных у специалистов отрасли в ближайшие 10-15 лет.



ИСТОЧНИК: Опрос отраслевых экспертов.

УМЕНИЕ РАБОТАТЬ В КОМАНДЕ

Несмотря на то, что концепции team-spirit (командный дух) и team-building (создание команды) начали внедряться еще в 50-е годы прошлого века в Америке и странах Западной Европы, навык командной работы остается актуальным и сегодня, так как он является одной из ведущих составляющих повышения конкурентоспособности любого предприятия.

Эффективность командной работы повышается, когда каждый из

сотрудников команды грамотно взаимодействует со всеми членами коллектива и не допускает возникновения конфликтных ситуаций, четко выполняет порученный ему участок работы и всегда готов помогать коллегам по работе, умеет признавать свои ошибки и принимать чужую точку зрения, а интересы компании ставит выше личных амбиций. Туризм относится к сфере, в которой взаимодействуют между собой сотрудники, выполняющие функции различного направле-

ния – от поиска потенциальных клиентов, до разработки индивидуального тура или предоставления услуг гида-переводчика.

Умения сотрудников компетентно выстраивать взаимодействие

друг с другом повышает уровень лояльности клиентов и количество их повторных обращений. Поэтому навыки командной работы так востребованы в этой отрасли. И тенденция эта будет только усиливаться.



УМЕНИЕ РАБОТАТЬ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ

Под влиянием изменений, которые мы сейчас наблюдаем, персоналу компаний зачастую приходится работать в условиях значительно большей неопределенности, чем раньше, или даже в совершенно новых средах.

Скорость изменения технологий приводит к проблемам быстрого устаревания информации. Порой, еще не успев перестроиться на новые условия работы, персонал компаний должен обучаться еще более передовым технологиям. Если не рассматривать неопределенность как негативный фак-

тор, то она приводит персонал компаний к большим прорывам, профессиональному росту и повышению уровня уверенности в себе, заставляет учиться быстро принимать решения, преодолевать проблемы и трудности, рационально управлять своим временем и достигать поставленных целей.

По мнению экспертов отрасли, востребованность сотрудников, обладающих навыком работы в условиях неопределенности, в ближайшие 10-15 лет будет иметь стабильную тенденцию роста.

БЫСТРАЯ ОБУЧАЕМОСТЬ

Нельзя не заметить с какой скоростью мир вокруг нас меняется. Одни технологии сменяются другими, появляются новые алгоритмы обработки данных, создаются новейшие методы взаимодействия с потенциальными клиентами. И если в организации работник не занимается повышением своего образовательного уровня, то в какой-то момент, по-

лученный им ранее объем навыков, опыта и знаний, начинает играть второстепенное значение. В условиях глобальных перемен на первое место выходят такие качества, как: нежелание действовать шаблонными методами, стремление постоянно совершенствоваться, получать новые знания и способность быстро их усваивать.

Руководство компаний тоже отмечает скорость происходящих изменений. Поэтому при найме на работу конечно же сделает предпочтение работникам с высоким уровнем обучаемости, так как они: отличаются наблюдательностью и умеют смотреть на вещи с разных точек зрения, имеют гибкое мышление и легко генерируют новые идеи, готовы

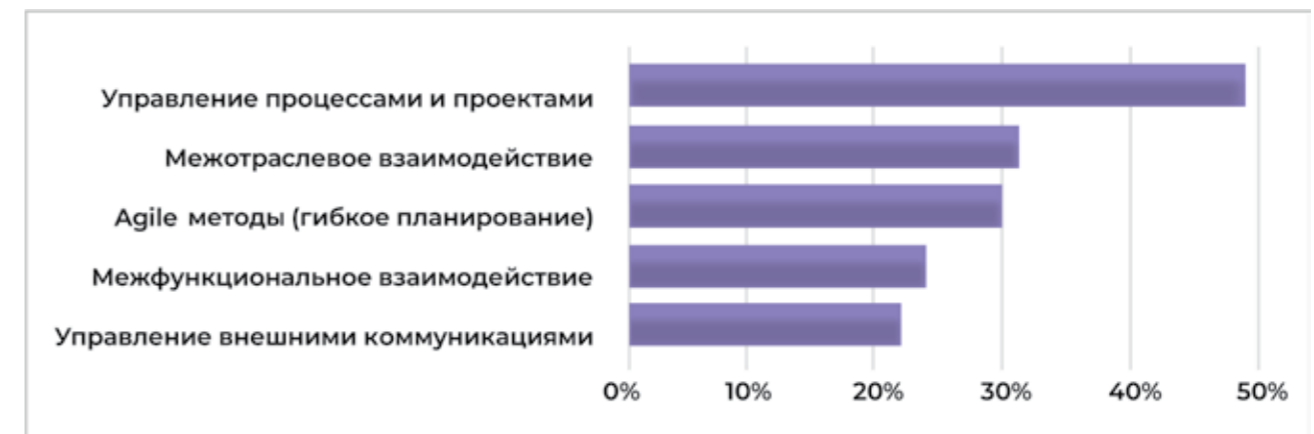
рисковать и ошибаться. Они постоянно чему-то учатся и поэтому чаще добиваются успеха, чем их коллеги, менее заинтересованные в постоянном обучении.

Из навыков социально-личностного взаимодействия в качестве базовых выбраны клиентоориентированность, мультиязычность и мультикультурность.

НАВЫКИ В ОБЛАСТИ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ВЕДУЩИМИ НАВЫКАМИ БУДУЩЕГО В ОБЛАСТИ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ БУДУТ НАВЫКИ УПРАВЛЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВОМ, ГИБКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ И МЕЖОТРАСЛЕВОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

Диаграмма 16.

Топ-5 навыков в области корпоративного управления, наиболее востребованных у специалистов отрасли в ближайшие 10-15 лет.



ИСТОЧНИК: Опрос отраслевых экспертов.

НАВЫКИ ГИБКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ (AGILE)

Самое главное при гибком планировании – фокусировка на потребностях клиентов. Такой метод позволяет эффективнее планировать процесс взаимодействия с потребителями услуг и оперативно вносить изменения в пакет предлагаемых услуг. Все это сопровождается прозрачностью всех этапов.

Проекты, которые выполняются с использованием Agile-методов, в разы успешнее, чем те, которые придерживаются стандартного подхода. А наличие у персонала навыков гибкого планирования, позволяет им учитывать посто-

янно изменяющиеся условия внешней и внутренней среды и эффективно использовать обратную связь от всех субъектов взаимодействия. Такой подход поощряет персонал предприятий экспериментировать и искать новые решения, не ограничивая себя жесткими рамками и стандартами.

Специалисты, владеющие навыками Agile, уже сегодня востребованы на рынке труда. А масштабная трансформация сферы туризма будет еще больше способствовать росту потребности в таких сотрудниках.

НАВЫКИ МЕЖФУНКЦИОНАЛЬНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

Классическая модель управления производством, которая характеризуется строгой субординацией, узкой специализацией отдельных сотрудников, при которой каждый отвечает за выполнение только своих обязанностей, перестает работать.

Назрела необходимость поиска новых решений повышения качества и эффективности взаимодействия персонала на каждом этапе работы, развития у сотрудников навыков межфункционального взаимодействия. Межфункциональное взаимодей-

ствие – грамотно выстроенное на принципах командного подхода кросс-функциональное³⁰ взаимодействие персонала компании и руководителей.

Персонал, владеющий навыками межфункционального взаимодействия, умеет выстраивать каналы коммуникации между подразделениями, эффективно разрешать конфликтные ситуации, с большей ответственностью подходить к выполнению своих должностных обязанностей. Поэтому в ближайшие 10-15 лет наличие навыков межфункцио-

³⁰ Кросс-функциональное взаимодействие – это совместная работа, которая позволяет обеспечить быстрое и комплексное взаимодействие сотрудников для достижения общих целей.



нального взаимодействия будет важным критерием при приеме сотрудников на работу и продвижению их по служебной лестнице. Из блока надпрофиль-

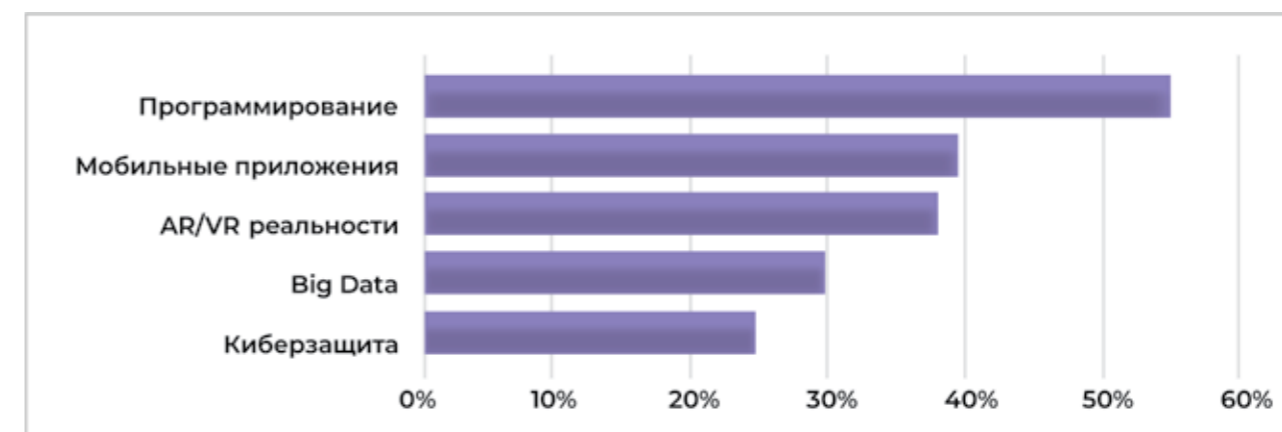
ных навыков в области корпоративного управления в качестве базовых выделены навыки управления проектами и межотраслевого взаимодействия.

НАВЫКИ В ОБЛАСТИ РАБОТЫ С НОВЫМИ ТЕХНОЛОГИЯМИ

НАВЫКИ БУДУЩЕГО В ОБЛАСТИ РАБОТЫ С ТЕХНОЛОГИЯМИ – ЗНАНИЕ ОСНОВ ПРОГРАММИРОВАНИЯ, УМЕНИЕ РАБОТАТЬ С МОБИЛЬНЫМИ ПРИЛОЖЕНИЯМИ И БОЛЬШИМИ ДАННЫМИ

Диаграмма 17.

Топ-5 навыков в области работы с новыми технологиями, наиболее востребованных у специалистов отрасли в ближайшие 10-15 лет.



ИСТОЧНИК: Опрос отраслевых экспертов.

НАВЫКИ ПРОГРАММИРОВАНИЯ

Безусловно для кого-то программирование является основной функциональной обязанностью. Но в данном случае программирование рассматривается с точки зрения дополнительных знаний к основным профессиональным компетенциям.

Еще в 1981 году на 3-й Всемирной конференции в Лозанне Андрей Ершов (советский ученый-информатик) выступил с докладом «Программирование – вторая грамотность». По его словам, «если развитие и распространение книгопечатания привело к всеобщей грамотности, то развитие и распространение ЭВМ

приведет ко всеобщему умению программировать». Работодатели уже давно начали осознавать, насколько ценны сотрудники, которые владеют базовыми навыками программирования.³¹

А сегодня, когда большинство процессов автоматизируется, стремительно растет объем данных, требующих обработки и анализа, ценность таких специалистов увеличивается в разы. Это подтверждают и цифры – более 50% опрошенных экспертов отрасли отнесли умение программировать к числу наиболее востребованных навыков для сферы туризма на ближайшие 10-15 лет.



НАВЫКИ РАБОТЫ С МОБИЛЬНЫМИ ПРИЛОЖЕНИЯМИ

Сфера туризма относится к числу наиболее мобильных направлений бизнеса. Его персоналу необходимо 24/7 быть на связи с клиентами, оперативно отвечать на их вопросы и пожелания, удаленно координировать возникающие ситуации. Незаменимыми помощниками в этом становятся мобильные приложения.

Мобильные технологии в значительной степени оказывают влияние на качество предоставляемых услуг, лояльность клиентов, оптимизацию процессов ком-

муникации. Поэтому персонал компаний обязан в совершенстве владеть навыками работы со специально созданным для этих целей мобильным информационным пространством.

Компании, желая преуспеть на рынке туристских услуг и удерживать свои позиции в будущем, будут продолжать активно внедрять мобильные технологии.

А значить востребованность в кадрах, владеющих этими технологиями, будет расти.

НАВЫКИ РАБОТЫ С ТЕХНОЛОГИЯМИ ВИРТУАЛЬНОЙ И ДОПОЛНЕННОЙ РЕАЛЬНОСТИ

В последние несколько лет технологии с элементами виртуальной и дополненной реальности начали активно проникать в различные сферы деятельности. Чтобы конкурировать на рынке туристских услуг, отельеры, компании перевозчики и турагентства внедряют эти технологии, тем самым кардинально меняя процесс реализации туров.

Наиболее часто технологии виртуальной реальности используются компаниями в маркетинговых целях для привлечения потенциальных туристов: проводятся экскурсии по достопримечательностям, демонстрируются номера в местах проживания, окружения и т.д. Для эффективной демонстрации виртуальных объектов,

персонал компаний должен иметь навыки работы с таким оборудованием и даже уметь самостоятельно создавать разрабатывать элементы виртуальной реальности.

В виду того, что сферы применения технологий виртуальной и дополненной реальности будут только расширяться, востребованность в специалистах, владеющих этими навыками, будет с каждым годом только увеличиваться.

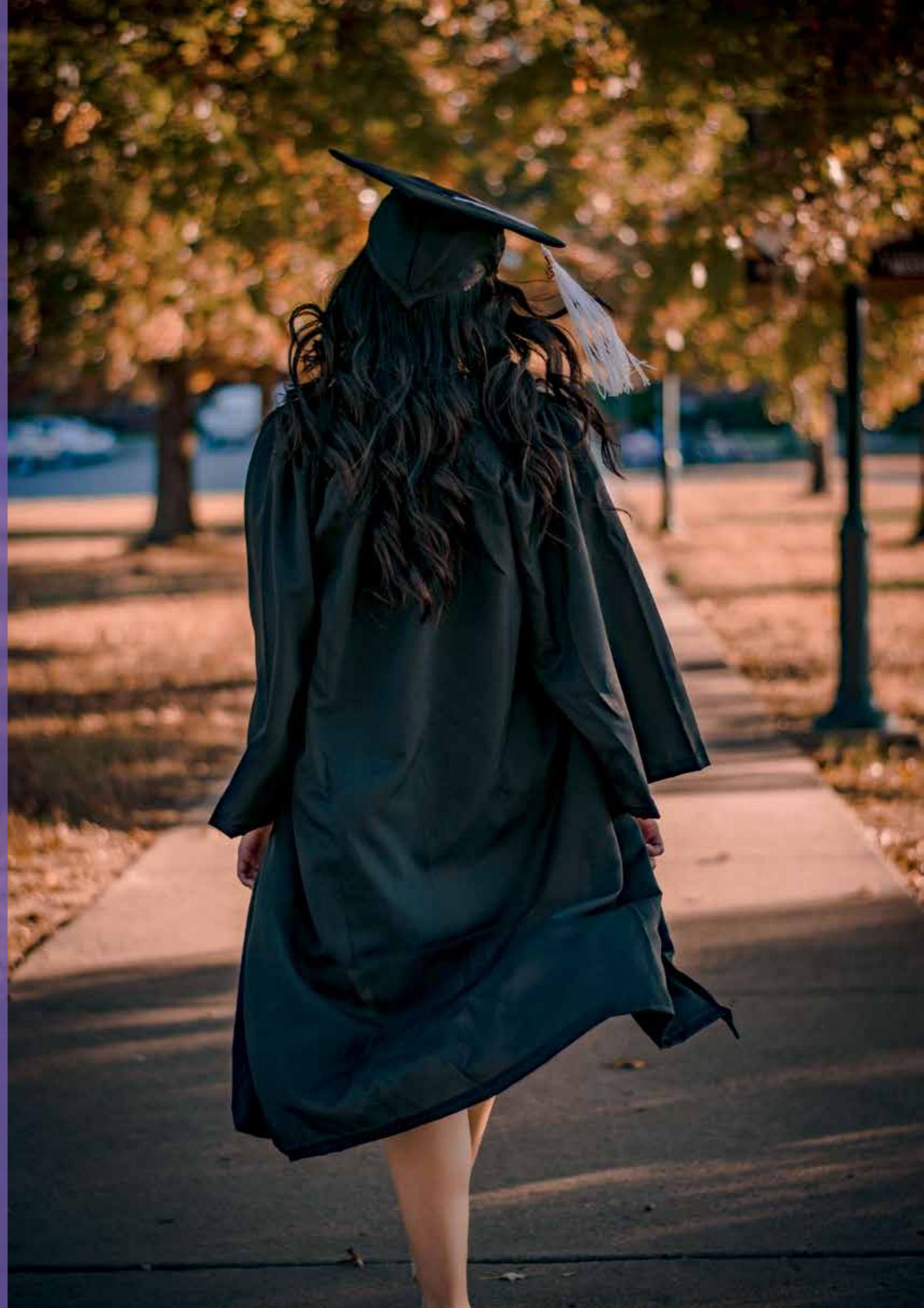
Из блока надпрофильных навыков в области работы с новыми технологиями в качестве базовых, мы выделили программирование, взаимодействие с умным оборудованием и роботами.

³¹ Программирование - вторая грамотность. http://ershov.iis.nsk.su/ru/second_literacy/article.



НА КОГО
ПОЙТИ УЧИТЬСЯ?

7.





НА КОГО ПОЙТИ УЧИТЬСЯ?

Новая технологическая революция ведет к тому, что сфера труда будет переживать глобальную трансформацию.

Многие эксперты, анализируя проблемы и риски, связанные с внедрением инновационных технологий, полагают, что в будущем серьезной угрозой будет рост безработицы в связи с роботизацией рабочих мест, масштабной автоматизацией управленческих процессов, расширением сфер применения аддитивных технологий и новых материалов.

Однако, не все мировые эксперты разделяют эту точку зрения, полагая, что цифровизация и роботизация приведут не к всплеску технологической безработицы, а к появлению новых рабочих мест, требующих от работников более высокого уровня квалификации и/или наличия компетенций смежных профессий.

Конечно же, многие профессии, причем связанные не только с ручным и неквалифицированным трудом, но и отдельные профессии интеллектуального труда, постепенно будут замещаться роботами и искусственным интел-

лектом. Работникам этих профессий необходимо понимать, что единственным выходом для них может стать получение дополнительных навыков в смежных профессиях или получение знаний для освоения новой профессии.

При этом, по данным Международной организации труда, около 70% профессий в будущем даже сохранив свои названия, существенно изменят набор необходимых профессиональных компетенций.

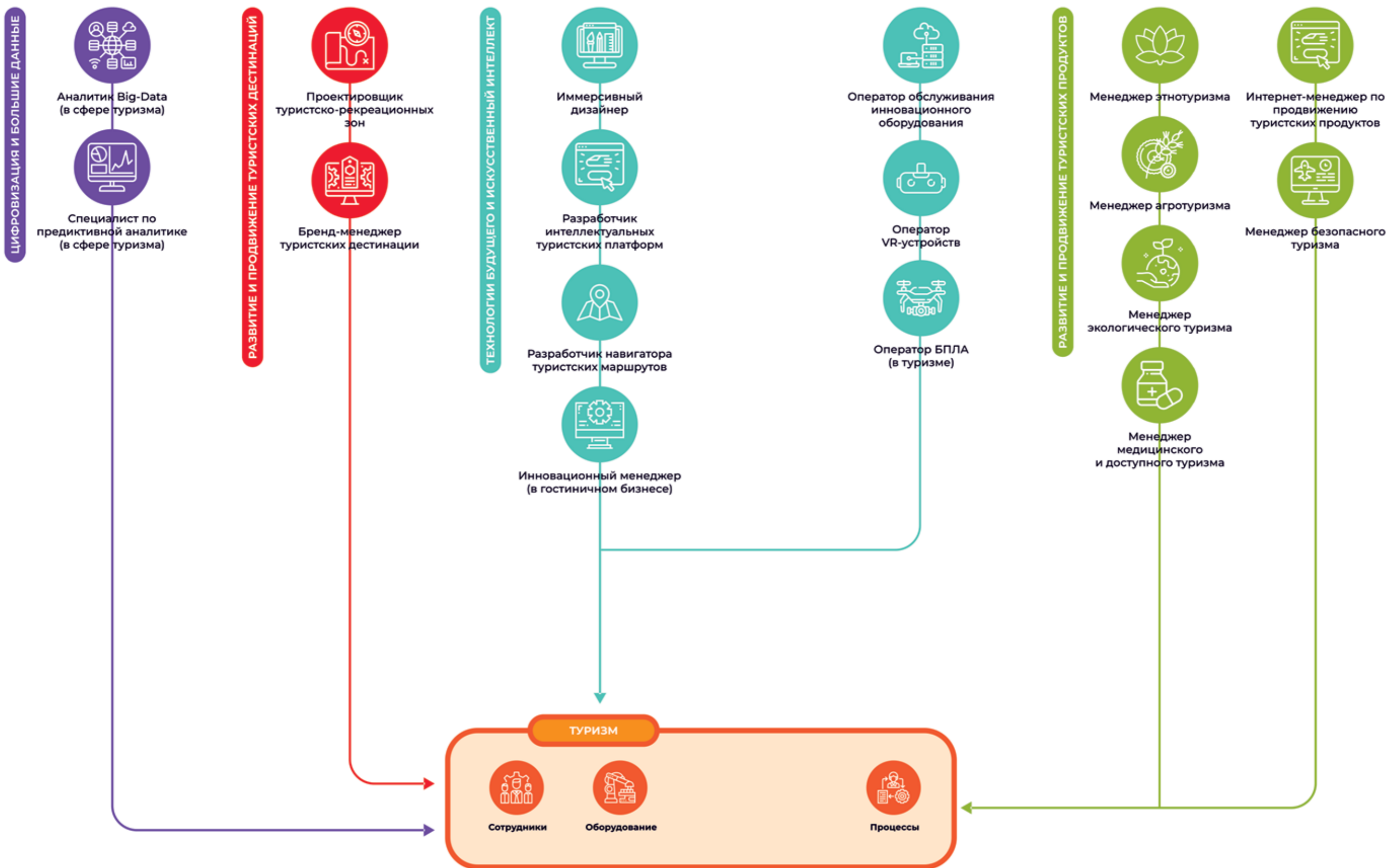
Свое мнение о том, какие профессии появятся в ближайшие 10-15 лет в сфере туризма Казахстана, какие профессии трансформируются, а какие исчезнут, эксперты отрасли высказали на проведенной 19-21 августа 2020 года форсайт-сессии в рамках подготовки «Атласа новых профессий в туристской отрасли», а также в проводимом анкетном опросе экспертов. Обобщенный анализ результатов этих мероприятий приводится в следующих разделах.



НОВЫЕ
ПРОФЕССИИ
СФЕРЫ ТУРИЗМА

7.1.





ЦИФРОВИЗАЦИЯ И БОЛЬШИЕ ДАННЫЕ



▶ 7.7



АНАЛИТИК BigData (В СФЕРЕ ТУРИЗМА)

- ▶ Занимается сбором и анализом большого объема данных со сложной и неоднородной структурой, поступающей из различных источников о предпочтениях и привычках потенциальных туристов.

В его обязанности входит

- ▶ разработка концепции сбора данных из различных источников для последующей ее обработки, обеспечение полноты и достоверности информации, построение цепочки ее взаимосвязей;
- ▶ анализ, структурирование полученной информации, составление сводных аналитических отчетов, необходимых для выработки дальнейших бизнес-решений.

ГОРИЗОНТ
появления ▶ **2025**

НОВИЗНА профессии

- ▶ Обработка большого объема данных со сложной и неоднородной структурой, полученных из различных источников.

КЛЮЧЕВЫЕ компетенции

- ▶ Знание основ программирования и методов обработки данных.
- ▶ Знание методов сбора, обработки и анализа информации.
- ▶ Умение работать с большими объемами данных.

ТРЕНДЫ

- ▶ Повышение спроса на онлайн бронирование и оплату туров и билетов.
- ▶ Увеличение объема оцифрованных данных.

НАДПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ навыки и умения

- ▶ Клиентоориентированность.
- ▶ Системное мышление.
- ▶ Навыки межотраслевой коммуникации.
- ▶ Умение управлять проектами и процессами.



ГОРИЗОНТ
появления

▶ **2030**

НОВИЗНА
профессии

- ▶ Глубокий анализ большого объема данных, полученных из различных источников, в том числе от подключенных интеллектуальных устройств и мониторинговых датчиков.
- ▶ Прогнозирование на базе предиктивной аналитики рисков и возможностей развития компании и рынка в целом.

КЛЮЧЕВЫЕ
компетенции

- ▶ Знания в области программирования, машинного обучения и математической статистики.
- ▶ Знания в области многомерного и предиктивного анализа данных.
- ▶ Навыки работы с инструментами визуализации данных.

СПЕЦИАЛИСТ **ПО ПРЕДИКТИВНОЙ** **АНАЛИТИКЕ** **(В СФЕРЕ ТУРИЗМА)**

- ▶ Специалист по предиктивной аналитике (Data Science), применяя методы математической статистики, предиктивного анализа, формирует оценку текущего состояния и прогноз дальнейшего развития туристского рынка, потенциальных рисков и возможностей. Занимается разработкой бизнес решений компании.

В его обязанности входит

- ▶ построение гипотез, проверка их взаимосвязей с тенденциями, влияющими на сферу туризма, формирование прогнозов;
- ▶ анализ эффективности деятельности компании, анализ рисков и возможностей, путей выхода компании из кризисной ситуации;
- ▶ выработка решений по оптимизации деятельности, разработка бизнес-решений на базе проведенного анализа и прогнозирование потребительского поведения.

ТРЕНДЫ

- ▶ Повышение спроса на онлайн бронирование и оплату туров и билетов.
- ▶ Увеличение объема оцифрованных данных.
- ▶ Рост потребности во внедрении искусственного интеллекта в сферу туризма.

НАДПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ **навыки и умения**

- ▶ Бережливое производство.
- ▶ Системное мышление.
- ▶ Навыки межотраслевой коммуникации.
- ▶ Умение управлять проектами и процессами.

2. ТЕХНОЛОГИИ БУДУЩЕГО И **ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ**



▶ 2.1



ИММЕРСИВНЫЙ ДИЗАЙНЕР

**ГОРИЗОНТ
появления**

▶ 2030

**НОВИЗНА
профессии**

- ▶ Использование новейших технологий (виртуальной, дополненной реальности, голографии) для создания шоу, выставочных композиций и виртуальных туров.

**КЛЮЧЕВЫЕ
компетенции**

- ▶ Знания области веб-дизайна и программирования.
- ▶ Наличие навыков создания цифрового объекта в виртуальной и дополненной реальности, применения голографии.

- ▶ Специалист, который создает шоу или путешествия, которые погружают участника в несуществующую моделируемую реальность таким образом, что он полностью проникается происходящим.
- ▶ Занимается разработкой виртуального прототипа объектов достопримечательности, территории и пространства. Разрабатывает приложения для виртуального туризма, представления экспонатов музеев, выставок и т.д.

ТРЕНДЫ

- ▶ Рост потребности во внедрении искусственного интеллекта в сферу туризма.
- ▶ Изменение потребительских предпочтений.

НАДПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ навыки и умения

- ▶ Клиентоориентированность.
- ▶ Навыки межотраслевой коммуникации.
- ▶ Навыки художественного творчества.
- ▶ Программирование/ робототехника/ искусственный интеллект.
- ▶ Умение управлять проектами и процессами.

▶ 2.2



РАЗРАБОТЧИК ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ ТУРИСТСКИХ ПЛАТФОРМ

**ГОРИЗОНТ
появления**

▶ уже
требуется

**НОВИЗНА
профессии**

- ▶ Объединение на одной цифровой площадке всех субъектов туристского бизнеса.
- ▶ Автоматическое предложение наиболее подходящего турпродукта на базе поведенческих факторов потенциальных клиентов.

**КЛЮЧЕВЫЕ
компетенции**

- ▶ Знания в области программирования и веб-дизайна.

- ▶ Специалист, который создает программы, системы и платформы для автоматизированного выбора тура, бронирования билетов и гостиничных номеров, приема онлайн оплаты.
- ▶ Разработанная система объединяет всех поставщиков туристских услуг (турагентов, туроператоров, места временного проживания, транспортный сектор и др.) на одной площадке, облегчая поиск наиболее выгодного предложения потенциальным клиентам.
- ▶ При разработке сервисов, для подбора наиболее подходящего тура, максимально учитываются индивидуальные потребности, привычки и предпочтения потенциальных туристов на основе их поведенческих факторов в онлайн пространстве.

ТРЕНДЫ

- ▶ Повышение спроса на онлайн бронирование и оплату туров и билетов.
- ▶ Рост потребности во внедрении искусственного интеллекта в сферу туризма.
- ▶ Изменение потребительских предпочтений.

НАДПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ навыки и умения

- ▶ Клиентоориентированность.
- ▶ Мультиязычность и мультикультурность.
- ▶ Системное мышление.
- ▶ Умение управлять проектами и процессами.

▶ 2.3



ГОРИЗОНТ
появления ▶ уже
требуется

НОВИЗНА профессии

- ▶ Проектирование приложения, в котором будут отображаться исторические и культурные достопримечательности, объекты социальной инфраструктуры, туристские тропы таким образом, что турист сможет легко построить маршрут передвижения с учетом своих интересов и потребностей.
- ▶ На карте будет размещаться подробная информация о всех объектах (например, историческая справка, график работы и т.д.)

КЛЮЧЕВЫЕ компетенции

- ▶ Знания в области программирования и веб-дизайна.
- ▶ Знание исторических и культурных достопримечательностей.

РАЗРАБОТЧИК НАВИГАТОРА ТУРИСТСКИХ МАРШРУТОВ

- ▶ Создает программы и приложения для построения маршрута путешествия с учетом индивидуальных интересов и запросов туристов, для быстрого ориентирования их на местности (например, интерактивные карты туристских маршрутов, карты для приключенческого туризма, сакральные карты для паломнических туров и т.д.).

ТРЕНДЫ

- ▶ Рост потребности во внедрении искусственного интеллекта в сферу туризма.
- ▶ Растущая потребность в цифровизации сферы туризма.
- ▶ Изменение потребительских предпочтений.

НАДПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ навыки и умения

- ▶ Навыки межотраслевой коммуникации.
- ▶ Навыки художественного творчества.
- ▶ Клиентоориентированность.
- ▶ Мультиязычность и мультикультурность.
- ▶ Системное мышление.

▶ 2.4



ГОРИЗОНТ
появления ▶ 2030

НОВИЗНА профессии

- ▶ Проектирование обслуживающей инфраструктуры отеля с учетом внедрения интеллектуальных систем.

ТРЕНДЫ

- ▶ Рост потребности во внедрении искусственного интеллекта в сферу туризма (гостиничный бизнес).
- ▶ Изменение потребительских предпочтений.

КЛЮЧЕВЫЕ компетенции

- ▶ Знания в области инновационных разработок, электротехники, электроники и техники безопасности, составления проектной документации.

ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖЕР (ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА)

- ▶ Специалист – проектировщик «умного» отеля, который занимается поиском инноваций, отвечает за разработку и внедрение концепции цифровой трансформации гостиничного бизнеса, включающую в себя интеллектуальную систему управления освещением; комфортную и безопасную среду обитания гостей; энергоэффективные системы отопления, вентиляции и кондиционирования воздуха; автоматизированное и дистанционное управление всей обслуживающей инфраструктуры отеля.

В его обязанности входит:

- ▶ выявление потребности в новых технологиях и планирование стратегии инновационного развития компании;
- ▶ координация и контроль работ по внедрению и адаптации инновационных технологий в соответствии с нормативными актами и технической документацией;
- ▶ поиск перспективных разработок и потенциальных партнеров, а также поставщиков необходимого оборудования; анализ возможных рисков в результате внедрения инноваций и подготовка предложений их нейтрализации.

НАДПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ навыки и умения

- ▶ Бережливое производство.
- ▶ Клиентоориентированность.
- ▶ Навыки межотраслевой коммуникации.
- ▶ Программирование/ робототехника/ искусственный интеллект.
- ▶ Системное мышление.
- ▶ Умение управлять проектами и процессами.
- ▶ Экологическое мышление.

▶ 2.5

**ГОРИЗОНТ**
появления

▶ 2030

НОВИЗНА
профессии

- ▶ Внедрение в отельный бизнес инновационных устройств, а в последствии сервисных роботов, потребует освоения навыков их обслуживания и централизованного контроля за их работоспособностью.

КЛЮЧЕВЫЕ
компетенции

- ▶ Знания в области обслуживания и настройки мониторинговых датчиков, умных систем и сервисных роботов.
- ▶ Умение проводить диагностику исправности работы устройств.

ОПЕРАТОР ОБСЛУЖИВАНИЯ ИННОВАЦИОННОГО ОБОРУДОВАНИЯ

- ▶ Занимается техническим обслуживанием гостиничных роботов и интеллектуальных устройств сервисного обслуживания, централизованным контролем за их бесперебойной работой и настройкой. Инструктирует персонал по работе с инновационным оборудованием, следит за соблюдением правил и техники безопасности.

ТРЕНДЫ

- ▶ Рост потребности во внедрении искусственного интеллекта в сферу туризма.
- ▶ Изменение потребительских предпочтений.

НАДПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ
навыки и умения

- ▶ Бережливое производство.
- ▶ Навыки межотраслевой коммуникации.
- ▶ Программирование/ робототехника/ искусственный интеллект.
- ▶ Экологическое мышление.

▶ 2.6

**ГОРИЗОНТ**
появления

▶ 2035

НОВИЗНА
профессии

- ▶ Использование новейших технологий (виртуальной, дополненной реальности, голографии) для создания шоу, выставочных композиций и виртуальных туров.

КЛЮЧЕВЫЕ
компетенции

- ▶ Знания в области обслуживания и настройки устройств виртуальной и дополненной реальности.
- ▶ Умение проводить диагностику исправности работы устройств.

ОПЕРАТОР VR-УСТРОЙСТВ

- ▶ Занимается настройкой оборудования и демонстрационных программ виртуального или голографического представления экспонатов музеев, выставок, информационных табло в гостиницах и т.д.
- ▶ В обязанности также входит наполнение тематическим содержанием демонстрационных программ (на базе уже подготовленных сценариев), контроль работоспособности VR-оборудования, эксплуатация и текущий ремонт аппаратуры.

ТРЕНДЫ

- ▶ Рост потребности во внедрении искусственного интеллекта в сферу туризма.
- ▶ Изменение потребительских предпочтений.
- ▶ Рост популярности виртуального туризма

НАДПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ
навыки и умения

- ▶ Бережливое производство.
- ▶ Навыки межотраслевой коммуникации.
- ▶ Программирование/ робототехника/ искусственный интеллект.
- ▶ Экологическое мышление.



ГОРИЗОНТ
появления

▶ 2030

НОВИЗНА
профессии

- ▶ Использование нового вида «транспорта» с целью перемещения как туристов, так и небольших грузов, а также в целях обеспечения безопасности путешествий.

КЛЮЧЕВЫЕ
компетенции

- ▶ Знания в области обслуживания и настройки БПЛА.
- ▶ Умение проводить диагностику исправности работы устройств.
- ▶ Обеспечение безопасности полетов.

ОПЕРАТОРЫ БПЛА (В ТУРИЗМЕ)

- ▶ Беспилотные летательные аппараты (БПЛА) в туризме будут применяться для организации экскурсий в труднодоступные места, доставки грузов, продуктов и медикаментов, а также в качестве «спасателей», обеспечивая постоянный контроль за передвижением туристов (например, в горах, на пляже, в экстремальных видах туризма).
- ▶ Оператор БПЛА – это специалист, который дистанционно управляет беспилотными летательными аппаратами, выполняет дистанционный контроль прохождения туристского маршрута, участвует в поисково-спасательных операциях потерявшихся туристов. В его обязанности входит подготовка БПЛА к полетам (наладка, настройка), текущий ремонт и обеспечение безопасности полетов.

ТРЕНДЫ

- ▶ Рост потребности во внедрении искусственного интеллекта в сферу туризма.
- ▶ Повышение требований к экологичности туристских услуг.
- ▶ Изменение потребительских предпочтений.

НАДПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ НАВЫКИ И УМЕНИЯ

- ▶ Бережливое производство.
- ▶ Клиентоориентированность.
- ▶ Навыки межотраслевой коммуникации.
- ▶ Системное мышление.
- ▶ Экологическое мышление.

3. «РАЗВИТИЕ И ПРОДВИЖЕНИЕ ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ»



▶ 3.1

**ГОРИЗОНТ**
появления

▶ 2025

НОВИЗНА
профессии

- ▶ Проектирование обслуживающей инфраструктуры туристских рекреаций в двух направлениях – максимальное внедрение инновационных решений или сохранение национального колорита.

КЛЮЧЕВЫЕ
компетенции

- ▶ Знания в области экологии, создания инфраструктуры, обеспечивающей жизнедеятельность объектов, проектной документации.

ПРОЕКТИРОВЩИК ТУРИСТСКО- РЕКРЕАЦИОННЫХ ЗОН

- ▶ Специалист, который занимается проектированием этноаулов, турбаз и других объектов, оснащение их необходимой инфраструктурой (телекоммуникация, транспорт, культурно-досуговые, медицинские и др. объекты).
- ▶ Занимается поиском инновационных решений, отвечает за разработку, внедрение и адаптацию концепции цифровой трансформации туристских рекреационных зон, а также решений, обеспечивающих сохранность природных ресурсов и многовекового наследия.

ТРЕНДЫ

- ▶ Повышение требований к экологичности туристских услуг.
- ▶ Изменение потребительских предпочтений.

НАДПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ
навыки и умения

- ▶ Бережливое производство.
- ▶ Клиентоориентированность.
- ▶ Навыки художественного творчества.
- ▶ Программирование/ робототехника/ искусственный интеллект.
- ▶ Системное мышление.
- ▶ Умение управлять проектами и процессами.
- ▶ Экологическое мышление.

▶ 3.2

**ГОРИЗОНТ**
появления▶ уже
требуется**НОВИЗНА**
профессии

- ▶ Создание бренда отечественных туристских дестинаций на внутреннем и мировом уровне.

КЛЮЧЕВЫЕ
компетенции

- ▶ Знания в области маркетинга, нюансах продвижения туристских дестинаций.
- ▶ Знания в области туризма, географии, истории и культурного наследия.
- ▶ Разбираться в психологии потребителей туристских услуг.

БРЕНД-МЕНЕДЖЕР ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИИ

- ▶ Специалист, который создает бренд туристской дестинации, формирует портрет, стратегию позиционирования и концепцию продвижения (техническое задание) туристских услуг и дестинаций для рекламных агентств, а также обеспечение поддержания их репутации.
- ▶ Определяет целевую аудиторию для предложения туристских услуг, выявляет их требования как потребителей, и отношение к предлагаемым услугам. Занимается разработкой маркетинговой политики и продвижением бренда туристской дестинации.

ТРЕНДЫ

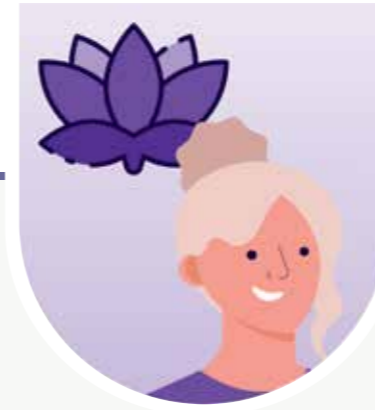
- ▶ Повышение требований к экологичности туризма.
- ▶ Изменение потребительских предпочтений.

НАДПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ
навыки и умения

- ▶ Клиентоориентированность.
- ▶ Навыки межотраслевой коммуникации.
- ▶ Навыки художественного творчества.
- ▶ Системное мышление.
- ▶ Умение управлять проектами и процессами.
- ▶ Экологическое мышление.

4. РАЗВИТИЕ И ПРОДВИЖЕНИЕ ТУРИСТСКИХ ПРОДУКТОВ

▶ 4.1



ГОРИЗОНТ
появления ▶ 2025

НОВИЗНА
профессии

- ▶ Выделение этнотуризма как самостоятельного направления в виду повышенного спроса на этот вид туристских услуг.

КЛЮЧЕВЫЕ
компетенции

- ▶ Знание объектов культурного и исторического наследия страны, обычаев, традиций населения, проживающего на данной территории.
- ▶ Знание основ разработки туристских продуктов.

МЕНЕДЖЕР ЭТНОТУРИЗМА

- ▶ В обязанности менеджера по этнотуризму входит организация всех видов работ по созданию и продвижению данного направления туризма: взаимодействие с местными органами управления, привлечение инвесторов, контроль за исполнением всех договорных обязательств заинтересованных сторон. Занимается разработкой концепции этнотуров.

ТРЕНДЫ

- ▶ Рост популярности эко-этно- и агротуризма.
- ▶ Повышение требований к экологичности туристских услуг.

НАДПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ навыки и умения

- ▶ Бережливое производство.
- ▶ Клиентоориентированность.
- ▶ Мультиязычность и мультикультурность.
- ▶ Системное мышление.
- ▶ Умение управлять проектами и процессами.
- ▶ Экологическое мышление.

▶ 4.2

**ГОРИЗОНТ
появления**

▶ 2025

**НОВИЗНА
профессии**

- ▶ Выделение агротуризма как самостоятельного направления в виду повышения спроса на этот вид туристских услуг.

**КЛЮЧЕВЫЕ
компетенции**

- ▶ Знание основ животноводства, растениеводства и садоводства, национальных традиций и обычаев.
- ▶ Знание основ разработки туристских продуктов.

МЕНЕДЖЕР АГРОТУРИЗМА

- ▶ В обязанности менеджера по агротуризму входит организация всех видов работ по созданию и продвижению данного направления туризма: взаимодействие с местными органами управления, привлечение инвесторов, контроль за исполнением всех договорных обязательств заинтересованных сторон. Занимается разработкой концепции агротуров.

ТРЕНДЫ

- ▶ Рост популярности эко-, этно- и агротуризма.
- ▶ Рост спроса туров с акцентом на местный опыт.
- ▶ Повышение требований к экологичности туристских услуг.

НАДПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ навыки и умения

- ▶ Бережливое производство.
- ▶ Клиентоориентированность.
- ▶ Мультиязычность и мультикультурность.
- ▶ Навыки межотраслевой коммуникации.
- ▶ Системное мышление.
- ▶ Умение управлять проектами и процессами.
- ▶ Экологическое мышление.

▶ 4.3

**ГОРИЗОНТ
появления**

▶ 2025

**НОВИЗНА
профессии**

- ▶ Выделение экологического туризма как самостоятельного направления в виду повышенного спроса на этот вид туристских услуг.

**КЛЮЧЕВЫЕ
компетенции**

- ▶ Знания в области экологии, охраны окружающей среды, правил поведения в охраняемых природных зонах.
- ▶ Знание основ разработки туристских продуктов.

МЕНЕДЖЕР ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА

- ▶ В обязанности менеджера по экотуризму входит организация всех видов работ по созданию и продвижению данного направления туризма: взаимодействие с местными органами управления, привлечение инвесторов, контроль за исполнением всех договорных обязательств заинтересованных сторон. Занимается разработкой концепции экотуров, стратегическим развитием туристских дестинаций в рамках концепции устойчивого развития, разработкой и мониторингом ключевых индикаторов устойчивого развития, отвечает за бережное использование всех ресурсов. В его обязанности входит: разработка, внедрение и совершенствование системы мониторинга деятельности туристских дестинаций в рамках концепции устойчивого развития; мониторинг ключевых индикаторов устойчивого развития; изучение и внедрение международных стандартов и лучших практик в области устойчивого развития, контроль и мониторинг их исполнения.

ТРЕНДЫ

- ▶ Рост популярности эко-, этно- и агротуризма.
- ▶ Повышение требований к экологичности туризма.

НАДПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ навыки и умения

- ▶ Клиентоориентированность.
- ▶ Мультиязычность и мультикультурность.
- ▶ Навыки межотраслевой коммуникации.
- ▶ Системное мышление.
- ▶ Умение управлять проектами и процессами.
- ▶ Экологическое мышление.

▶ 4.4



МЕНЕДЖЕР МЕДИЦИНСКОГО И ДОСТУПНОГО ТУРИЗМА

**ГОРИЗОНТ
появления** ▶ 2030

НОВИЗНА профессии

- ▶ Выделение медицинского и доступного туризма как самостоятельного направления в виду повышения спроса на этот вид туристских услуг.

КЛЮЧЕВЫЕ компетенции

- ▶ Знание направлений оказания услуг объектов медицинских и санаторно-курортных учреждений.
- ▶ Знание классификации основных заболеваний.
- ▶ Знание основ психологии взаимодействия с больными пациентами и ведения переговоров с медицинскими организациями.

- ▶ Занимается поиском лечебного учреждения в соответствии с медицинскими показаниями пациента. Обеспечивает личное взаимодействие пациента и профильного медицинского работника или выступает в роли посредника между ними. Обеспечивает условия для транспортировки пациента в лечебное учреждение и обратно, а также сопровождение туристов в путешествиях с ограниченными возможностями по здоровью.

ТРЕНДЫ

- ▶ Увеличение числа возрастных путешественников.
- ▶ Рост спроса на путешествия людей с ограниченными возможностями по здоровью и медицинского туризма.

НАДПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ навыки и умения

- ▶ Клиентоориентированность.
- ▶ Мультиязычность и мультикультурность.
- ▶ Навыки межотраслевой коммуникации.
- ▶ Системное мышление.

▶ 4.5



ИНТЕРНЕТ- МЕНЕДЖЕР ПО ПРОДВИЖЕНИЮ ТУРИСТСКИХ ПРОДУКТОВ

**ГОРИЗОНТ
появления** ▶ 2025

НОВИЗНА профессии

- ▶ Продвижение туристского продукта в сети Интернет с возможностью детального его изучения, бронирования и оплаты тура.

КЛЮЧЕВЫЕ компетенции

- ▶ Знания в области веб-дизайна, маркетинга и рекламы в интернет-пространстве.
- ▶ Знания в области туризма и продвигаемого турпродукта, географии, истории и культурного наследия.
- ▶ Знание основ рыночной экономики и конъюнктуры рынка.

- ▶ Специалист, который с помощью современных интернет инструментов продвигает на рынке туристские продукты с целью более широкого охвата потенциальных клиентов.
- ▶ Занимается разработкой и наполнением контента веб-сайтов, поиском способов повышения популярности, посещаемости веб-сайтов и активности пользователей.
- ▶ Осуществляет мониторинг и анализ продаж туристских услуг, проводить мероприятия по продвижению туристских услуг.

ТРЕНДЫ

- ▶ Повышение спроса на онлайн бронирование и оплату туров и билетов.
- ▶ Растущая потребность в цифровизации сферы туризма.
- ▶ Изменение потребительских предпочтений.

НАДПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ навыки и умения

- ▶ Клиентоориентированность.
- ▶ Мультиязычность и мультикультурность.
- ▶ Навыки межотраслевой коммуникации.
- ▶ Навыки художественного творчества.
- ▶ Системное мышление.
- ▶ Умение управлять проектами и процессами.

▶ 4.6



ГОРИЗОНТ
появления ▶ 2030

НОВИЗНА
профессии

- ▶ Повышение внимания на обеспечение безопасности в связи с ростом числа природных катаклизмов, распространения терроризма и инфекционных заболеваний.

КЛЮЧЕВЫЕ
компетенции

- ▶ Знания в области международного права и юриспруденции.
- ▶ Знания основ общей медицины для оказания первичной медицинской помощи.
- ▶ Наличие навыков психологии и конфликтологии.

МЕНЕДЖЕР БЕЗОПАСНОГО ТУРИЗМА

- ▶ Специалист, который отвечает за безопасность туристов во время путешествий. В его обязанности входит контроль за соблюдением правил безопасности, как в местах размещения, так и во время экскурсий, походов. Проводит инструктаж для туристов по прибытию их в места отдыха и для обслуживающего персонала. Обеспечивает своевременную эвакуацию туристов из очагов опасности, оказывает первичную медицинскую помощь, размещает туристов при необходимости в медицинских учреждениях.
- ▶ Обеспечивает туристов правовой и юридической поддержкой.


ТРЕНДЫ

- ▶ Рост числа максимально персонализированных предложений турпродукта.
- ▶ Повышение спроса на индивидуальные путешествия.

НАДПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ
навыки и умения

- ▶ Клиентоориентированность.
- ▶ Мультиязычность и мультикультурность.
- ▶ Навыки межотраслевой коммуникации.
- ▶ Системное мышление.
- ▶ Умение управлять проектами и процессами.





А | ТРАНСФОРМИРУЮ-
ЩИЕСЯ ПРОФЕССИИ
СФЕРЫ ТУРИЗМА

7.2.

7.2. ТРАНСФОРМИРУЮЩИЕСЯ ПРОФЕССИИ СФЕРЫ ТУРИЗМА

Не возможно не заметить, какую сильную трансформацию в последние годы переживает рынок труда. Появились не только новые платформы в цифровом пространстве для предложения своих знаний и поиска сотрудников. Существенно изменились требования работодателей и расширился перечень профессиональных компетенций, предъявляемых к соискателям на должность.

Первопричиной происходящих перемен, является масштабная цифровизация и автоматизация всех без исключения отраслей экономики, внедрение искусственного интеллекта и интернета вещей. Это приведет к тому, что в ближайшее время на рынке труда будет преобладать тенденция ухода от жестких требований к специализации, к сочетанию различных профессиональных компетенций и востребованности навыков работать на

стыке разных профессий. Владение навыками смежных профессий, а также знания в сфере ИТ, станут ведущими драйверами конкурентоспособности профессионалов в ближайшие 10-15 лет.

В сфере отечественного туризма трансформация затронет практически все профессии, но наиболее существенные изменения будут наблюдаться в отношении профессий, перечисленных в этом разделе.



2025



01

ТРИГГЕР

- ▶ Увеличение числа самостоятельного онлайн бронирования туров туристами.
- ▶ Популяризация индивидуальных туров.

ТУРИСТИЧЕСКИЙ АГЕНТ

ТУРИСТИЧЕСКИЙ АГЕНТ 2.0

Специалист, который в зависимости от квалификационного уровня:

- ▶ занимается разработкой и организацией туров по выездному, въездному и внутреннему туризму;
- ▶ подбирает информацию по туристским продуктам, туроператорам, местам размещения, транспортным и досуговым компаниям;
- ▶ адаптирует пакет услуг в соответствии с индивидуальными потребностями туристов;
- ▶ осуществляет продажу турпродукта;
- ▶ обеспечивает качество и эффективное взаимодействие с клиентом на каждом этапе его путешествия (от выбора тура, до возвращения домой).

РАЗЛИЧИЕ

Специалисты будут трансформированы в две категории:

- ▶ технический администратор системы бронирования (администрирование технических вопросов онлайн бронирования, сервиса и продажи турпакетов на сайте турагентства);
- ▶ личный консультант по путешествиям (персональное консультирование и подбор туров, работа в элитном сегменте и индивидуальных путешествий).



🕒 2025

ТУРИСТИЧЕСКИЙ ОПЕРАТОР



02



ТУРИСТИЧЕСКИЙ ОПЕРАТОР 2.0

ТРИГГЕР

- ▶ Внедрение автоматизации и цифровизации.
- ▶ Взаимодействие с потенциальными туристами в онлайн пространстве.

Специалист, в обязанности которого в зависимости от квалификационного уровня входит:

- ▶ разработка и организация туров по въездному и внутреннему туризму;
- ▶ организация трансфера, размещения и питания посетителей;
- ▶ разработка экскурсионных программ, подбор объектов для посещения;
- ▶ оформление необходимой документации и составление калькуляции стоимости туров и затрат на него;
- ▶ обеспечение безопасности пребывания туристов во время путешествия.

РАЗЛИЧИЕ

Специалист будет:

- ▶ владеть навыками работы с потенциальными туристами в онлайн пространстве;
- ▶ уметь подбирать турпродукт под индивидуальные потребности клиентов, используя информацию, полученную из различных источников, о предпочтениях отдыха и привычках туристов, о совершаемых им покупках и др. личной информации;
- ▶ Будут выделяться 2 категории сотрудников (технические администраторы и личные консультанты).

🕒 2030

ИНСТРУКТОР ПО ТУРИЗМУ



03



ИННОВАЦИОННЫЙ ИНСТРУКТОР ПО ТУРИЗМУ

ТРИГГЕР

- ▶ Рост популярности экстремальных и индивидуальных туров.
- ▶ Потребность в разработке интерактивных карт маршрутов.
- ▶ Внедрение инноваций для безопасности туристов.

Специалист, который в зависимости от квалификационного уровня:

- ▶ разрабатывает туры по въездному и внутреннему туризму (схем и графиков маршрута в зависимости от его целей и вида);
- ▶ проводит инструктаж туристов о правилах безопасности во время путешествия и обучает навыкам прохождения маршрута;
- ▶ отвечает за безопасность туристов и оказывает первую доврачебную помощь.

РАЗЛИЧИЕ

Специалист будет:

- ▶ обладать навыками создания интерактивных карт маршрутов для приключенческого, горного и др. видов туризма;
- ▶ осуществлять контроль за перемещением туристов с помощью БПЛА и инновационных устройств.



🕒 2035

РЕСЕПШИОНИСТ ГОСТИНИЦЫ



РЕСЕПШИОНИСТ ГОСТИНИЦЫ 2.0

Специалист, который:

- ▶ ведет отчетность по заполняемости номерного фонда и наличию свободных номеров;
- ▶ контролирует подготовку номеров к приему постояльцев;
- ▶ занимается оформлением документов на проживание в гостинице и вопросами оплаты;
- ▶ информирует постояльцев об имеющихся услугах в гостинице;
- ▶ принимает заявки постояльцев на оказание услуг и контролирует своевременность и качество их выполнения персоналом;
- ▶ бронирует номера для будущих постояльцев.

ТРИГГЕР

- ▶ Внедрение цифровизации и автоматизации.
- ▶ Использование интеллектуальных устройств.

РАЗЛИЧИЕ

- ▶ Функции ресепшиониста частично будут переданы устройствам искусственного интеллекта, например, будут использоваться технологии биометрической идентификации личности на этапе заселения в гостиницу, или системы автоматизированного учета номерного фонда и оформления проживания гостей.
- ▶ Бронировать номера постояльцы будут самостоятельно в онлайн режиме, поэтому специалист должен будет обеспечивать актуальность информации на онлайн платформах о наличии свободных номеров и ценах.

🕒 2030

ТУРИСТИЧЕСКИЕ ГИДЫ И ЭКСКУРСОВОДЫ



ТУРИСТИЧЕСКИЕ ГИДЫ И ЭКСКУРСОВОДЫ 2.0

Специалист, который в зависимости от квалификационного уровня:

- ▶ организует и проводит групповые и индивидуальные экскурсии по культурным и историческим достопримечательностям, заповедным и охраняемым природным зонам;
- ▶ обеспечивает безопасность туристов во время экскурсии, оказывает доврачебную помощь туристам;
- ▶ участвует в подготовке и проведении бесед, лекций, просветительных семинаров, связанных с экологией, культурно-историческим наследием и т.д..

ТРИГГЕР

- ▶ Внедрение цифровизации и инновационных технологий.
- ▶ Рост популярности виртуальных туров.

РАЗЛИЧИЕ

Специалист будет:

- ▶ обладать навыками организации и проведения дистанционных экскурсий или в виртуальном пространстве;
- ▶ разбираться в работе инновационных устройств, например, таких как очки виртуальной или дополненной реальности, онлайн-переводчики и др.



2030

07



ГОРНИЧНАЯ ПО ОБСЛУЖИВАНИЮ НОМЕРОВ

ГОРНИЧНАЯ ПО ОБСЛУЖИВАНИЮ «УМНЫХ» НОМЕРОВ

Горничная:

- ▶ обеспечивает номера комплектами необходимого белья, средствами гигиены и др. расходными материалами;
- ▶ проводит текущую и генеральную уборку в номерах, подготавливает номера для заселения новых постояльцев.

ТРИГГЕР

- ▶ Внедрение бытовых роботов.
- ▶ Внедрение инновационных технологий.

РАЗЛИЧИЕ

- ▶ Появится необходимость в освоении навыков работы с инновационными устройствами «Умного отеля», а также роботизированной техникой для уборки номеров.

2030

06



ГИД-ПЕРЕВОДЧИК

ГИД-ПЕРЕВОДЧИК 2.0

- ▶ Специалист, который во время проведения экскурсии по местам культурного или исторического наследия осуществляет синхронный перевод информации об исторических и культурных объектах.

ТРИГГЕР

- ▶ Внедрение автоматизированных систем перевода.
- ▶ Рост популярности виртуальных туров.

РАЗЛИЧИЕ

Специалист будет:

- ▶ уметь работать с устройствами виртуальной и дополненной реальности;
- ▶ наполнять содержанием на различных языках виртуальные туры и выставочные экспозиции, а также специальные онлайн приложения об исторических и культурных достопримечательностях.
- ▶ В связи с масштабным распространением онлайн переводчиков, потребность в специалистах будет постепенно сокращаться, но они останутся в сегменте индивидуальных туров и элитном сегменте.

2035

08



КАСТЕЛЯНША В ГОСТИНИЧНОМ ПРЕДПРИЯТИИ

УПРАВЛЯЮЩИЙ ЦИФРОВЫМ ГОСТИНИЧНЫМ СКЛАДОМ

Сотрудник на этой позиции:

- ▶ осуществляет прием и сортировку гостиничного белья и других товарно-материальных ценностей (ТМЦ);
- ▶ обеспечивает сохранность ТМЦ и выполнение режимов их хранения;
- ▶ подготавливает документацию на списание старого белья, униформы и других ТМЦ и оформляет заказ на поступление новых партий;
- ▶ проводит инвентаризацию.

ТРИГГЕР

- ▶ Внедрение цифровизации и автоматизации.
- ▶ Использование интеллектуальных датчиков и RFID меток.

РАЗЛИЧИЕ

- ▶ Будет внедрена автоматизированная система учета, потребности и движения гостиничного инвентаря, белья, расходных материалов.
- ▶ Внедрение автоматизации, RFID меток, сканеров и датчиков потребует от специалиста освоения новых профессиональных компетенций.



ИСЧЕЗАЮЩИЕ
ПРОФЕССИИ
СФЕРЫ ТУРИЗМА

7.3.



7.3. ИСЧЕЗАЮЩИЕ ПРОФЕССИИ СФЕРЫ ТУРИЗМА

В своем выступлении в 2018 году на Всемирном экономическом форуме в Давосе, Оливер Канн³² заявил, что в ближайшие годы рынок труда будет существенно меняться. На процесс трансформации рынка труда будет оказывать влияние масштабное распространение роботов, цифровизации и автоматизации процессов во все сферы экономики.

По оценке Оливера Канна, к 2022 году этот тренд затронет 29-42% профессий, а 75 млн. человек в мире потеряют свое место работы. При этом он отметил, что появится 133 млн. новых рабочих мест, но которые будут требовать от соискателей более высокого уровня профессиональной квалификации.³³

Для того чтобы всегда оставаться востребованным на рынке труда, необходимо осознанно подходить к выбору своей будущей

профессии, изучать тенденции, под влиянием которых развивается туристская отрасль, ведь уже в ближайшие 10-15 лет ряд профессий в этой сфере будет постепенно исчезать. Конечно же, часть профессий в сфере туризма не исчезнет полностью, они останутся в элитном сегменте, где упор будет делаться на индивидуальный подход к каждому клиенту.

Однако, массово эти профессии не будут уже так востребованы.



| 2025 | 2030 | 2035 |
|---|---|----------------------------|
| Офис менеджер в турагентстве | | |
| Оператор механизированного расчета в гостинице | | |
| Агент по доставке заказанных билетов | | |
| Агент по приему заказов на билеты | | |
| Оператор по бронированию билетов (авиа, ж/д и т.д.) | | |
| Служащий по выдаче билетов (в путешествиях) | | |
| Оператор связи центра продаж | | |
| Дежурный по этажу (гостиницы, кемпинга, пансионата) | | |
| Кассир, включая кассира ресторана и билетного кассира | | |
| Мойщик посуды | | |
| | Консьерж | |
| | Оператор по бронированию номеров в гостиницах | |
| | Посыльный в отелях | |
| | Уборщики в гостиницах | |
| | | Служащий по инвентаризации |
| | | Носильщик в отелях |
| | | Швейцар, портье |

³² Оливер Канн – эксперт, член Исполнительного комитета Всемирного экономического форума 2018г.

³³ <https://utalents.ru/news/2019/09/17/professii-budushchego-kak-podgotovitsya-k-izmeneniyam-na-rynke-truda>

🕒 ▶ 2025

▶ 7



ОФИС МЕНЕДЖЕР В ТУРАГЕНТСТВЕ

- ▶ С переходом на дистанционную работу и электронный документооборот отпадает необходимость создавать физический офис. Вся работа будет осуществляться в онлайн пространстве.

🕒 ▶ 2025

▶ 2



ОПЕРАТОР МЕХАНИЗИРОВАННОГО РАСЧЕТА В ГОСТИНИЦЕ

- ▶ В связи с переходом на онлайн расчеты за пребывание в гостиницах и других местах временного проживания, а также с внедрением автоматизации учета движения номерного фонда и бухгалтерского учета, потребность в таких специалистах постепенно отпадет.

🕒 ▶ 2035

▶ 3



СЛУЖАЩИЙ ПО ИНВЕНТАРИЗАЦИИ

- ▶ Масштабное внедрение интеллектуальных датчиков, сканеров, использование RFID меток для учета ТМЦ и автоматизация их учета, приведет к тому, что все ТМЦ гостиниц, других мест временного проживания будут оцифрованы. За передвижением ТМЦ, сроками замены и выхода из строя будут наблюдать интеллектуальные устройства, а функции контроля за этими устройствами будут переданы кастелянше или менеджеру цифрового склада.

🕒 ▶ 2020

▶ 4



АГЕНТ ПО ДОСТАВКЕ ЗАКАЗАННЫХ БИЛЕТОВ

- ▶ Уже сегодня в связи с переходом на онлайн заказы билетов, не отмечается потребность в таких сотрудниках. Данной категории специалистов нужно будет искать работу агента по доставке в других отраслях, например, доставщик еды из ресторанов, или овладеть навыкам другой профессии.



🕒 ▶ 2025

▶ 5



АГЕНТ ПО ПРИЕМУ ЗАКАЗОВ НА БИЛЕТЫ

- ▶ Заказ или бронирование авиа, ж/д и др. билетов переходит в онлайн пространство.
- ▶ Онлайн-тревел-агентства и сайты компаний-перевозчиков позволяют легко сопоставлять цены, выбирать наиболее удобный способ передвижения. Поэтому агенты, которые будут подбирать маршрут передвижения, осуществлять посреднические услуги между туристом и компанией-перевозчиком, будут не востребованы.
- ▶ Сегодня в штатном расписании отдельных компаний еще остаются эти специалисты (отдельные категории населения пока не вполне доверяют онлайн заказам или не имеют навыков работы в Интернет), но к 2025 году потребность в них полностью отпадет.

🕒 ▶ 2025

▶ 6



ОПЕРАТОР ПО БРОНИРОВАНИЮ БИЛЕТОВ (АВИА, Ж/Д И Т.Д.)

- ▶ Для того, чтобы забронировать билет на самолет, уже сегодня не нужны посредники. В онлайн пространстве, например, на интегрированных тревел площадках или сайтах компаний-перевозчиков, любой человек может подобрать для себя наиболее выгодный маршрут передвижения (по срокам и цене) и забронировать его.
- ▶ Специалисты, которые раньше выполняли эти функции, становятся не востребованными.

🕒 ▶ 2030

▶ 7



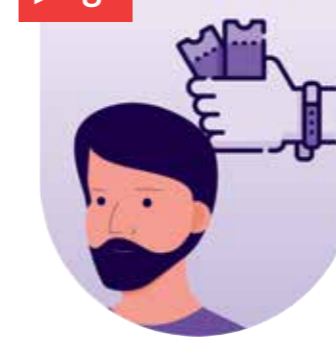
ОПЕРАТОР ПО БРОНИРОВАНИЮ НОМЕРОВ В ГОСТИНИЦАХ

- ▶ Функции бронирования номеров в гостиницах и других местах временного проживания будут переданы устройствам искусственного интеллекта. Помимо бронирования номера, каждый посетитель сможет дистанционно, с помощью виртуального двойника гостиницы, выбрать тот номер, который ему подходит больше всего из незабронированных на тот момент времени номеров.



🕒 ▶ 2020

▶ 8

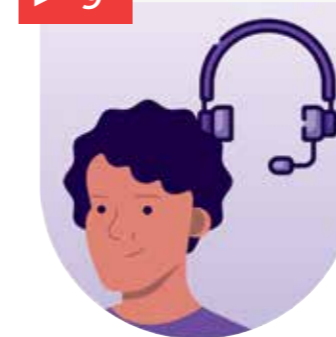


СЛУЖАЩИЙ ПО ВЫДАЧЕ БИЛЕТОВ (В ПУТЕШЕСТВИЯХ)

- ▶ Переход на онлайн заказ билетов и их оплату приведет к тому, что служащие по выдаче туристских путевок и билетов не будут востребованы. В исключительных случаях эту функцию может выполнять турагент.

🕒 ▶ 2025

▶ 9

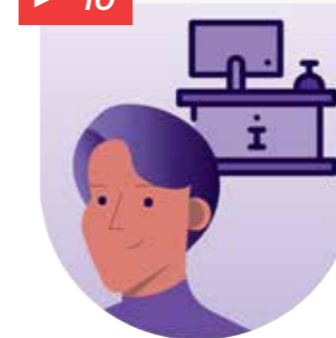


ОПЕРАТОР СВЯЗИ ЦЕНТРА ПРОДАЖ

- ▶ Операторы связи в центрах продаж уже сейчас активно заменяются чат-ботами. Уровень развития данного сервиса настолько развит, что иногда покупатель, обратившийся в центр продаж, не может различить, кто с ним общается – живой человек или бот.

🕒 ▶ 2025

▶ 10

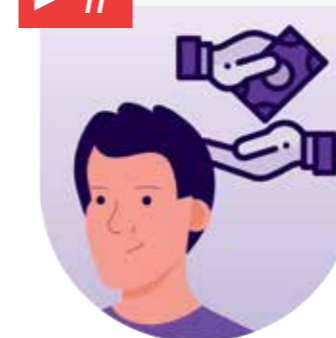


ДЕЖУРНЫЙ ПО ЭТАЖУ (ГОСТИНИЦЫ, КЕМПИНГА, ПАНСИОНАТА)

- ▶ Функции дежурного по этажу будут переданы устройствам ИИ: за порядком будут следить видеорегистраторы аварийные датчики, которые будут передавать всю информацию на центральный пункт охраны. Связь с персоналом и администрацией отеля постояльцы номеров будет осуществляться непосредственно из номеров с помощью устройств голосового и дистанционного управления.

🕒 ▶ 2025

▶ 11



КАССИР, ВКЛЮЧАЯ КАССИРА РЕСТОРАНА И БИЛЕТНОГО КАССИРА

- ▶ Развиваются бесконтактные виды онлайн расчетов, сокращается использование наличных денег. Это приведет к высвобождению работников, обслуживающих кассовые аппараты и принимающих наличные деньги за оплату счета в ресторане, баре, кафе или в кассе при покупке билета.

▶ 2025

▶ 12



МОЙЩИК ПОСУДЫ

▶ Уже сегодня повсеместно используются посудомоечные машины в ресторанах, кафе, барах, столовых и т.д. даже для хрупких приборов. Автоматизация этого участка работы высвободит большое количество работников, которые мыли посуду вручную. В отдельных сегментах такие работники на какое-то время еще останутся, но к 2025 году посудомоечное оборудование вытеснит их полностью с рынка труда.

▶ 2035

▶ 13



НОСИЛЬЩИК В ОТЕЛЕ

▶ Внедрение сервисных роботов вытеснит с рынка труда носильщиков в отелях. Доставка багажа в номер будет поручена сервисным роботам. В элитном сегменте, в котором все обслуживание будет осуществляться классическим персоналом, и доля которого будет минимальна, такой персонал останется. Но в массовом сегменте они будут постепенно исчезать.

▶ 2030

▶ 14



ПОСЫЛЬНЫЙ В ОТЕЛЕ

▶ В настоящее время, по словам экспертов отрасли, в большинстве гостиниц уже отсутствует данная категория персонала. В крупных отелях, там, где сегодня пока невозможно обойтись без посыльных, корреспонденцию, еду и напитки, небольшие грузы постояльцам гостиниц в будущем будут доставлять дроны или сервисные мини роботы. Но в массовом сегменте они будут постепенно исчезать.

▶ 2035

▶ 15



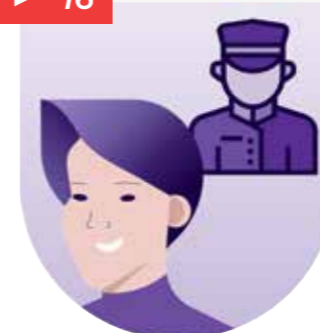
ШВЕЙЦАР, ПОРТЬЕ

▶ Двери в отелях будут автоматически открываться и закрываться, приветствовать посетителей будут интеллектуальные устройства. Данная категория работников может остаться только в элитном сегменте.



▶ 2030

▶ 16



КОНСЬЕРЖ

▶ Функции по консультированию гостей о работе служб отеля и достопримечательностях, а также по оформлению заказов на дополнительные услуги для гостей, будут переданы устройствам ИИ.

▶ 2030

▶ 17



УБОРЩИКИ В ГОСТИНИЦАХ

▶ Услуга будет передана на аутсорсинг клининговым компаниям, гостиницам будет не выгодно содержать свой собственный штат персонала уборщиков.



КУДА ПОЙТИ
УЧИТЬСЯ?

8.





КУДА ПОЙТИ УЧИТЬСЯ?

Следующим этапом в разработке и реализации Атласа новых профессий Казахстана является локализация новых профессий (профессий будущего) туристской отрасли Казахстана, которые были разработаны и предложены ведущими экспертами данной отрасли. В рамках локализации предлагается рассматривать потенциал 20 ведущих вузов, перечень которых был сформирован на основе рейтинга «Образовательных программ вузов по специальности «Туризм» по итогам 2019 года, представленного НПП «Атамекен».

Таблица 1.

Рейтинг вузов для локализации новых профессий туристской отрасли РК.

| | Вузы | Рейтинг | Количество новых профессий |
|----|--|---------|----------------------------|
| 1 | Университет международного бизнеса | 3.61 | 8 |
| 2 | Казахский национальный университет им. аль-Фараби | 3.49 | 14 |
| 3 | Алматинский технологический университет | 3.41 | 9 |
| 4 | Казахский университет экономики, финансов и международной торговли | 3.31 | 7 |
| 5 | Университет иностранных языков и деловой карьеры | 3.29 | 2 |
| 6 | Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева | 3.25 | 12 |
| 7 | Казахстанский инновационная академия | 3.234 | 7 |
| 8 | Казахский университет международных отношений и мировых языков им. Абылай хана | 3.232 | 2 |
| 9 | Университет Нархоз | 3.226 | 10 |
| 10 | Павлодарский государственный университет им. С.Торайгырова | 3.22 | 13 |
| 11 | Университет «Алматы» | 3.215 | 6 |
| 12 | Казахстанско-Американский свободный университет | 3.206 | 5 |
| 13 | Каспийский государственный университет технологии и инжиниринга им. Ш.Есенова | 3.09 | 10 |
| 14 | Южно-Казахстанский государственный университет им. М.Ауэзова | 3.06 | 13 |
| 15 | Казахский государственный женский педагогический университет | 3.01 | 6 |
| 16 | Жетысуский государственный университет им. И.Жансугурова | 2.99 | 9 |
| 17 | Таразский государственный университет им. М.Х. Дулати | 2.85 | 11 |
| 18 | Казахско-Русский международный университет | 2.77 | 8 |
| 19 | Актюбинский региональный государственный университет им. К.Жубанова | 2.743 | 10 |
| 20 | Университет Туран | 2.736 | 9 |

ИСТОЧНИК: Рейтинг «Образовательных программ вузов по специальности «Туризм».³⁴

³⁴ [https://atameken.kz/uploads/content/files/Туризм\(3\).pdf](https://atameken.kz/uploads/content/files/Туризм(3).pdf)

В следующей таблице указаны новые профессии туристской отрасли, подготовка которых проходит в вузах, а также указаны образовательные специализации, на базе которых возможно развернуть локализацию новых профессий.

Локализация новых профессий – это мероприятия, направление на разработку учебно-методических материалов и специальных учебных практик для обучения знаниям, навыкам и компетенциям для новых задач отрасли.



Таблица 2.

Перечень факультетов, необходимых для локализации новых профессий туристской отрасли РК.

| Профессия | | Перечень специализаций факультетов и кафедр, необходимых для локализации новых профессий отрасли |
|-----------|--|--|
| 1 | ЦИФРОВИЗАЦИЯ И БОЛЬШИЕ ДАННЫЕ | |
| 1.1 | Аналитик BigData (в сфере туризма) | 5B090200-Туризм 5B070400-Вычислительная техника и программное обеспечение |
| 1.2 | Специалист по предиктивной аналитике (в сфере туризма) | 5B090200-Туризм 5B070400-Вычислительная техника и программное обеспечение |
| 2 | ТЕХНОЛОГИИ БУДУЩЕГО И ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ | |
| 2.1 | Иммерсивный дизайнер | 5B090200-Туризм 5B070300-Информационные системы |
| 2.2 | Разработчик интеллектуальных туристских платформ | 5B090200-Туризм 5B070300-Информационные системы |
| 2.3 | Разработчик навигатора туристских маршрутов | 5B090200-Туризм 5B070300-Информационные системы |
| 2.4 | Инновационный менеджер (гостиничного бизнеса) | 5B091200-Ресторанное дело и гостиничный бизнес 6M051700-Инновационный менеджмент |
| 2.5 | Оператор обслуживания инновационного оборудования | 5B090200-Туризм 5B070400-Вычислительная техника и программное обеспечение |
| 2.6 | Оператор VR-устройств | 5B090200-Туризм 5B070300-Информационные системы |

| Профессия | | Перечень специализаций факультетов и кафедр, необходимых для локализации новых профессий отрасли |
|-----------|---|--|
| 3 | РАЗВИТИЕ И ПРОДВИЖЕНИЕ ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ | |
| 3.1 | Проектировщик туристско-рекреационных зон | 5B090200-Туризм 5B075200-Инженерные системы и сети |
| 3.2 | Бренд-менеджер туристских дестинации | 5B090200-Туризм 6M051700-Инновационный менеджмент и/или 5B050700-Менеджмент |
| 4 | РАЗВИТИЕ И ПРОДВИЖЕНИЕ ТУРИСТСКИХ ПРОДУКТОВ | |
| 4.1 | Менеджер этнотуризма | 5B090200-Туризм 5B020800-Археология и этнология |
| 4.2 | Менеджер агротуризма | 5B090200-Туризм 5B080100-Агрономия |
| 4.3 | Менеджер экологического туризма | 5B090200-Туризм 5B060800-Экология |
| 4.4 | Менеджер медицинского и доступного туризма | 5B090200-Туризм 5B130100-Общая медицина |
| 4.5 | Интернет-менеджер по продвижению туристских продуктов | 5B090200-Туризм 5B051100-Маркетинг |
| 4.6 | Менеджер безопасного туризма | 5B090200-Туризм 5B073100-Безопасность жизнедеятельности и защита окружающей среды |

**ТАБЛИЦА 3.
КАРТА ЛОКАЛИЗАЦИИ
НОВЫХ ПОФЕССИЙ В ВУЗАХ РК**

| № | Наименование профессии | Университет международного бизнеса | Казахский национальный университет им.Али-Фарabi | Алматынский технологический университет | Казахский университет экономики, финансов и международной торговли | Университет иностранных языков и деловой карьеры | Евразийский национальный университет им.Л.Н.Гумилова | Казахский инновационная академия | Казахский университет международных отношений и мировых языков им.Абдила хана | Университет Нархоз | Павлодарский государственный университет им.С.Торайгырова |
|--|--|--|--|---|--|--|--|----------------------------------|---|--------------------|---|
| | | Направление «Цифровизация и большие данные» | | | | | | | | | |
| 01 | Аналитик Big-Data (в сфере туризма) | ● | ● | ● | ● | | ● | ● | | ● | ● |
| 02 | Специалист по предиктивной аналитике (в сфере туризма) | ● | ● | ● | ● | | ● | ● | | ● | ● |
| Направление «Технологии будущего и искусственный интеллект» | | | | | | | | | | | |
| 01 | Иммерсионный дизайнер | ● | ● | ● | ● | | ● | ● | | ● | ● |
| 02 | Разработчик интеллектуальных туристских платформ | ● | ● | ● | ● | | ● | ● | | ● | ● |
| 03 | Разработчик навигатора туристских маршрутов | | ● | ● | ● | | ● | ● | | ● | ● |
| 04 | Иновационный менеджер (гостиничного бизнеса) | | ● | | | | ● | | | | |
| 05 | Оператор обслуживания инновационного оборудования | ● | ● | ● | ● | | ● | ● | ● | ● | ● |
| 06 | Оператор VR-устройств | ● | ● | ● | | | ● | ● | | ● | ● |
| Направление «Развитие и продвижение туристских дестинаций» | | | | | | | | | | | |
| 01 | Проектировщик туристско-рекреационных зон | | | | | | ● | | | | |
| 02 | Бренд-менеджер туристских дестинации | ● | ● | ● | | ● | | ● | ● | ● | ● |
| Направление «Развитие и продвижение туристских продуктов» | | | | | | | | | | | |
| 01 | Менеджер этнотуризма | | ● | | | | ● | | | | ● |
| 02 | Менеджер агротуризма | | | | | | | | | | ● |
| 03 | Менеджер экологического туризма | | ● | ● | | | ● | | | ● | ● |
| 04 | Менеджер медицинского и доступного туризма | | ● | | | | | | | | |
| 05 | Интернет-менеджер по продвижению туристских продуктов | ● | ● | | ● | ● | | ● | ● | ● | ● |
| 06 | Менеджер безопасного туризма | | ● | | | | | | | | ● |
| Итого: | | 8 | 14 | 9 | 7 | 2 | 12 | 7 | 2 | 10 | 13 |

| Университет Алматы | Казахстанско-Американский свободный университет | Каспийский государственный университет технологий и менеджмента им. Ш.Есенбердина | Южно-Казахстанский государственный университет им.М.Ауэлова | Казахский государственный женский педагогический университет | Жетысуйский государственный университет им.М.Жансуурова | Таразский государственный университет им. М.Х.Дулати | Казахско-Русский международный университет | Акмолинский региональный государственный университет им. К.Жубанова | Университет «Туран» |
|--------------------|---|---|---|--|---|--|--|---|---------------------|
| | | ● | | | ● | ● | ● | ● | ● |
| | | ● | | | ● | ● | ● | ● | ● |
| ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | | ● | ● |
| | | | | | | | | | |
| ● | ● | ● | ● | | | | ● | ● | ● |
| ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| 6 | 5 | 10 | 13 | 4 | 9 | 11 | 8 | 10 | 9 |

A | ЗАКЛЮЧЕНИЕ

9.





ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Туризм является одной из высокодоходных и наиболее динамично развивающихся отраслей мировой экономики. В Казахстане сфера туризма также входит в число приоритетных отраслей экономики, выступая своеобразным катализатором социально-экономического развития страны, так как обладает мощным мультипликативным эффектом на связанную с ней инфраструктуру транспорта, торговли, развлечения и др.

Поэтому так важно реально оценивать и понимать, на каком этапе развития сегодня находится индустрия туризма, в каком направлении движется, какие планы строит на будущее? Именно в этом мы с помощью экспертов туристской отрасли и попытались разобраться. Итогом совместной проделанной работы стал Журнал, который Вы сейчас держите в руках.

В результате систематизации большого объема информации, полученной в ходе проведения форсайт-сессий, подкрепленной глубинными интервью с ведущими экспертами отрасли и опросом экспертов методом анкетирования, сформировалось видение текущего состояния сферы туризма, а также перспектив ее развития на ближайшие 10-15 лет.

По мнению экспертов отрасли, индустрия туризма в Казахстане сегодня переживает непростые времена – отмечается недостаточный уровень развития туристской инфраструктуры, оказывающий существенное влияние на конкурентоспособность туристских дестинаций и объем туристских потоков, отставание отечественного туризма по уровню предоставляемого сервиса от мировых лидеров в сфере туризма. И хотя туристские дестинации Казахстана еще не представлены широко на мировом рынке туризма, но обладая уникальными природными ресурсами и объектами культурно-исторического наследия, наша страна имеет огромный потенциал, чтобы занимать достойное место в мировом туризме.

На развитие туристской отрасли сегодня, да и в ближайшее десятилетие, наибольшее влияние будут оказывать тренды, связанные с цифровизацией и автоматизацией, изменением потребительских предпочтений путешественников.

Все более востребованной становится на рынке туристских услуг комплексная автоматизация бронирования гостиничных номеров и билетов, онлайн оплаты предоставленных услуг. Благодаря которой турагентства и туроператоры предоставят возможность потенциальным клиентам самостоятельно выбирать для себя наиболее подходящий тур и способ передвижения.

Четвертая промышленная революция не только для промышленных предприятий открыла большое количество инновационных технологий, но и для сферы туризма.

В туризме Казахстана, по мнению экспертов отрасли, важнейшую роль в ближайшие 10-15 лет будут играть технологии обработки Big Data, виртуальная и дополненная реальность, биометрическая идентификация, дистанционное и голосовое управление интеллектуальными устройствами гостиничной инфраструктуры.

Наиболее мощной и значимой трансформацией отрасли будет создание централизованных онлайн-тревел-агентств, площадки которых будут объединять всех участников рынка – турагентов и туроператоров, компании по бронированию билетов, отелей, транспортные компании, объекты в области искусства и развлечения и т.д.

Внедрение этих инновационных технологий позволит компаниям отрасли повысить качество сервисных услуг и безопасность пребывания путешественников в нашей стране, привлечет новых туристов и повысит узнаваемость нашей страны на карте мировой туристической индустрии.

Важное значение эксперты отрасли уделяют уровню квалификации персонала, вопросам их подготовки и переподготовки.

Технологическая трансформация и автоматизация сферы туризма будет способствовать высвобождению значительного числа персонала, работу которого с легкостью можно будет перепоручить устройствам искусствен-

ного интеллекта. Усложнение технологий будет требовать от сотрудников компаний освоения новых навыков и компетенций. При этом отдельные технологические инновации потребуют не только появления новых профессий, которые эксперты отрасли в рамках этого проекта постарались спрогнозировать, но и качественно новой системы их подготовки.

В индустрию туризма уже совсем скоро придет поколение специалистов будущего, которое будет существенно отличаться от тех, кто работал вчера и даже от тех, кто работает сегодня. У них будут более высокие требования к своему рабочему месту, условиям труда и его оплате, возможностям продвижения по карьерной лестнице.

Наряду с этим, на специалистов нового поколения будет возлагаться очень большая ответственность за развитие туризма будущего в Казахстане. От их профессионализма, активной жизненной позиции будет зависеть насколько отрасль сможет упрочить свои позиции на мировом рынке, какой уровень технологического развития отрасли будет достигнут, на предоставление каких видов услуг она будет нацелена.

Поэтому уже сегодня, выбирая себе профессию, молодое поколение должно осознавать, как сильно изменится индустрия туризма в будущем, и как много они лично могут для этого сделать.



ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ КОМАНДА ПРОЕКТА

**Состав исследовательской команды, выполнившей работы в рамках проекта «Атлас новых профессий и компетенций туристской отрасли РК»*

| | |
|-------------------------------|-------------------------------------|
| 1. Айсаутов Тимур | Руководитель проектной команды |
| 2. Ерекешев Азамат | Зам. руководителя проектной команды |
| 3. Джон А. Суини | Международный эксперт |
| 4. Йэль Уилларт | Международный эксперт |
| 5. Калкенова Ботагоз | Национальный эксперт |
| 6. Тилеубергенов Илияс | Национальный эксперт |
| 7. Семибратова Галина | Национальный эксперт |
| 8. Курганбаев Ердос | Национальный эксперт |
| 9. Кабылбеков Жантас | Национальный эксперт |
| 10. Кассабеков Мадид | Национальный эксперт |
| 11. Мукатов Арман | Национальный эксперт |
| 12. Нурмаханов Берик | Национальный эксперт |
| 13. Вокарчук Евгений | Национальный эксперт |
| 14. Тайгулова Жанар | Национальный эксперт |
| 15. Аргынбаева Гульжан | Национальный эксперт |
| 16. Маденов Батыр | Национальный эксперт |
| 17. Ермагамбет Дастан | Младший эксперт |
| 18. Досжан Нурканат | Младший эксперт |

A | КОМАНДА
ПРОЕКТА

10.

КОМАНДА ОТРАСЛЕВЫХ ЭКСПЕРТОВ АНПИК ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ

**Список отраслевых экспертов, принявших участие в форсайт-сессии в рамках Атласа новых профессий и компетенций туристской отрасли РК.*

- | | | | |
|-----|---------------------|-----|-----------------------|
| 1. | Абденов Айдын | 26. | Бекбоева Елена |
| 2. | Абдуллаев Бекжан | 27. | Бекбосынова Гульбану |
| 3. | Абдуллина Акжунус | 28. | Бекхожаева Айгуль |
| 4. | Абишева Гульмира | 29. | Бимурзин Куаныш |
| 5. | Абишов Нуржан | 30. | Болат Кенжебек |
| 6. | Адиева Пакизат | 31. | Борашева Сауле |
| 7. | Айгужина Сания | 32. | Бунакова Ирина |
| 8. | Айдарова Акмарал | 33. | Веймер Альбина |
| 9. | Айнабеков Нуржан | 34. | Верницкая Татьяна |
| 10. | Айтекова Куралай | 35. | Витченко Владимир |
| 11. | Айтказина Мадина | 36. | Вышневикий Алексей |
| 12. | Акежанова Айгерим | 37. | Гинаят Ернияз |
| 13. | Актымбаева Алия | 38. | Губаренко Анастасия |
| 14. | Амангельди Арайлым | 39. | Давлетова Гузель |
| 15. | Амангельди Данат | 40. | Даулетбакова Алина |
| 16. | Арапова Гульмира | 41. | Дауренбекова Карлыгаш |
| 17. | Аргинбаева Гульжан | 42. | Джардемов Диас |
| 18. | Аскарова Азиза | 43. | Джексенова Аинур |
| 19. | Ахбердиева Гульмира | 44. | Дуйсембекова Гульжан |
| 20. | Ахелова Акмарал | 45. | Еркинова Саулет |
| 21. | Ахметова Сания | 46. | Ерубоева Гульжан |
| 22. | Байжанов Нурбол | 47. | Есеналиев Даулет |
| 23. | Балгабаева Венера | 48. | Есеналиева Айгерим |
| 24. | Батырбеков Нуржан | 49. | Есеналиева Айгерим |
| 25. | Беймбетова Айгуль | 50. | Есенова Айман |

- | | | | |
|-----|----------------------|------|-----------------------|
| 51. | Есим Аяна | 94. | Полуянова Наталья |
| 52. | Есимова Динара | 95. | Рақымжанова Салтанат |
| 53. | Ешенкулова Гаухар | 96. | Рамашова Айсулу |
| 54. | Жангожаева Эльвира | 97. | Раушан Амантаевна |
| 55. | Жансагимова Аягоз | 98. | Рей Инна |
| 56. | Жумагулова Гульмира | 99. | Руслан Кыдырали |
| 57. | Жунусова Алия | 100. | Сабырбаева Салтанат |
| 58. | Жусупова Алия | 101. | Садыков Жасулан |
| 59. | Имангулова Татьяна | 102. | Сакенов Айдос |
| 60. | Исагалиева Элина | 103. | Саниева Зульфира |
| 61. | Исламбекова Алия | 104. | Сарсенбаев Абылхан |
| 62. | Кабидулова Сауле | 105. | Сейдахметов Марат |
| 63. | Кадырбекова Динара | 106. | Семинар Еркегул |
| 64. | Каирова Шнар | 107. | Сераев Хамет |
| 65. | Капенова Гульмира | 108. | Сергеева Айгул |
| 66. | Карбозова Агжан | 109. | Соколкина Светлана |
| 67. | Кастальская Татьяна | 110. | Соколова Лариса |
| 68. | Касымова Айгерим | 111. | Сулейменова Гульжанат |
| 69. | Кен Сайтжан | 112. | Султанова Виктория |
| 70. | Ковтун Вера | 113. | Терещенко Елена |
| 71. | Козбагарова Асем | 114. | Тикенов Еркин |
| 72. | Лукбанова Дина | 115. | Тукенов Дархан |
| 73. | Мажикеева Сауле | 116. | Тулеев Аскар |
| 74. | Мальшакова Валерия | 117. | Тулепбергенова Бота |
| 75. | Мамутова Клара | 118. | Тусаева Алия |
| 76. | Мамырбекова Динара | 119. | Успаева Арай |
| 77. | Масалитин Вячеслав | 120. | Утешбаева Салтанат |
| 78. | Матаева Ботагоз | 121. | Уткина Надежда |
| 79. | Махамбетова Сауле | 122. | Филиппова Нина |
| 80. | Мусаев Мухамедали | 123. | Хасанова Яна |
| 81. | Муталиева Ляйла | 124. | Хасенов Еркебулан |
| 82. | Мухамеджанова Раушан | 125. | Ходоровская Татьяна |
| 83. | Назарбеков Еркинбек | 126. | Хусаинова Гульнар |
| 84. | Низаматдинова Жулдуз | 127. | Шайкенова Рашида |
| 85. | Никитинский Евгений | 128. | Шамиль Раушан |
| 86. | Нурғалиева Алмагуль | 129. | Шаталина Ольга |
| 87. | Нусупова Лариса | 130. | Шкловский Лев |
| 88. | Огиенко Надежда | 131. | Шонаева Ляззат |
| 89. | Омаров Кайрат | 132. | Шукенова Роза |
| 90. | Омарова Айганым | 133. | Шумакова Гулнур |
| 91. | Омирзакова Мирослава | 134. | Якупчак Юлиана |
| 92. | Орынбасарулы Нуржан | 135. | Якутова Елена |
| 93. | Плохих Роман | | |

ОТРАСЛЕВЫЕ ЭКСПЕРТЫ ПРЕДСТАВЛЯЛИ СЛЕДУЮЩИЕ КОМПАНИИ

- ▶ Комитет индустрии туризма Министерства культуры и спорта РК
- ▶ Управление Туризма Туркестанской области
- ▶ ОЮЛ «Казахстанская туристская ассоциация»
- ▶ ОЮЛ «Национальная курортная ассоциация РК»
- ▶ ОЮЛ «Казахстанская Ассоциация Гостиниц и Ресторанов»
- ▶ ОЮЛ «Столичная ассоциация туризма»
- ▶ ОЮЛ «Евразийская ассоциация туризма»
- ▶ ОЮЛ «Ассоциация индустрии туризма и отдыха «Бурабай»
- ▶ ОИПиЮЛ «Industry Tourism Association of Central Asia (ITACA)»
- ▶ ОИПиЮЛ «Ассоциация Внутреннего и Въездного туризма»
- ▶ Туристическая Ассоциация Северо-Казахстанской области
- ▶ Фонд «Туристiк Қамқор»
- ▶ Департамент развития человеческого капитала НПП Атамекен
- ▶ Региональный центр физической культуры и детско-юношеского туризма Управления образования Акимата Костанайской области
- ▶ Общественный фонд ремесленников Костанайской области «Qoloner»
- ▶ ОПО Алматинский горный кластер
- ▶ Авиатурагентство «ОТРАП ТРЕВЕЛ»
- ▶ АО «НК «Kazakh Tourism»
- ▶ Международная туристская компания «Complete Service»
- ▶ ТОО «Глобал Эйр»
- ▶ ТОО «Инсайд Тревел»
- ▶ ТОО «Карат»
- ▶ ТОО «ПСН Нур-Султан 15»
- ▶ ТОО «Тумар-Транс»
- ▶ ТОО «Туркестан Элит Тур»
- ▶ ТОО «MOUZENIDIS TRAVEL ASTANA»
- ▶ ТОО «SkyWay LTD»
- ▶ ТОО «Transavia Tour»
- ▶ ТОО «V. SULTAN»
- ▶ ТОО Туристская компания «Жетісу»
- ▶ ТОО Турцентр «Золотой караван»
- ▶ ТОО «Open Travel Advisory»
- ▶ Туристическая компания «Саят»
- ▶ Туристская фирма «Gvidon Tour»
- ▶ Туроператор внутреннего туризма «Quanysh»
- ▶ ТОО «Travel Club Kazakhstan»
- ▶ Отель «Рахат Палас»
- ▶ Отель «The Ritz-Carlton»
- ▶ Отель «Достык»
- ▶ Отель «Rixos Almaty»
- ▶ Сеть отелей «Каз Жол»
- ▶ Гостиница «Тахар»
- ▶ Гостиница «Grand Sapphire»
- ▶ Актюбинский региональный университет им. К. Жубанова
- ▶ Алматы менеджмент университет
- ▶ Атырауский государственный университет им. Х.Досмухамедова
- ▶ Евразийский национальный университет им. Н.Л. Гумилева

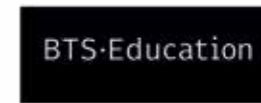
- ▶ Евразийский технологический университет
- ▶ Жетысуский государственный университет им. И. Жансугурова
- ▶ Казахская академия спорта и туризма
- ▶ Казахский национальный университет им. аль-Фараби
- ▶ Казахский университет технологии и бизнеса
- ▶ Казахский университет экономики, финансов и международной торговли
- ▶ Казахстанско-Американский свободный университет
- ▶ Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза
- ▶ Каспийский государственный университет технологий и инжиниринга им. Ш.Есенова
- ▶ Кокшетауский университет им. Абая Мырзахметова
- ▶ Костанайский государственный университет им.А.Байтурсынова
- ▶ Кызылординский университет им. Коркыт Ата
- ▶ Международный казахско-турецкий университет им. Х.А.Ясави
- ▶ Павлодарский государственный университет им. С.Торайгырова
- ▶ Таразский инновационно-гуманитарный университет
- ▶ ТОО «Школа современного искусства «Алтын Адам»
- ▶ Университет «Туран-Астана»
- ▶ Университет КАЗГЮУ им.М.С.Нарикбаева
- ▶ Университет международного бизнеса
- ▶ Центр образования и туризма «Best.kz»
- ▶ Южно-Казахстанский государственный университет им. М.Ауэзова



ПАРТНЕРЫ ПРОЕКТА:



Комитет индустрии туризма
Министерства культуры и
спорта Республики Казахстан



Казахстанская туристская ассоциация



