

Байбуриев Р.М.<sup>а</sup>,  Әділбай Б.С.,  Шөкен А.Ш. 

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Алматы қ., Қазақстан

## ЖАҒАНДЫҚ СЫН-ҚАТЕРЛЕР МЕН ТҰТЫНУШЫЛЫҚ МІНЕЗ-ҚҰЛЫҚТЫҢ ТРАНСФОРМАЦИЯСЫ ЖАҒДАЙЫНДА ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ТУРИЗМНІҢ ҚАЗІРГІ ДАМУ ТЕНДЕНЦИЯЛАРЫ

Байбуриев Руслан Муратович, Әділбай Бекзат Сабырханұлы, Шөкен Айман Шөкенқызы

**Жаһандық сын-қатерлер мен тұтынушылық мінез-құлықтың трансформациясы жағдайында халықаралық туризмнің қазіргі даму тенденциялары**

**Аңдатпа.** Мақала қазіргі заманғы халықаралық туризмнің даму тенденцияларын жаһандық экономикалық, технологиялық және эпидемиологиялық өзгерістер жағдайында анықтауға арналған. Зерттеудің мақсаты – әлемдік туристік нарықтың трансформациясының негізгі бағыттарын жүйелеу, сондай-ақ сұраныс құрылымының өзгеруіне және туристік бағыттардың бәсекеге қабілеттілігіне әсер ететін факторларды айқындау. Әдіснамалық негіз ретінде халықаралық ұйымдардың ғылыми жарияланымдары мен аналитикалық есептерін контент-анализі, статистикалық деректерді салыстырмалы талдау, сондай-ақ авторлық туристерге жүргізілген әлеуметтік сауалнама нәтижелері (n=1056) қолданылды. Зерттеу барысында ішкі және өңірлік туризмнің тұрақты өсім тенденциялары, туристік мінез-құлықты қалыптастырудағы цифрлық технологиялардың рөлі күшейіп келе жатқаны, тұрақты даму мен бағыттардың экологиялық жауапкершілігінің маңыздылығы артып келе жатқаны анықталды. Туристерді мотивациялық сипаттамалары бойынша сегменттеу жүргізіліп, негізгі тұтынушы топтары мен олардың сұранысының ерекшеліктері айқындалды. Туристік нарықтың трансформациясы бизнестің модельдерінің өзгеруімен, бағыттар арасындағы бәсекелестіктің күшеюімен және инновациялық басқару шешімдерін енгізу қажеттілігімен қатар жүреді екені белгіленді. Алынған нәтижелер туристік индустрияның сыртқы өзгерістерге бейімделу тетіктерін ғылыми тұрғыдан тереңірек түсінуге мүмкіндік береді және оларды ұлттық және өңірлік деңгейде туризмнің тұрақты дамыту стратегияларын әзірлеуде, сондай-ақ туристік бағыттардың бәсекеге қабілеттілігін арттыруға бағытталған туристік ұйымдардың қызметінде қолдануға болады.

**Түйін сөздер:** халықаралық туризм, жаһандық туристік трендтер, туризмнің тұрақты дамуы, туристік сұраныстың трансформациясы, туристердің мінез-құлқы, туристік дестинациялардың бәсекеге қабілеттілігі, жаһандық туристік нарық.

Байбуриев Руслан Муратович, Адильбай Бекзат Сабырханұлы, Шөкен Айман Шөкенқызы

**Современные тенденции развития международного туризма в условиях глобальных вызовов и трансформации потребительского поведения**

**Аннотация.** Статья посвящена выявлению современных тенденций развития международного туризма в условиях глобальных экономических, технологических и эпидемиологических изменений. Цель исследования заключается в систематизации ключевых направлений трансформации мирового туристского рынка, а также в определении факторов, влияющих на изменение структуры спроса и конкурентоспособность туристских дестинаций. Методологическую основу составили контент-анализ научных публикаций и аналитических отчетов международных организаций, сравнительный анализ статистических данных, а также результаты авторского социологического опроса туристов (n=1056). В ходе исследования выявлены устойчивые тенденции роста внутреннего и регионального туризма, усиление роли цифровых технологий в формировании туристского поведения, повышение значимости устойчивого развития и экологической ответственности дестинаций. Проведена сегментация туристов по мотивационным характеристикам, что позволило определить ключевые группы потребителей и особенности их спроса. Установлено, что трансформация туристского рынка сопровождается изменением бизнес-моделей, усилением конкуренции между дестинациями и необходимостью внедрения инновационных управленческих решений. Полученные результаты расширяют научное понимание механизмов адаптации туристской индустрии к внешним шокам и могут быть использованы при разработке стратегий устойчивого развития туризма на национальном и региональном уровнях, а также в деятельности туристских организаций, направленной на повышение конкурентоспособности туристских направлений.

**Ключевые слова:** международный туризм, глобальные туристские тренды, устойчивое развитие туризма, трансформация туристского спроса, поведение туристов, конкурентоспособность дестинаций, глобальный туристский рынок.

Baiburiyev Ruslan Muratovich, Adilbay Bekzat Sabyrkhanuly, Shaken Aiman Shakenkyzy

### Contemporary trends in international tourism development under global challenges and transformation of consumer behavior

**Abstract.** The article aims to identify contemporary trends in the development of international tourism under conditions of global economic, technological, and epidemiological changes. The purpose of the study is to systematize the key directions of transformation in the global tourism market and to determine the factors influencing changes in demand structure and the competitiveness of tourist destinations. The methodological framework includes content analysis of scientific publications and analytical reports of international organizations, comparative analysis of statistical data, and the results of an author's sociological survey of tourists (n=1056). The study reveals stable trends in the growth of domestic and regional tourism, the increasing role of digital technologies in shaping tourist behavior, and the growing importance of sustainable development and environmental responsibility of destinations. A segmentation of tourists based on motivational characteristics was carried out, which made it possible to identify key consumer groups and specific features of their demand. It was established that the transformation of the tourism market is accompanied by changes in business models, increasing competition between destinations, and the need to implement innovative management solutions. The results obtained expand the scientific understanding of the mechanisms of adaptation of the tourism industry to external shocks and may be used in developing strategies for sustainable tourism development at national and regional levels, as well as in the practical activities of tourism organizations aimed at improving the competitiveness of tourist destinations.

**Key words:** international tourism, global tourism trends, sustainable tourism, tourism demand transformation, tourist behavior, destination competitiveness, global tourism market.

**Кіріспе.** Халықаралық туризм – бүгінгі таңда әлемдік экономиканың ажырамас бөлігіне айналды, өзіндік табиғаты жағынан, туризм саласы өте серпінді және күрделі құбылыс. Соңғы он жылда туризм саласы елеулі өзгерістерге ұшырады: жаһандану процестері, технологиялық прогресс, геосаяси ахуалдың тұрақсыздануы, экологиялық мәселелердің шиеленісуі – осының бәрі халықаралық туризмнің жаңа бет-бейнесін қалыптастыруда шешуші рөл атқарды. Туризмнің трансформациялық сипатын айқындайтын тағы бір маңызды фактор – тұтынушылардың өзгермелі талаптары мен күтулері. Қазіргі заманғы турист бұрынғы пассивті қызмет алушы емес: ол саяхатты жоспарлауға белсенді қатысады, жеке тәжірибелерді іздейді, экологиялық жауапкершілікті бағалайды және цифрлық технологиялар арқылы өзінің таңдауын қалыптастырады.

Мақалада халықаралық туризмнің дамуындағы негізгі үрдістер кешенді талдауға алынды. Себебі, тұтынушылардың өзгермелі мінез-құлқы мен туристік нарықтың трансформациясы арасындағы себеп-салдарлық байланыс бұрынғы ғылыми еңбектерде жеткілікті дәрежеде ашылмаған. Зерттеуде тұтынушылық сұраныстың эволюциясы – жай статистикалық деректер ретінде емес, туристік саланың құрылымдық өзгерістерін қозғаушы күш ретінде қарастырылады. Зерттеудің ғылыми жаңалығы халықаралық туризмді статикалық емес, үздіксіз жаңарып отыратын динамикалық жүйе ретінде тұжырымдамалық тұрғыдан қайта қарастырылуында жатыр. Осы тұжырым туризм теориясы мен практикасы үшін жаңа зерттеу

бағыттарын ашуға және саланы мемлекеттік реттеу тетіктерін жетілдіруге ықпал етеді деп күтілуде.

Халықаралық туризм бүгінгі таңда мемлекеттердің экономикалық өсуінің маңызды қозғаушы күшіне, валюталық түсімдердің негізгі көздеріне және миллиондаған адамдарға жұмыс орындарын қамтамасыз ететін стратегиялық маңызды салаға айналуда. 2024 жылы туризм мен қонақжайлық индустриясы әлемдік ЖІӨ-ге жалпы үлесі 10,9 триллион АҚШ долларын құрады, бұл жаһандық экономиканың 10 %-ын білдіреді. Сонымен қатар, туризм саласы 2024 жылы әлем бойынша 357 миллион жұмыс орнын қамтамасыз етті, бұл әр 10-шы жұмыстың 1-іне сәйкес келеді [1]. Туризмнен түсетін халықаралық түсім 2024 жылы 1,6 триллион АҚШ долларына жетті, бұл нақты мәнде 2023 жылмен салыстырғанда 3 %-ға және 2019 жылмен салыстырғанда 4 %-ға артық [2].

**Зерттеудің мақсаты** – жаһандық әлеуметтік-экономикалық және эпидемиологиялық қиындықтар жағдайында халықаралық туризмнің дамуындағы заманауи үрдістерді анықтау және жүйелеу, сондай-ақ туризм индустриясының тұрақты даму тұрғысынан трансформациясын талдау және Қазақстан Республикасында оларды жүзеге асырудың ерекшеліктерін айқындау.

#### **Зерттеудің міндеттері:**

– Халықаралық туризмнің қазіргі жағдайын талдау. Пандемиядан кейінгі кезеңдегі туристік ағымдардың қалпына келу динамикасын зерделеу және әлемдік туризм нарығының негізгі көрсеткіштерін бағалау.

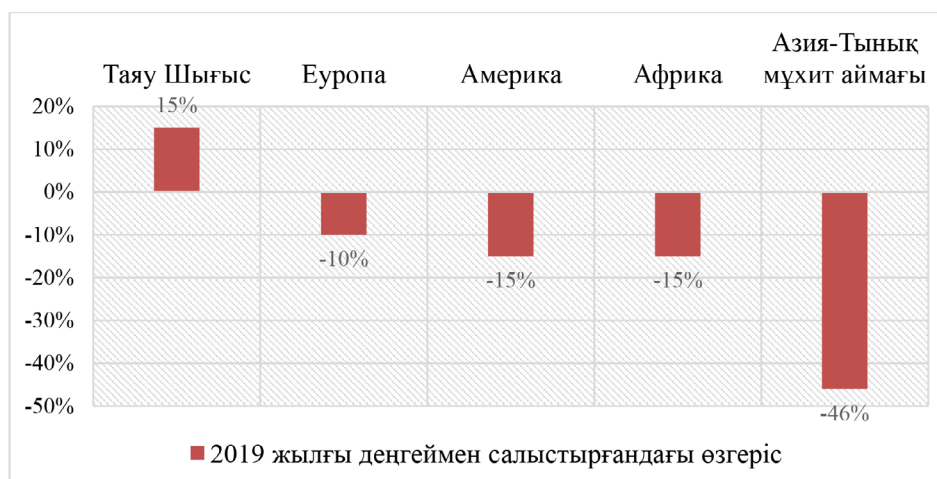
– Саяхатшылардың мінез-құлық үлгілерін зерттеу. Өртүрлі туристік сегменттердің мо-

тивациялары, қалаулары және тұтыну мінез-құлқын сипаттайтын кластерлерді анықтау және талдау.

– Туризм индустриясындағы бизнес-модельдердің трансформациясын талдау. Қонақ үй саласындағы, тәжірибелік туризмдегі инновациялық басқару тәсілдері мен бизнес-стратегияларын зерттеу.

Әлемдік экономиканың ең серпінді дамып келе жатқан салаларының бірі болып табылатын

халықаралық туризм жаһандану процестерінің қарқынды дамуы мен технологиялық прогрестің әсерінен түбегейлі өзгерістерді бастан кешуде. 2025 жылы әлемде 1,52 миллиард халықаралық турист тіркелген болатын, бұл 2024 жылмен салыстырғанда 4 %-ға немесе 60 миллион туристке артық, аталмыш көрсеткіш туризм саласының 2019 жылғы пандемиядан кейінгі және 2023 жылғы ағымдар санына қарағанда (сурет 1) елеулі қалпына келуін көрсетеді.



Сурет 1 – 2023 жылғы аймақтар бойынша туристік ағымдардың қалпына келу қарқыны (авторлар [3] дереккөз негізінде құрастырған)

Аймақтық тұрғыдан қарайтын болсақ, 2024 жылы туризмнің қалпына келуі әртүрлі болды. Таяу Шығыс аймағы ең күшті көрсеткіштерге жетіп, 2024 жылы пандемияға дейінгі деңгейден 32 %-ға жоғары, 95 миллион келушіні қабылдады. Африка 74 миллион турист қабылдап, 2019 жылмен салыстырғанда 7 %-ға артық болды. Еуропа, әлемдегі ең ірі туристік аймақ ретінде, 2024 жылы 747 миллион халықаралық келушіні қабылдады. Америка континенті пандемияға дейінгі көрсеткіштердің 97 %-ын қалпына келтіріп, 213 миллион туристті тіркеді.

Жекелеген елдер ерекше табыстарға қол жеткізді. Франция 2024 жылы 102 миллион халықаралық келушіні қабылдай отырып, жылына 100 миллионнан астам туристті қабылдаған алғашқы ел болды. Катар, Албания, Колумбия, Мальта және Сербия сияқты елдер өте күшті өсім көрсетті, бұл туристік нарықтардың әртараптандырылуын көрсетеді.

Алайда, туризм саласы климаттық өзгерістер, геосаяси тұрақсыздық, пандемиялық қауіптер және тұрақты даму қағидаттарын

сақтау қажеттілігі сияқты бірқатар қиындықтарға тап болуда. Туризм саласы 2024 жылы жаһандық ЖІӨ-нің 10 %-ын құрағанымен, климаттық әсерлер мен қоғамдастықтарға түсетін салмақ сияқты сыртқы факторларды шешу қажеттілігі күн тәртібінде тұр. Бұл жағдайлар халықаралық туризм дамуының жаңа бағыттары мен үрдістерін зерделеуді, оның болашақ келешегін болжауды және тиімді басқару механизмдерін әзірлеуді өзекті міндетке айналдырады.

Қазақстан Республикасы, туризм индустриясын экономикалық әртараптандыру, аймақтық даму және халықаралық бәсекеге қабілеттілікті арттыру үшін перспективті сала ретінде қарастырады. Осыған байланысты, әлемдік және ұлттық туризмді дамыту үрдістерін талдау және оларды елдің әлеуметтік-экономикалық жағдайларына бейімдеу ерекше өзекті болып табылады.

Көптеген отандық және шетелдік авторлар өз жұмыстарында ғаламдық туризм нарығына сараптама жүргізіп, даму перспек-

тиваларын талдаған [4–6]. Кейбір зерттеулер заманауи туризм индустриясын ілгерілетуде ғаламдық өзгерістер, соның ішінде, әсер ететін табиғи-антропогендік факторларға арналған [7-8]. Көптеген зерттеулер туризм үрдістерін статистикалық мәліметтерге шолу жасау арқылы сипаттама мен талдау жүргізуге бағытталған. Мысалы, 2019-2024 жылдар аралығында жарияланған әдебиетке шолу (n=148 мақала) жасанды интеллект пен тұрақты туризм арасындағы байланыстардың көпшілігі оң, болжамды, жалпы және оптимистік екенін көрсетті [9]. Алайда бар зерттеулердің көпшілігі бұл мәселенің жекелеген қырларын ғана талдаумен шектеледі немесе оны тар аяда қарастырады.

Осыған орай, халықаралық туризм дамуының негізгі бағыттары мен үрдістеріне әсер ететін негізгі факторларды анықтап, оның келешегін болжауға бағытталған практикалық ұсыныстарды әзірлеу үшін кешенді зерттеу жүргізу қажеттілігі туындайды. Осылайша, бұл зерттеу аталмыш мәселені шешуге бағытталған.

**Әдістер мен материалдар.** Зерттеудің эмпирикалық базасы ретінде отандық және шетел ғалымдарының ғылыми ізденістері мен еңбектері, халықаралық аналитикалық ұйымдардың есептері ұсынылған деректер болып табылады. Зерттеудің негізгі дерек көзі ретінде авторлармен құрастырылған сауалнама нәтижелері пайдаланылды.

Зерттеу барысында келесі ғылыми әдістер қолданылды:

– контент-талдау – есептегі негізгі тақырыптар мен үрдістерді жүйелеу, кешенді әдіснамаға негізделген, сандық және сапалық деректерді пайдалану.

– салыстырмалы талдау – аймақтар мен туристік сегменттер арасындағы айырмашылықтарды анықтау; әлемнің ірі қалаларын алты өлшем бойынша бағалау жүргізілді: жергілікті экономика, жергілікті қауымдастық, туристік тәжірибе, инфрақұрылым, табиғат пен қоршаған орта, мәдениет пен мұра.

– жүйелік тәсіл – туризм экожүйесінің элементтері арасындағы өзара байланыстарды анықтау. 2013 жылдан 2024 жылға дейінгі кезеңдегі уақыт бойынша өзгерістерді талдау, туризм трендтерінің эволюциясын қадағалау үшін ұзақ мерзімді деректер қарастырылды.

Зерттеу үдерісі бір-бірімен өзара логикалық байланыстағы бірнеше негізгі кезеңдерді қамтыды.

1. Зерттеудің бастапқы кезеңінде туризм және қонақжайлылық саласының қазіргі

дамуына қатысты отандық және шетелдік ғылыми еңбектерге, халықаралық ұйымдардың аналитикалық есептеріне шолу жасалынды.

2. Жиналған деректер жүйеленіп, өңделді және талданды. Бұл кезеңде контент-талдау, салыстырмалы талдау және құрылымдық-функционалдық талдау әдістері қолданылды. Өртүрлі өңірлердегі (Еуропа, Азия, Америка) туристік даму үрдістері салыстырылып, туристік сұраныс пен ұсыныс құрылымындағы айырмашылықтар анықталды.

3. Аналитикалық нәтижелер Қазақстанның ұлттық туризм жүйесінің ерекшеліктері тұрғысынан интерпретацияланды. Бұл кезеңде ішкі туризмді дамыту, өңірлік туристік кластерлерді қалыптастыру, туристік инфрақұрылым мен кадрлық әлеуетті жетілдіру мәселелері талқыланды.

4. Зерттеудің соңғы кезеңінде жүргізілген талдау негізінде ғылыми қорытындылар тұжырымдалды. Туризм және қонақжайлылық саласының тұрақты дамуын қамтамасыз етуге бағытталған практикалық ұсыныстар әзірленді. Алынған нәтижелердің ғылыми және практикалық маңыздылығы бағаланып, болашақ зерттеулерге арналған перспективалық бағыттар айқындалды.

Әдістемелік тұрғыдан зерттеу сапалық және сандық тәсілдерді ұштастыру арқылы жүргізілді, бұл алынған нәтижелердің ғылыми негізділігін қамтамасыз етті.

**Нәтижелер.** Халықаралық ұйымдармен берілген статистикалық мәліметтерді зерттеу нәтижесі, 2020 жылы халықаралық туристік ағымның 75 %-ға төмендегеннен кейін туризмнің 2024 жылдың соңына қарай толық қалпына келгендігін көрсетеді. Халықаралық ішкі туризм 2030 жылға қарай жылына 3 % өсіп, жыл сайын туристік түнеу саны 19 миллиардқа жетеді деп күтілуде. Осы уақыт аралығында халықаралық саяхат өзінің тарихи орташа деңгейі бойынша тоғыз миллиард түнеуге дейін өсетіндігін көрсетеді.

Жүргізілген зерттеулер саяхат шығындарының үш негізгі сегментін анықтады. Ішкі туризм нарығы әлемдік туристік шығындардың 75 %-ын құрайды және 2030 жылға қарай 6,0 триллион доллардан 8,6 триллион долларға дейін өседі деп болжанады. Аймақ ішіндегі саяхат екінші ең үлкен сегмент болып табылады, ол 16 %-дан 20 %-ға дейін өседі деп күтілуде. Аймақтар арасындағы саяхат қазіргі уақытта 9 %-ды құрайды және 2030 жылға қарай 11 %-ға дейін өседі (сурет 2).



Сурет 2 – Әлемдік туристік шығындардың 2030 жылға дейінгі өзгеріс болжамы (авторлар [9] дереккөз негізінде құрастырған)

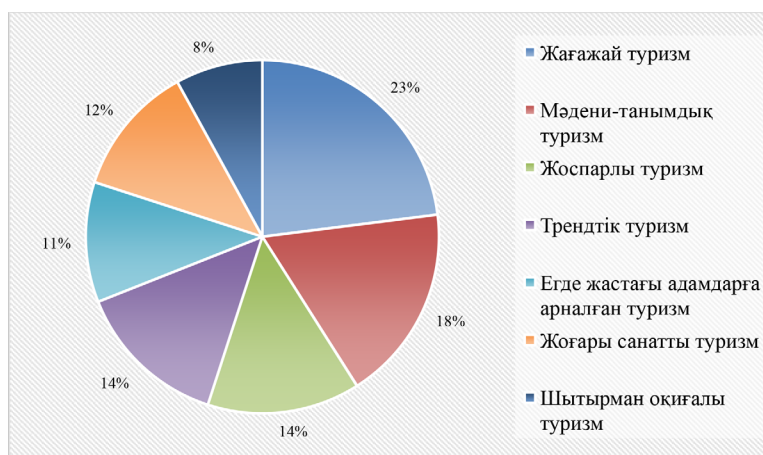
Еуропада халықаралық сапарлардың 70 %-ы аймақ ішінде қалады, ең танымал бағыттар Испания (18 %), Италия (10 %) және Франция (8 %) болып табылады. Азия аймағында аймақ ішіндегі саяхат қазіргі уақытта халықаралық сапарлардың шамамен 60 %-ын құрайды, бұл үлестің 2030 жылға қарай 64 %-ға дейін өсуі күтілуде.

Дәстүрлі туристік нарықтар (Солтүстік Америка, Океания және Батыс Еуропа) әлемдік туристік шығындардың 57 %-ынан 2030 жылға қарай 49 %-ға дейін төмендейді деп болжауға болады. Керісінше, жаңадан енген саяхатшылар саны (Таяу Шығыс және Солтүстік-Шығыс Азия) 23 %-дан 30 %-ға дейін өседі, ал өсіп келе жатқан дәстүрлі нарықтар (Шығыс Еуропа, Оңтүстік Азия, Оңтүстік-Шығыс Азия) 20 %-дан 21 %-ға дейін өседі.

Үндістан ерекше назар аударуды қажет етеді. Үндістандық саяхатшылардың шығын-

дары 2030 жылға қарай жылына 9 % өсіп, 217 миллиард доллардан 319 миллиард долларға жетеді деп болжанады. Шығыс Еуропа шығындары жылына 7 % өсіп, 148 миллиард доллардан 176 миллиард долларға жетеді. Оңтүстік-Шығыс Азия да жылына 7 % өсіп, 228 миллиард доллардан 369 миллиард долларға жетеді [10].

Халықаралық туризм дамуына әсер етуші, туристердің саяхаттау мақсатын анықтау үшін, отандық нарықта авторлармен жүргізілген туристер арасындағы сауалнама нәтижесі (1056 респондент), келесідей көрсеткіштерге ие болды (сурет 3). Сауалнама жүргізу арқылы, зерттеуші топ саяхатшылардың жеті анық кластерін (саяхат мақсатын) анықтауға мүмкіндік алды, олардың әрқайсысы өзіндік мотивациялары мен мінез-құлық үлгілеріне ие.



Сурет 3 – Саяхатқа деген ортақ көзқарастары мен мотивацияларын білдіретін саяхатшылар тобы (авторлармен құрастырылған)

Сауалнама нәтижесі бойынша, отандық демалыс пен жағажай саяхатын ұнататын туристер салыстырмалы түрде сирек саяхаттап, өз қаражаттарын үнемді жұмсайды, көпшілігі жеңіл қолжетімді танымал дестинацияларды қалайтындығы анықталды. Мәдени-танымдық туризм іздеушілері белсенді және жоғары бюджетті саяхатшылар болып табылады, олар әдетте демалысқа тәулігіне 150 доллардан астам қаражат жұмсайды.

Жоспарлы саяхатшылар (14 %) шынайы, мұқият таңдалған саяхаттарға таңдамалы түрде көп қаражат жұмсауға дайын, бірақ жалпы шығындарға мұқият қарайды. Трендке сезімтал саяхатшылар (14 %) жоғары бюджетті топ (демалысқа тәулігіне 150 доллардан астам қаражат жұмсайды) және дестинацияларды таңдау барысында әуелі достар мен отбасына (79 %), содан кейін әлеуметтік медиаға (62 %) жүгінеді.

Егде жастағы саяхатшылар (11 %) сирек саяхаттайтын, көбінесе жасы үлкен саяхатшылардан тұрады және жиі баратын дестинацияларға қайтып оралады. Жоғары санатты саяхатшылар (12 %) саяхат кезінде жоғары сапалы қонақ үйлерде тоқтайды және тек 20 %-ы құнның маңызды фактор екенін айтады. Шытырман оқиға іздеушілер (8 %) жас сегмент, саяхат мақсаттары

бірегей кездестіру мүмкіндіктерін ұсынатын белсенді демалыстарды ұнатады.

Қазіргі таңда, әлемдік нарықта люкс туризмге деген сұраныс, кез келген басқа саяхат сегментінен жылдамырақ өсуі күтілуде, әсіресе Азия мен Еуропа аймақтарында. Ғылыми ізденіс аясында, люкс саяхаттар туризм нарығының 35 %-ы ала отырып, турдың таза құны 100 мыңнан – 1 миллион доллар аралығындағы саяхатшылардан тұратынын көрсетеді. Бұл «люкс» сегменті дәстүрлі жоғары таза құнды жеке тұлғалардан (1-5 миллион доллар), өте жоғары таза құнды жеке тұлғалардан (5-30 миллион доллар) және ультражоғары таза құнды жеке тұлғалардан (30 миллион доллардан астам) айтарлықтай ерекшеленеді.

Жас бойынша сегментация 60 жастан төмен адамдар люкс демалысқа жұмсалатын шығындардың 80 %-ын құрайтынын көрсетеді. Бұл люкс провайдерлер үшін орта жастағы тұтынушыларға, соның ішінде жасөспірім балалары бар отбасыларға және перспективалы өмірлік құны жоғары жас сегментке назар аудару қажеттілігін көрсетеді.

Халықаралық туризм дамуының негізгі үрдістерін талқылайтын болсақ, жүргізілген зерттеу жұмыстары, алты өлшем бойынша (сурет 4) төрт негізгі дестинация архетипін анықтады.



Сурет 4 – Туристік дестинацияға ықтимал әсер тигізетін көрсеткіштер (авторлар [11] дереккөз негізінде құрастырған)

Туристік дестинацияға әсер тигізетін көрсеткіштер, әлем қалаларын біріктіруге бағытталған негізгі 4 дестинация архетипін жасауға көмектесті:

1. Маусымдық асыра жүктелген дестинациялар (Канкун, Дубровник, Марракеш қалалары) – келушілердің жоғары шоғырлануы, шектеулі

туристік ағымды басқару қабілеттерімен үйлеседі.

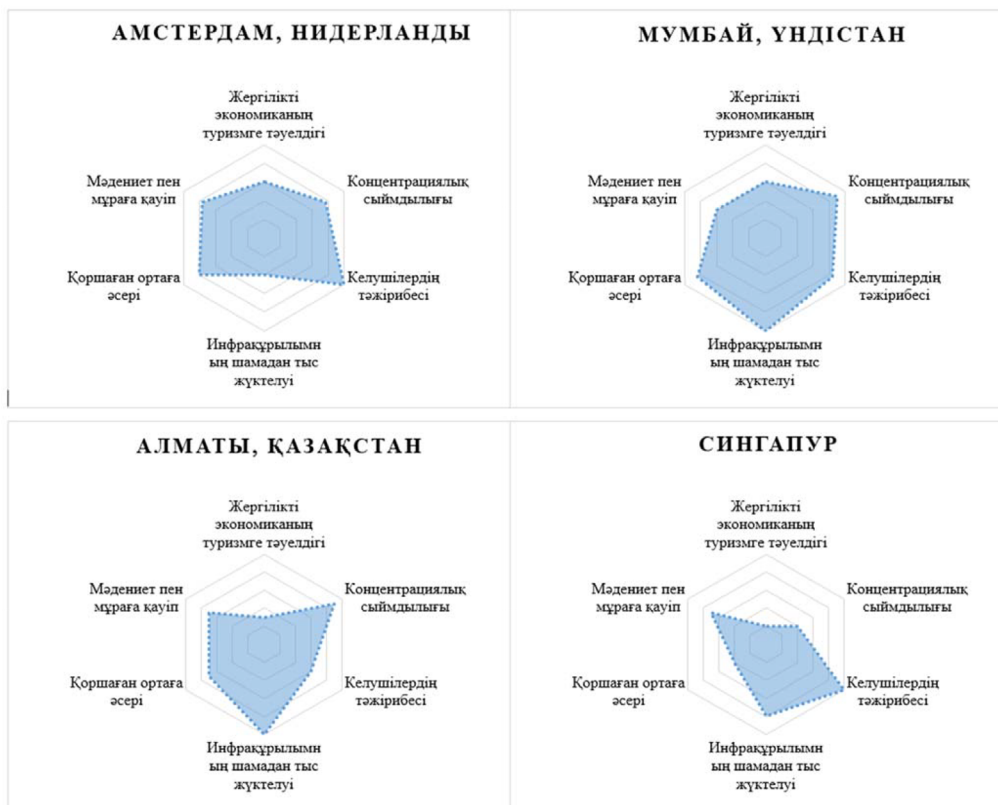
2. Өсіп келе жатқан күйзелген дестинациялар (Лос-Анджелес, Манила, Мумбай қалалары) – қазіргі уақытта келушілердің шектеулі санын қабылдайды, аталмыш дестинациялар шектеулі туризмді басқарудан туындаған күйзелген инфрақұрылым белгілерін көрсетеді.

3. Белсенді басқарылатын дестинациялар (Амстердам, Бангкок, Дубай қалалары) – келушілердің жоғары шоғырлануын қабылдайды және жауап ретінде сенімді келушілерді басқару ағындарын әзірлейді.

4. Теңдестірілген қуаттылық дестинациялары (Абу-Даби, Лима, Сингапур қалалары) – салыстырмалы түрде аз келушілерді қабылдайды,

бірақ дамыған туризмді басқару жүйелерін енгізген.

Алынған нәтижелердің визуалдық көрінісі жасалынып (сурет 5), архетиптер арасындағы байланыстар белгіленді. Статистикалық деректерді талдау және шетелдік авторлардың ғылыми еңбектерін жүйелі түрде зерделеу нәтижесінде туристік тәуекелдің шоғырлану деңгейі, сондай-ақ квинтильдер бойынша көрсеткіштер айқындалды [9]. Аталған әдістемелік тәсіл туристік тәуекелдердің аумақтық және құрылымдық ерекшеліктерін кешенді бағалауға мүмкіндік берді. Зерттеу нәтижелері әлемдік деңгейде туристік дестинациялардың даму үрдістерін, олардың бәсекеге қабілеттілігі мен тұрақтылық деңгейін анықтауға негіз қалады.



Сурет 5 – Дестинациялардың туристік дайындығының көпөлшемді талдауы (авторлармен құрастырылған)

Консолидация соңғы онжылдықты анықтаған басқа негізгі тренд болды. Бірнеше қонақ үй брендтері стратегиялық сатып алулар арқылы негізгі географиялық аймақтар мен тұтынушы сегменттеріндегі өздерінің орындарын тез өсірді, жол бойында масштаб экономикасына қол жеткізді.

Сонымен қатар, туризм индустриясы қазіргі таңда тұрақты даму мақсаттарын жүзеге асыруда, әлеуметтік нәтижелерге қол жеткізуде маңызды рөл атқарады. Кең ауқымды жаңа бағыттарды жылжыту мен кері байланыстар, мемлекеттік-жекеменшік серіктестікті нығайту арқылы туризм индустриясы туристік бағыттардың

инфрақұрылымын жаңғырту мен қайта құруға, тұрғындардың өмір сүру сапасын жақсартуға үлес қосады [12].

Круиз саласы әлемдік туризм нарығының тек 2 %-ын құрағанымен, соңғы онжылдықта табыстың жылына 6 % өсуіне қол жеткізді. Жаңа саяхатшыларды тарту және жаңа тәжірибелерді ұсыну негізгі өсу стратегиялары болды. 3000-нан астам орны бар мегакемелер 2015 жылдан бері әлемдік круиз флотының 27 %-дан 47 %-ға дейін өсті. Жағажайда экскурсиялар мен кемедегі казинолар сияқты қосымша қызмет түрлері орташа есеппен табыстың 30 %-ын құрады [13].

Тақырыптық саябақтарға саяхаттау соңғы онжылдықта жылына 3 % өсті. Азия-Тынық мұхит аймағы 2013-2021 жылдар аралығында жаңадан келуші туристердің жалпы санының 57 %-ын құрады. Миллениал ата-аналардың 78 %-ы және миллениал ата-ана емес адамдардың 75 %-ы тақырыптық саябаққа баруға қызығушылық танытады.

Туризмнің қарқынсыз дамуы көптеген дестинацияларда келушілердің шоғырлануының артуына әкелуде, бұл инфрақұрылымды асыра жүктеуге, табиғи және мәдени тартымдылықтарға зиян келтіруге әкелуі мүмкін. Зерттеу дестинациялардың осы қысымды болжау және азайту үшін белсенді шаралар қабылдауы керек екенін көрсетеді.

**Талқылау.** Халықаралық саяхат тартымды болғанымен, ішкі туризм әлі де нарықтың негізгі бөлігін құрайды және жаһандық саяхат шығындарының 75 %-ын береді. Бұл маңызды мағынаға ие, себебі туристік мекемелер халықаралық саяхатшыларға назар аударардан бұрын отандық туризмнің толық әлеуетін қамтамасыз етуі керек. Сондай-ақ, аймақ ішіндегі саяхат ішкі сапарлардан кейінгі ең үлкен саяхат сегменті болып табылады [14].

Осы тұрғыдан алғанда, туристік дестинацияның бәсекеге қабілеттілігі тек маркетингтік белсенділікпен ғана емес, ең алдымен ұсынылатын қызметтердің нақты сапасымен айқындалады. Келушілердің қанағаттану деңгейі – осы сапаның ең шынайы және тікелей өлшемі болып табылады, өйткені ол нарықтың ешқандай сүзгісіз тұтынушының субъективті, бірақ шынайы бағасын бейнелейді. Қазақстан бойынша жиналған деректер де осы тезисті нақты сандармен растайды.

2025 жылдың қаңтар-шілде айларын қамтитын кезең ішінде жүргізілген зерттеу нәтижелері бойынша кіру туризміндегі келу-шілердің қанағаттану дәрежесі бірнеше қызмет салалары бойынша жеке-жеке бағаланды (кесте 1) [15]. Кестеде берілген деректер бес балдық шкала бойынша жіктелген: «өте жақсы» (5), «жақсы» (4), «қанағаттанарлық» (3), «жаман» (2) және «өте жаман» (1).

Кесте 1 – Қанағаттану дәрежесіне байланысты кіру келушілердің саны, қаңтар-шілде 2025 жыл [15]

Қызмет түрлері	Сапармен қанағаттандыру сатысы				
	5	4	3	2	1
	өте жақсы	жақсы	қанағаттанарлық	жаман	өте жаман
Орналастыру бойынша қызмет	17 494	2 006	96	2	491
Қоғамдық тамақтандыру объектілерінің қызметі	19 408	2 687	323	38	470
Көлік қызметі	18 133	2 964	222	58	459
Демалыс және ойын-сауық қызметтері	15 226	2 941	266	40	458
Экскурсиялық қызмет (гидтер қызметі)	10 786	2 340	664	183	494
Сапармен қанағаттану дәрежесін көрсеткен кіру келушілер саны	20 055	2 315	318	134	406

Сапармен жалпы қанағаттану дәрежесі бойынша бағасын берген 20 055 келуші «өте жақсы» деп белгілеген, бұл жалпы туристік тәжірибенің оң екенін аңғартады. Алайда «өте жаман» санатындағы 406 жауап, сондай-ақ «жа-

ман» деңгейіндегі 134 пікір назардан тыс қалмауы тиіс: бұл – туристік дестинацияның имиджіне тікелей зиян келтіруі мүмкін аудитория.

Осылайша, кестенің деректері ішкі туризм нарығының маңыздылығы туралы

жоғарыда келтірілген тезисті нақты контекстпен толықтырады: жоғары тұтынушылық қанағаттану – бұл ішкі де, халықаралық та туристік ағындарды ұстап тұрудың басты тетігі. Тұтынушының бағасы бір рет теріс болса, ол қайта оралмайды; бірақ оң тәжірибе туристің «бренд-елшіге» айналуына, яғни ауызша жарнаманың ең тиімді тетігіне айналуына жол ашады. Бұл тұжырым халықаралық туризмнің трансформациясы контекстінде сапа менеджментін стратегиялық басымдыққа айналдырудың қажеттілігін тағы бір мәрте дәлелдейді.

Жаһандық дағдарыстар туризм саласын қатты күйзелтті, әсіресе COVID-19 пандемиясы, әлемнің тұрақсыз саяси жағдайы аталмыш салаға үлкен әсер етіп, жоспарлау мен болжамдар шығаруға үлкен назар аудару қажеттігін көрсетті. Жаһандық дағдарыстар салдарынан, адамдар күнделікті өмірлерін әдеттегідей жалғастыра алмады. 2019 жылғы пандемия туризм бизнесіне екі тұрғыдан әсер етті: біріншіден, сұраныс жағы, бұл туристердің денсаулық, психологиялық және әлеуметтік қауіп туралы түсініктеріне қатысты болса, екіншісі ұсыныс жағы, бұл өтімділік мәселелерімен, жұмыс орындарының жоғалуымен, қозғалыс шектеулерімен және тағы басқалай әсер тигізді. Жаһандық өзгерістер қонақжайлылық, туристік және көлік салаларында шектеу ережелердің салдарынан туристік сыйымдылықтың азаюына жол ашты. Алайда, әлемде болып жатқан өзгерістер, жаңа туристік нарықтар мен трендтердің пайда болуына үлкен себепкер болды, әсіресе туристік талғамдардың трансформациясы, ішкі туризм нарығының дамуына, әсіресе Қазақстан үшін, өзінің оңтайлы жағын көрсете алды. Оның айғағы ретінде, 2025 жылғы ішкі туристер саны 2019 жылғы көрсеткіштермен салыстырғанда 1,5 есе артқан, дәлірек айтқанда былтыр Қазақстанда 6,5 миллион турист ел ішінде саяхат жасаған.

**Қорытынды.** Қазіргі таңда, еліміздің үкіметі өз назарын туристік бизнеске аударып бастады, дегенмен ол тұтастай алғанда экономикаға жұмыс істеуі керек екендігі енді ғана айтыла бастады. Әлем елдерінің үкіметтері туризм саласына төмен пайыздық несиелер, салықтық демалыстар немесе кепілдік бағдарламалары, қосымша құн салығын уақытша төмендету және басқа да шаралар түрінде қаржылық көмек көрсету үстінде. Мысал ретінде – Еуропалық Комиссия шағын компанияларға көмектесу үшін «Коронавирусқа қарсы инвестициялық бастама» атты бағдарламаға 37 миллиард еуро қаражат жұмсады. Сондай-ақ, дипломатиялық және халықаралық байланыс арналары арқылы туристік бағыттарды насихаттау және жарнамалау үкіметтің негізгі алға қойған міндеті екендігі жиі айтылып жатыр [16]. Туристердің сенімін қалпына келтіруде және олардың жағымды әсерлерін қалыптастыруда үкіметтер маңызды рөл атқаруда.

Ауыр зардап шеккен туристік секторды қалпына келтіру ақпараттың дәл, уақтылы және сенімді түрде таратылуына байланысты. Ақпаратты тарату саяхатшылардың тәуекелдерді қалай қабылдайтынына және оларға қалай жауап беретініне айтарлықтай әсер етеді. Туристердің назарын, хабардарлығын, сенімін және адалдығын жақсы жоспарланған маркетингтік коммуникация арқылы дамытуға болады. Алдағы 4-5 жыл аралығында, денсаулық сақтау және қауіпсіздік мәселелеріне байланысты шектеулерге байланысты жаппай туризмнің орнына тар нарықтарды іздеу қажеттілігі туындауы мүмкін [17]. Нәтижесінде, туроператорлар әртүрлі бағыттарды жеке тұлғаларға немесе шағын топтарға жарнамалай алады. Сонымен қатар, туристік топтар бағыттың қауіпсіздігін, тағамның сапасын, медициналық қызметтердің қолжетімділігін және тағы басқаларын атап өту арқылы өз қамту аясын кеңейте алады.

## Әдебиеттер тізімі

- 1 Travel & Tourism Economic Impact Research. – URL.: <https://wtcc.org/research/economic-impact> (қол жеткізілген күні: 24.01.2026).
- 2 International tourism recovers pre-pandemic levels in 2024. – URL.: <https://www.untourism.int/news/international-tourism-recovers-pre-pandemic-levels-in-2024> (қол жеткізілген күні: 25.01.2026).
- 3 Текущие тенденции в области международного туризма. – URL.: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/unwtogad.2023.4.g51w645001604516> (қол жеткізілген күні: 25.01.2026).
- 4 Веткина А.В., Саидова Л.И., Мударисов Р.Г. Мировые тренды развития туризма в эпоху глобализации // Международная торговля и торговая политика. – 2024. – Vol. 10 (2). – pp. 33-45. DOI: 10.21686/2410-7395-2024-2-33-45
- 5 Tso E. The Evolution of Global Tourism: Trends, Challenges, and Opportunities // International Journal of Open Publication and Exploration. – 2017. – Vol. 5. – Iss. 1. – pp. 21-26. URL.: [https://www.researchgate.net/publication/384055504\\_The\\_Evolution\\_of\\_Global\\_Tourism\\_Trends\\_Challenges\\_and\\_Opportunities](https://www.researchgate.net/publication/384055504_The_Evolution_of_Global_Tourism_Trends_Challenges_and_Opportunities) (қол жеткізілген күні: 25.01.2026).

- 6 Кенжин Ж.Б., Куангалиева Т.К., Нурсапина К.У., Мукина Г.С., Домалатов Е.Б. Современный кризис мирового туристического рынка и возможности выхода // *Economy: strategy and practice*. – 2023. – Vol. 18(1). – pp. 133-144. DOI: 10.51176/1997-9967-2023-1-133-144.
- 7 Li S., Li H., Song H., Chen M. Mitigating Tourism Social Costs during a Pandemic: Evaluating Residents' Perceptions and Behavioral Intentions // *Journal of Travel Research*. – 2021. – Vol. 61. – pp. 493-510. DOI: 10.1177/00472875211000447.
- 8 Motevalli-Taher F., Paydar M.M. Supply chain design to tackle coronavirus pandemic crisis by tourism management // *Applied Soft Computing*. – 2021. – Vol. 104. – 107217. DOI: 10.1016/j.asoc.2021.107217.
- 9 Now boarding: Faces, places, and trends shaping tourism in 2024. – URL.: <https://www.mckinsey.com/industries/travel/our-insights/now-boarding-faces-places-and-trends-shaping-tourism-in-2024#/> (қол жеткізілген күні: 25.01.2026).
- 10 Thushara S. C., Su J. J., Bandara J. S. Forecasting international tourist arrivals in formulating tourism strategies and planning: The case of Sri Lanka // *Cogent Economics & Finance*. – 2019. – Vol. 7 (1). – Iss. 1. – Art. 1699884. DOI: 10.1080/23322039.2019.1699884.
- 11 Dupeyras A., MacCallum N. Indicators for Measuring Competitiveness in Tourism: A Guidance Document, OECD Tourism Papers, 2013/02/ – Paris: OECD Publishing, 2013. DOI: 10.1787/5k47t9q2t923-en.
- 12 Buhalis D., Leung X.Y., Fan D., Darcy S., Chen G., Xu F., Wei-Han Tan G., Nunkoo R., Farmaki A. Editorial: Tourism 2030 and the contribution to the sustainable development goals: the tourism review viewpoint // *Tourism Review*. – 2023. – Vol. 78 (2). – pp. 293–313. DOI: 10.1108/TR-04-2023-620.
- 13 Smirnov A., Smolokurov E., Timofeeva E., Krovsh S. Features of Development of Sea Cruise Tourism // *Transportation Research Procedia*. – 2022. – Vol. 61. – pp. 147-154. DOI: 10.1016/j.trpro.2022.01.024.
- 14 Nicula, V. Developments in the international tourism market before and after the pandemic // *Revista Economică*. – 2024. – Vol. 76 (3). – pp. 52-62. DOI: 10.56043/reveco-2024-0024.
- 15 Туризм статистикасы. Электрондық кестелер (2025). – Текст : электронды // Қазақстан Республикасы стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігінің Ұлттық статистика бюросы. – URL: <https://stat.gov.kz/en/industries/business-statistics/stat-tourism/spreadsheets/> (қол жеткізілген күні: 19.03.2026)
- 16 Thomas A., Chopra M. On how big data revolutionizes knowledge management / *Digital transformation in business and society*, Springer Books. – 2020. – pp. 39-60. DOI: 10.1007/978-3-030-08277-2\_3.
- 17 Fuchs G., Reichel A. An exploratory inquiry into destination risk perceptions and risk reduction strategies of first time vs. repeat visitors to a highly volatile destination // *Tourism Management*. – 2011. – Vol. 32 (2). – pp. 266-276. DOI: 10.1016/j.tourman.2010.01.012.

## References

- 1 Travel & Tourism Economic Impact Research. – URL.: <https://wtcc.org/research/economic-impact> (қол жеткізілген күні: 24.01.2026).
- 2 International tourism recovers pre-pandemic levels in 2024. – URL.: <https://www.untourism.int/news/international-tourism-recovers-pre-pandemic-levels-in-2024> (қол жеткізілген күні: 25.01.2026).
- 3 Tekushhie tendencii v oblasti mezhdunarodnogo turizma. – URL.: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/unwtogad.2023.4.g51w645001604516> (қол жеткізілген күні: 25.01.2026).
- 4 Vetkina A.V., Saidova L.I., Mudarisov R.G. Mirovye trendy razvitiya turizma v jepohu globalizacii // *Mezhdunarodnaja torgovlja i trgovovaja politika*. – 2024. – Vol. 10 (2). – pp. 33-45. DOI: 10.21686/2410-7395-2024-2-33-45
- 5 Tso E. The Evolution of Global Tourism: Trends, Challenges, and Opportunities // *International Journal of Open Publication and Exploration*. – 2017. – Vol. 5. – Iss. 1. – pp. 21-26. URL.: [https://www.researchgate.net/publication/384055504\\_The\\_Evolution\\_of\\_Global\\_Tourism\\_Trends\\_Challenges\\_and\\_Opportunities](https://www.researchgate.net/publication/384055504_The_Evolution_of_Global_Tourism_Trends_Challenges_and_Opportunities) (қол жеткізілген күні: 25.01.2026).
- 6 Kenzhin Zh.B., Kuangaliev T.K., Nursapina K.U., Mukina G.S., Domalatrov E.B. Sovremennyy krizis mirovogo turisticheskogo rynka i vozmozhnosti vyhoda // *Economy: strategy and practice*. – 2023. – Vol. 18(1). – pp. 133-144. DOI: 10.51176/1997-9967-2023-1-133-144.
- 7 Li S., Li H., Song H., Chen M. Mitigating Tourism Social Costs during a Pandemic: Evaluating Residents' Perceptions and Behavioral Intentions // *Journal of Travel Research*. – 2021. – Vol. 61. – pp. 493-510. DOI: 10.1177/00472875211000447.
- 8 Motevalli-Taher F., Paydar M.M. Supply chain design to tackle coronavirus pandemic crisis by tourism management // *Applied Soft Computing*. – 2021. – Vol. 104. – Art. 107217. DOI: 10.1016/j.asoc.2021.107217.
- 9 Now boarding: Faces, places, and trends shaping tourism in 2024. – URL.: <https://www.mckinsey.com/industries/travel/our-insights/now-boarding-faces-places-and-trends-shaping-tourism-in-2024#/> (қол жеткізілген күні: 25.01.2026).
- 10 Thushara S. C., Su J. J., Bandara J. S. Forecasting international tourist arrivals in formulating tourism strategies and planning: The case of Sri Lanka // *Cogent Economics & Finance*. – 2019. – Vol. 7 (1). – Iss. 1. – Art. 1699884. DOI: 10.1080/23322039.2019.1699884.
- 11 Dupeyras A., MacCallum N. Indicators for Measuring Competitiveness in Tourism: A Guidance Document, OECD Tourism Papers, 2013/02/ – Paris: OECD Publishing, 2013. DOI: 10.1787/5k47t9q2t923-en.
- 12 Buhalis D., Leung X.Y., Fan D., Darcy S., Chen G., Xu F., Wei-Han Tan G., Nunkoo R., Farmaki A. Editorial: Tourism 2030 and the contribution to the sustainable development goals: the tourism review viewpoint // *Tourism Review*. – 2023. – Vol. 78 (2). – pp. 293–313. DOI: 10.1108/TR-04-2023-620.
- 13 Smirnov A., Smolokurov E., Timofeeva E., Krovsh S. Features of Development of Sea Cruise Tourism // *Transportation Research Procedia*. – 2022. – Vol. 61. – pp. 147-154. DOI: 10.1016/j.trpro.2022.01.024.
- 14 Nicula, V. Developments in the international tourism market before and after the pandemic // *Revista Economică*. – 2024. – Vol. 76 (3). – pp. 52-62. DOI: 10.56043/reveco-2024-0024.

- 15 Turizm statistikasy. Jelektronдық kester (2025). – Tekst : jelektronды // Қазақстан Respublikasy strategijalyқ zhosparlau zhәне reformalar agenttiginiң Ұлттық statistika bjurosy: – URL: <https://stat.gov.kz/en/industries/business-statistics/stat-tourism/spreadsheets/> (қол zhetkizilgen күни: 19.03.2026)
- 16 Thomas A., Chopra M. On how big data revolutionizes knowledge management / Digital transformation in business and society, Springer Books. – 2020. – pp. 39-60. DOI: 10.1007/978-3-030-08277-2\_3.
- 17 Fuchs G., Reichel A. An exploratory inquiry into destination risk perceptions and risk reduction strategies of first time vs. repeat visitors to a highly volatile destination // Tourism Management. – 2011. – Vol. 32 (2). – pp. 266-276. DOI: 10.1016/j.tourman.2010.01.012.

#### АВТОРЛАР ТУРАЛЫ АҚПАРАТ // ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ // INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

***“Автор для корреспонденции (первый автор)”***

**Байбуриев Руслан Муратович** – PhD, доцент м.а., әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Алматы қ., Қазақстан.

***“Хат-хабарларға арналған автор (бірінші автор)”***

**Байбуриев Руслан Муратович** – PhD, и.о. доцента, Казахский национальный университет им. аль-Фараби, г. Алматы, Казахстан.

***“The Author for Correspondence (The First Author)”***

**Baiburiyev Ruslan Muratovich** – PhD, acting Associated professor, Al-Farabi Kazakh national university, Almaty, Kazakhstan.

**e-mail:** [Ruslan.Baiburiev@kaznu.edu.kz](mailto:Ruslan.Baiburiev@kaznu.edu.kz)

**ORCID:** <https://orcid.org/0000-0001-8752-9190>

**Әділбай Бекзат Сабырханұлы** – магистр, оқытушы, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Алматы қ., Қазақстан.

**Адилбай Бекзат Сабырханұлы** – магистр, преподаватель, Казахский национальный университет им. аль-Фараби, г. Алматы, Казахстан.

**Adilbay Bekzat Sabyrkhanuly** – Master degree, lecturer, Al-Farabi Kazakh national university, Almaty, Kazakhstan.

**e-mail:** [Adilbay.b@mail.ru](mailto:Adilbay.b@mail.ru)

**ORCID:** <https://orcid.org/0009-0009-8554-1052>

**Шәкен Айман Шәкенқызы** – PhD, доцент м.а., әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Алматы қ., Қазақстан

**Шакен Айман Шакенқызы** – PhD, и.о. доцента, Казахский национальный университет имени аль-Фараби, г. Алматы, Казахстан

**Shaken Aiman Shakenkyzy** – PhD, acting Associated professor, Al-Farabi Kazakh national university, Almaty, Kazakhstan

**e-mail:** [Aiman.Shaken@kaznu.edu.kz](mailto:Aiman.Shaken@kaznu.edu.kz)

**ORCID:** <https://orcid.org/0000-0002-6730-6245>