

¹Мирзакаримова А.Н.^а, ¹Кадырбекова Д.С., ²Винокурова Е.И.,
¹Утегалиева А.Д., ³Кадырбекова С.С.

¹Казахская академия спорта и туризма, Алматы, Казахстан

²Казахский национальный медицинский университет им. С. Асфендиярова, Алматы, Казахстан

³META University, Алматы, Казахстан

ГЕНЕРАТИВНЫЙ ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В ТУРИЗМЕ: АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОБЗОР ТЕХНОЛОГИЙ, ПРАКТИК И ВОЗМОЖНОСТЕЙ

Мирзакаримова Анара Нурмухамедовна, Кадырбекова Динара Сериковна,
Винокурова Елена Ивановна, Утегалиева Алмажан Джусуповна, Кадырбекова Сауле Сериковна

Генеративный искусственный интеллект в туризме: аналитический обзор технологий, практик и возможностей

Аннотация. Актуальность исследования обусловлена активным внедрением технологий генеративного искусственного интеллекта в туристскую индустрию и необходимостью систематизации направлений, возможностей и ограничений их практического применения. Цель исследования заключается в систематизации основных направлений использования генеративного ИИ, анализе существующих практик его внедрения и выявлении возможностей и ограничений применения данной технологии при формировании и реализации туристского продукта. Рассмотрена интеграция генеративного ИИ на различных этапах клиентского пути туриста: от поиска и обработки информации и планирования путешествия до выбора и бронирования туристских услуг, сопровождения туристов и посттуристского взаимодействия. Методологическую основу исследования составили системный и сравнительный анализ, контент-анализ научной литературы, аналитических отчетов и цифровых материалов, а также процессный и SWOT-анализ. Проанализирован опыт применения генеративного ИИ международными туристскими и цифровыми платформами, включая Booking.com, Expedia Group, Google, Airbnb, а также перспективы развития данных технологий в Казахстане. Анализ рассмотренных практик показал, что основные направления использования генеративного ИИ связаны с персонализацией туристских услуг, автоматизацией коммуникаций, интеграцией отдельных этапов клиентского пути и оптимизацией бизнес-процессов туристских организаций. Выявлены ограничения и риски, связанные с достоверностью генерируемого контента, защитой персональных данных, кибербезопасностью и необходимостью контроля результатов генерации. Сделан вывод о перспективности дальнейшей интеграции генеративного ИИ в туристскую деятельность при условии разработки механизмов контроля качества, защиты данных и ответственного использования технологии.

Ключевые слова: генеративный искусственный интеллект, туристская индустрия, цифровая трансформация, персонализация, клиентский путь туриста, туристский продукт, цифровая экосистема.

Мирзакаримова Анара Нурмухамедовна, Кадырбекова Динара Сериковна,
Винокурова Елена Ивановна, Утегалиева Алмажан Джусуповна, Кадырбекова Сауле Сериковна

Туризмдегі генеративтік жасанды интеллект: технологияларға, тәжірибелер мен мүмкіндіктерге талдамалық шолу

Аңдатпа. Зерттеудің өзектілігі туристік индустрияға генеративті жасанды интеллект технологияларын белсенді енгізумен және оларды тәжірибелік қолданудың бағыттарын, мүмкіндіктері мен шектеулерін жүйелеу қажеттілігімен байланысты. Зерттеудің мақсаты генеративті ЖИ-ді пайдаланудың негізгі бағыттарын жүйелендіру, оны енгізудің қолданыстағы тәжірибелерін талдау және туристік өнімді қалыптастыру және іске асыру кезінде осы технологияны қолдану мүмкіндіктері мен шектеулерін анықтау болып табылады. Туристің клиенттік жолының түрлі кезеңдерінде: ақпаратты іздеу мен өңдеуден және саяхатты жоспарлаудан бастап туристік қызметтерді таңдау мен брондауға, туристерді сүйемелдеуге және посттуристік өзара іс-қимылға дейін генеративті ЖИ интеграциясы қаралды. Зерттеудің әдіснамалық негізін жүйелі және салыстырмалы талдау, ғылыми әдебиетті, талдамалық есептерді және цифрлық материалдарды контент-талдау, сондай-ақ процестік және SWOT-талдау құрады. Халықаралық туристік және цифрлық платформалардың, оның ішінде Booking.com, Expedia Group, Google және Airbnb платформаларының генеративті ЖИ-ді қолдану тәжірибесі, сондай-ақ Қазақстанда осы технологияларды дамыту перспективалары талданды. Қаралған тәжірибені талдау генеративті ЖИ-ді пайдаланудың негізгі бағыттары туристік қызметтерді дербестендірумен, коммуникацияларды автоматтандырумен, клиенттік жолдың жекелеген кезеңдерін ықпалдастырумен және туристік ұйымдардың бизнес-процестерін оңтайландырумен байланысты екенін көрсетті. Генерацияланатын контенттің дұрыстығына, дербес деректерді қорғауға, киберқауіпсіздікке және генерация нәтижелерін бақылау қажеттілігіне байланысты шектеулер мен тәуекелдер анықталды. Сапаны бақылау, деректерді қорғау және технологияны жауапкершілікпен пайдалану тетіктерін өзірлеу шартымен генеративті ЖИ-ді туристік қызметке одан әрі ықпалдастырудың перспективалылығы туралы қорытынды жасалды.

Түйін сөздер: генеративті жасанды интеллект, туризм индустриясы, цифрлық трансформация, жекелендіру, туристің тұтынушылық жолы, туристік өнім, цифрлық экожүйе.

Mirzakarimova Anara Nurmukhamedovna, Kadyrbekova Dinara Serikovna, Vinokurova Elena Ivanovna, Utegaliyeva Almazhan Dzhusupovna, Kadyrbekova Saule Serikovna

Generative artificial intelligence in tourism: an analytical review of technologies, practices, and opportunities

Abstract. The relevance of the study is determined by the active adoption of generative artificial intelligence technologies in the tourism industry and the need to systematize the areas, opportunities, and limitations of their practical application. The aim of the study is to systematize the main areas of generative AI application, analyze existing implementation practices, and identify the opportunities and limitations of using this technology in the development and delivery of tourism products. The integration of generative AI at different stages of the tourist customer journey is examined, from information search and processing and trip planning to the selection and booking of tourism services, assistance during travel, and post-trip interaction. The methodological framework of the study includes systems and comparative analysis, content analysis of scientific literature, analytical reports and digital materials, as well as process and SWOT analysis. The study analyzes generative AI practices implemented by international tourism and digital platforms, including Booking.com, Expedia Group, Google, Airbnb, as well as the prospects for the development of these technologies in Kazakhstan. The analysis of the practices examined shows that the main areas of generative AI application are associated with the personalization of tourism services, automation of communications, integration of individual stages of the customer journey, and optimization of business processes in tourism organizations. Limitations and risks related to the reliability of generated content, personal data protection, cybersecurity, and the need for human oversight of generated outputs are identified. The study concludes that the further integration of generative AI into tourism activities is promising, provided that mechanisms for quality control, data protection, and responsible use of the technology are developed.

Key words: generative artificial intelligence, tourism industry, digital transformation, personalization, tourist customer journey, tourism product, digital ecosystem.

Введение. В последние годы мировая индустрия туризма, наряду с другими секторами экономики, переживает интенсивную цифровую трансформацию, обусловленную развитием и внедрением современных информационных технологий. Широкое распространение онлайн-платформ, технологий анализа данных и искусственного интеллекта (далее – ИИ) сформировало предпосылки для нового этапа цифровизации, связанного с развитием генеративного искусственного интеллекта. Генеративный ИИ становится одним из инструментов создания контента, персонализации предложений и проектирования туристских услуг. В отличие от традиционных систем ИИ, преимущественно ориентированных на анализ данных, классификацию и прогнозирование, генеративные модели способны создавать новый контент, включая тексты и изображения, а также формировать персонализированные рекомендации, что расширяет возможности их применения при разработке, продвижении и потреблении туристских продуктов [1].

Интерес к применению генеративного ИИ в туристской индустрии связан прежде всего с возможностями персонализации услуг, автоматизации отдельных операций и информационного сопровождения принятия решений на различных этапах путешествия. Инструменты на основе ИИ интегрируются в цифровые платформы и используются при поиске информации, планировании поездок, выборе и бронировании туристских услуг, а также во взаимодействии с пользователями. Крупные международные цифровые платформы,

включая Booking.com, Expedia, Google и Airbnb, внедряют инструменты на основе ИИ для поиска и систематизации туристской информации, планирования путешествий, формирования персонализированных рекомендаций и совершенствования взаимодействия с пользователями [2-5]. В Казахстане развитие данного направления связано с общим курсом на цифровую трансформацию и внедрение технологий искусственного интеллекта, обозначенным в Послании Президента Республики Казахстан К.-Ж. Токаева 2025 года [6].

В международной повестке цифровизация и инновации рассматриваются как значимые факторы развития туризма. Вместе с тем, несмотря на быстрое распространение технологий генеративного ИИ, исследования их применения в туристской индустрии охватывают различные аспекты и направления, что обуславливает необходимость систематизации накопленных научных и практических результатов. Актуальным представляется обобщение существующих подходов к применению генеративного ИИ, анализ практик его внедрения, а также определение возможностей, ограничений и рисков использования данной технологии в туристской деятельности [7].

В этом контексте целью исследования является систематизировать основные направления применения генеративного искусственного интеллекта в туризме, проанализировать существующие практики его внедрения и определить возможности и ограничения использования данной технологии в туристской деятельности.

Задачи исследования:

- систематизировать современные направления применения генеративного ИИ в сфере туризма;
- проанализировать и обобщить зарубежный и отечественный опыт использования генеративного ИИ туристскими компаниями и цифровыми платформами;
- выявить возможности и перспективные направления использования генеративного ИИ в туристской деятельности;
- определить основные ограничения и риски применения генеративного ИИ, включая вопросы достоверности генерируемого контента, защиты персональных данных и кибербезопасности.

Материалы и методы. Методологическую основу исследования составили системный и сравнительный анализ, анализ содержания научных публикаций и отраслевых материалов, процессный подход и SWOT-анализ. Процессный подход применялся для рассмотрения возможностей использования генеративного искусственного интеллекта на последовательных этапах формирования и реализации туристского продукта: при поиске информации и выборе направления, планировании и бронировании путешествия, сопровождении туриста во время поездки и взаимодействии с ним после ее завершения.

Источниковую базу исследования составили научные публикации 2022–2026 гг. на русском и английском языках, опубликованные в отечественных и зарубежных рецензируемых научных изданиях [8–13]. При анализе учитывались публикации, посвященные применению искусственного интеллекта и генеративного ИИ в туризме и индустрии гостеприимства, цифровизации туристской деятельности, персонализации туристских услуг, а также возможностям и рискам использования данных технологий.

Отдельную группу источников составили официальные материалы UN Tourism, государственных органов Республики Казахстан, а также цифровых туристских платформ Booking.

com, Expedia Group, Google и Airbnb [2-5, 7, 14]. Данные материалы использовались для анализа конкретных отраслевых практик, примеров внедрения генеративного ИИ и развития цифровых сервисов, создающих инфраструктурную основу для применения ИИ-технологий.

SWOT-анализ проводился на основе результатов анализа научных публикаций. К сильным и слабым сторонам были отнесены внутренние характеристики применения генеративного ИИ туристскими организациями, к возможностям и угрозам – внешние технологические, рыночные, социальные и институциональные факторы. Содержательно близкие положения объединялись; распределение выявленных факторов по четырем категориям осуществлялось авторами с учетом их направленности (положительной или отрицательной) и характера происхождения (внутреннего или внешнего). Экспертная оценка факторов не проводилась, в связи с чем SWOT-матрица представляет собой качественную аналитическую систематизацию результатов, представленных в изученных источниках.

Результаты. Генеративный искусственный интеллект представляет собой класс систем искусственного интеллекта, способных создавать новый контент – тексты, изображения и комбинированные медиаматериалы – на основе пользовательских запросов (промтов) [8].

В туристской индустрии технологии искусственного интеллекта находят применение в различных процессах – от поиска и обработки информации до персонализации туристских предложений и взаимодействия с потребителями. Развитие генеративного ИИ расширяет возможности таких систем за счет создания контента и формирования персонализированных рекомендаций. Для определения характера происходящих изменений целесообразно сопоставить возможности генеративного ИИ с ранее применявшимися цифровыми технологиями в туристской сфере (таблица 1).

Таблица 1 – Процессы трансформации туристских технологий (составлено авторами на основе источника [8]).

Функциональная область	Традиционные технологии	Генеративные технологии	Ключевые эффекты трансформации
Поиск информации	Поисковые системы на основе ключевых слов	Запросы на естественном языке и ИИ-ассистенты	Более интуитивное и человекоподобное взаимодействие
Планирование поездки	Заранее заданные маршруты и ручное планирование	Генерация персонализированных маршрутов с помощью ИИ	Глубокая персонализация

Создание контента	Ручная подготовка описаний и маркетинговых материалов	Автоматическая генерация текстов, программ и предложений	Масштабируемость и повышение эффективности
Рекомендательные системы	Фильтрация на основе пользовательских данных	Контекстно-ориентированные генеративные рекомендации	Динамическая адаптация предложений
Обслуживание потребителей	Чат-боты со скриптами	Разговорный ИИ с контекстными ответами	Улучшение пользовательского опыта
Маркетинг	Традиционные фото и видео	Генерация изображений и виртуальных сред	Повышение визуальной привлекательности
Принятие решений	Аналитика на основе прошлых данных	Генерация прогнозов и сценариев	Проактивное управление на основе данных

Данные таблицы 1 свидетельствуют о расширении функциональных возможностей цифровых технологий, применяемых в туристской индустрии. В отличие от традиционных систем, функционирующих преимущественно на основе заданных алгоритмов и правил, генеративный ИИ позволяет создавать новый контент, поддерживать диалоговое взаимодействие с пользователем и формировать персонализированные рекомендации. При этом развитие генеративного ИИ целесообразно рассматривать не как совокупность отдельных технологических решений, а в контексте его интеграции в различные процессы туристской деятельности.

Практика зарубежных компаний демонстрирует различные направления применения генеративного ИИ в туризме. Так, цифровая туристская платформа Booking.com в 2023 году представила AI Trip Planner, разработанный с использованием больших языковых моделей. Сервис позволяет пользователям взаимодействовать с системой на естественном языке, получать рекомендации по направлениям, объектам размещения и достопримечательностям, а также использовать их при планировании путешествия [2].

Компания Expedia Group развивает инструменты генеративного ИИ для информационного сопровождения путешественников. Разработанный компанией помощник Romie предназначен для поддержки планирования поездки с учетом предпочтений пользователя, включая подбор вариантов размещения и маршрутов, а также корректировку отдельных элементов поездки при изменении ее условий. Кроме того, Expedia интегрировала возможности ChatGPT в свои цифровые сервисы для поиска и планирования путешествий с использованием запросов на естественном языке [3].

Технологии ИИ применяются также в туристском маркетинге. В рамках кампании Fake

Brit Till You Make It национальная туристская организация Великобритании использовала инструменты искусственного интеллекта для работы с голосовым контентом и региональными акцентами, демонстрируя возможности применения ИИ в интерактивных маркетинговых коммуникациях с потенциальными туристами [15].

Анализ рассмотренных в исследовании отечественных практик показывает, что применение генеративного ИИ непосредственно в туристской деятельности Казахстана пока представлено отдельными решениями и инициативами. Вместе с тем развивается цифровая инфраструктура и расширяется использование цифровых сервисов, создающих условия для дальнейшего внедрения ИИ-технологий в туристскую деятельность. Одним из примеров является сотрудничество АО «НК Kazakh Tourism» и «Яндекс Казахстан», в рамках которого в Яндекс Картах были размещены тематические подборки туристских объектов с возможностью построения маршрутов до выбранных локаций [14].

Отдельным примером является казахстанский стартап Seruen AI, созданный в 2024 году и использующий инструменты генеративного ИИ для подбора культурных и досуговых мероприятий с учетом интересов пользователя. Чат-бот анализирует пользовательские запросы и формирует персонализированные рекомендации по выбору мероприятий и вариантов досуга. Несмотря на преимущественную ориентацию проекта на городской досуг, данный кейс демонстрирует возможности применения генеративного ИИ для персонализации информационно-рекомендательных сервисов, потенциально востребованных и в туристской сфере [16].

Рассмотренные примеры показывают, что генеративный ИИ применяется на различных этапах взаимодействия с потребителем: при поиске информации, планировании путешествия,

формировании рекомендаций, создании контента и информационном сопровождении. Это позволяет рассматривать его не только с позиции отдельных функциональных решений, но и с точки зрения интеграции в последовательные этапы формирования и реализации туристско-

го продукта. В связи с этим далее используется процессный подход, позволяющий проследить применение технологий генеративного ИИ на различных этапах клиентского пути туриста. На рисунке 1 представлена интеграция генеративного ИИ в основные этапы данного процесса.

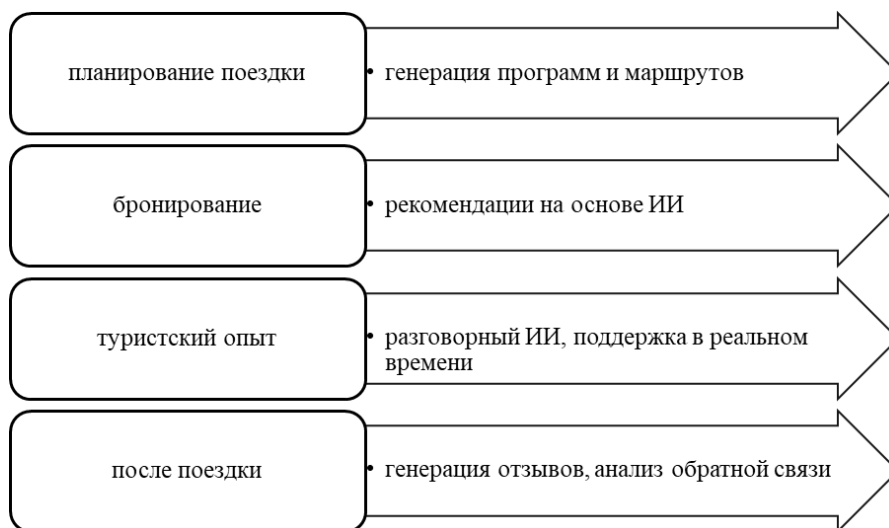


Рисунок 1 – Интеграция генеративного ИИ в процесс формирования и реализации туристского продукта (составлено авторами на основе результатов исследования)

Как показано на рисунке 1, возможности применения генеративного ИИ охватывают последовательные этапы клиентского пути туриста. В отличие от отдельных цифровых решений, ориентированных на выполнение конкретных функций, генеративный ИИ может использоваться при поиске информации, планировании, бронировании, сопровождении во время путешествия и постпоездочном взаимодействии. Одной из особенностей такой интеграции является возможность учитывать информацию, предоставленную пользователем на предыдущих этапах, и использовать ее для формирования последующих персонализированных рекомендаций.

Применение генеративного ИИ создает возможности для формирования более гибкого туристского продукта, адаптируемого с учетом индивидуальных потребностей пользователя. При планировании путешествия система может учитывать бюджет, интересы, сроки поездки и другие заданные параметры, предлагая соответствующие варианты туристских услуг. При изменении исходных условий, например, дат поездки или бюджета, рекомендации могут быть скорректированы с учетом новых параметров [8, 10-11].

Возможности генеративного ИИ могут использоваться на разных этапах организации путешествия. На этапе планирования система способна предлагать направления с учетом интересов и бюджета пользователя, формировать варианты маршрута, предоставлять информацию об объектах размещения, транспортных услугах, экскурсиях, ресторанах и других составляющих путешествия. Во время поездки инструменты разговорного ИИ могут использоваться для информационной поддержки, навигации, перевода и корректировки маршрута при изменении планов. После завершения путешествия генеративный ИИ может применяться для создания и анализа пользовательского контента, включая отзывы и обобщение впечатлений, которые впоследствии могут учитываться при формировании персонализированных рекомендаций. Таким образом, использование генеративного ИИ создает предпосылки для перехода от стандартизированного набора туристских услуг к более гибкому туристскому продукту, способному адаптироваться к изменяющимся потребностям пользователя на различных этапах путешествия [8, 10-11].

На этапе подготовки и бронирования генеративный ИИ может также использоваться для обработки и сопоставления информации о доступных туристских услугах. В частности, система может сравнивать варианты размещения по стоимости, местоположению, условиям проживания, отзывам пользователей и предлагаемым услугам, а также систематизировать информацию о транспортных услугах, экскурсиях и других элементах путешествия. Представление значительного объема информации в структурированной и адаптированной к запросу пользователя форме способно сократить время поиска и упростить процесс выбора. При этом окончательное решение о приобретении конкретной туристской услуги остается за пользователем.

Интеграция инструментов генеративного ИИ на различных этапах клиентского пути создает возможности для формирования более связанной, адаптивной и ориентированной на пользователя цифровой туристской среды [8, 10-11].

Практика ведущих международных цифровых туристских платформ свидетельствует о расширении сферы применения генеративного ИИ в туристских сервисах. Данные технологии используются прежде всего для персонализации взаимодействия с пользователями, информационной поддержки при планировании путешествий и автоматизации отдельных операций. Примеры применения генеративного ИИ на цифровых туристских платформах представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Примеры использования генеративного ИИ туристскими платформами

Платформа	ИИ-инструмент	Функция	Влияние на туристские услуги
Booking.com	AI Trip Planner (ИИ-планировщик путешествий)	Генерация персонализированных маршрутов на основе запросов	Упрощение принятия решений
Expedia	Разговорный ИИ-ассистент Romie	Интеграция поиска, планирования и бронирования в едином интерфейсе	Повышение вовлеченности пользователей
Google	AI Overviews, Gemini	Формирование персонализированных рекомендаций и маршрутов путешествия	Поддержка поиска информации и планирования поездки
Airbnb	Инструменты на основе ИИ	Обобщение отзывов, сравнение объектов размещения и информационная поддержка пользователей	Упрощение выбора объекта размещения и взаимодействия с платформой
Примечание: составлено авторами на основе официальных материалов цифровых платформ [2-5]			

В таблице 2 представлены примеры применения генеративного искусственного интеллекта ведущими цифровыми платформами туристской индустрии. Одним из современных направлений является интеграция инструментов генеративного ИИ непосредственно в пользовательские интерфейсы, что расширяет возможности диалогового взаимодействия с цифровыми сервисами и персонализации предоставляемой информации.

Анализ рассмотренных примеров позволяет выделить три основных направления применения генеративного ИИ:

1) персонализация – формирование рекомендаций и предложений с учетом запросов, интересов и предпочтений конкретного пользователя;

2) интеграция отдельных этапов клиентского пути – объединение поиска информации, планирования путешествия, формирования рекомендаций и выбора туристских услуг в рамках цифрового взаимодействия с пользователем;

3) автоматизация отдельных операций – использование генеративного ИИ для создания контента, обработки пользовательских запросов и коммуникации с клиентами.

Рассматриваемые цифровые платформы различаются как по своей специализации, так и по направлениям интеграции инструментов искусственного интеллекта. Booking.com [2] развивает AI Trip Planner, ориентированный на диалоговое планирование путешествий и формирование

рекомендаций по направлениям и объектам размещения. Expedia Group [3] внедряет инструменты генеративного ИИ в процессы поиска и планирования путешествий, в том числе для взаимодействия с пользователями на естественном языке. Сервисы Google [4], включая Gemini, расширяют возможности поиска туристской информации, формирования рекомендаций и планирования маршрутов с учетом заданных пользователем параметров. Airbnb [5] также развивает инструменты искусственного интеллекта в рамках цифрового взаимодействия с пользователями и управления контентом.

В совокупности рассмотренные практики свидетельствуют о расширении функциональ-

ной роли генеративного ИИ в цифровых туристских сервисах: от выполнения отдельных информационных и коммуникационных задач к поддержке нескольких взаимосвязанных этапов клиентского пути. При этом характер и степень интеграции генеративного ИИ различаются в зависимости от специализации платформы и предоставляемых ею услуг.

Наряду с возможностями применения генеративного ИИ его внедрение связано с рядом ограничений и рисков, способных влиять на надежность цифровых сервисов и качество взаимодействия с пользователями. Основные группы таких рисков представлены на рисунке 2.

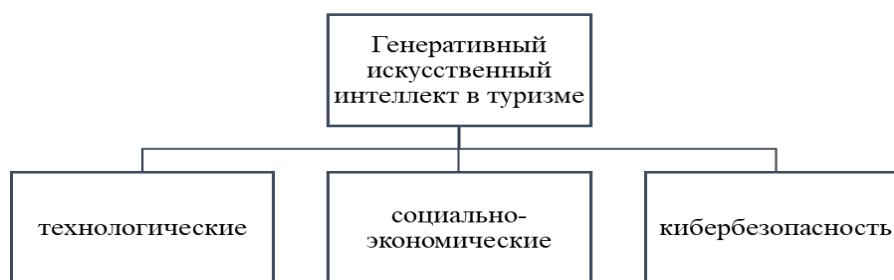


Рисунок 2 – Основные риски использования генеративного ИИ в туризме (составлено авторами на основе [10-13])

Внедрение генеративного искусственного интеллекта в туристскую индустрию наряду с расширением возможностей цифровых сервисов сопровождается рядом ограничений и рисков. Анализ научных публикаций позволяет выделить среди наиболее значимых проблем защиту персональных данных и кибербезопасность, риск генерации недостоверной или неточной информации, а также недостаточную прозрачность алгоритмов и механизмов персонализации [10-13].

Защита персональных данных приобретает особое значение в туристской сфере, поскольку при поиске и бронировании услуг пользователи предоставляют контактную, платежную и иную персональную информацию. Использование таких данных в цифровых системах повышает требования к обеспечению их конфиденциальности, безопасному хранению и контролю доступа [10, 12-13].

Другим существенным ограничением является риск формирования генеративными моделями неточной, неполной или недостоверной информации. Для туриста подобные ошибки

могут иметь практические последствия при выборе маршрута, объекта размещения, транспортных услуг и других элементов путешествия. В связи с этим результаты, формируемые генеративным ИИ, требуют дополнительной проверки, особенно в случаях, когда информация непосредственно влияет на организацию и безопасность поездки [10-13].

Отдельная группа рисков связана с ограниченной прозрачностью механизмов персонализации. Пользователь не всегда располагает достаточной информацией о том, какие данные и критерии используются системой при формировании рекомендаций. Это может затруднять оценку причин, по которым предлагаются конкретные варианты туристских услуг, и повышает значимость прозрачности цифровых рекомендательных механизмов и сохранения возможности самостоятельного выбора пользователем [10-11, 13].

Таким образом, применение генеративного ИИ способно повысить скорость и удобство поиска туристской информации, персонализировать взаимодействие с пользователями и

автоматизировать отдельные процессы, однако реализация этих преимуществ зависит от качества исходных данных, надежности генерируемого контента, механизмов человеческого контроля и уровня защиты информации [10-13]. В целях снижения рисков, связанных с обработкой персональных данных, целесообразно применять минимизацию объема собираемой информации, разграничение прав доступа, шифрование данных, установление сроков их хранения, регулярный аудит кибербезопасности и получение информированного согласия пользователей [17].

Обсуждение. Результаты проведенного анализа показывают, что влияние генеративного искусственного интеллекта на туристскую индустрию не ограничивается автоматизацией отдельных операций. Генеративный ИИ может выступать инструментом интеграции различных этапов клиентского пути, включая поиск информации, планирование, бронирование, сопровождение туриста и постпоездочное взаимодействие. Такая интеграция создает предпосылки для перехода от стандартизированного туристского продукта к более гибкому предложению, способному адаптироваться с учетом бюджета, интересов, состава путешественников и изменения условий поездки. Полученные результаты согласуются с выводами Н. Li и соавторов [8], отмечающих трансформационный потенциал генеративного ИИ и расширение направлений его применения в туристской индустрии.

Одним из основных результатов исследования является определение персонализации как одного из ключевых направлений применения генеративного ИИ. Рассмотренные практики Booking.com, Expedia, Google и Airbnb показывают расширение роли цифровых платформ от предоставления и систематизации информации к формированию персонализированных рекомендаций и поддержке принятия решений пользователем. Вместе с тем усиление роли алгоритмов в отборе и ранжировании вариантов может создавать риски ограничения самостоятельного выбора и снижения прозрачности рекомендаций. Поэтому персонализацию целесообразно рассматривать как инструмент поддержки принятия решения туристом, а не как замену его самостоятельного выбора. Такой подход соответствует выводам исследований, указывающих наряду с преимуществами генеративного ИИ на необходимость учитывать вопросы доверия, прозрачности и человеческого контроля [10-13].

Выявленные в исследовании преимущества генеративного ИИ, связанные с автоматизацией рутинных операций, повышением операционной эффективности и интеграцией туристских сервисов, в целом согласуются с результатами зарубежных исследований [10-11]. Вместе с тем реализация этих преимуществ зависит от качества исходных данных, состояния цифровой инфраструктуры и компетенций работников. Внедрение генеративного ИИ не исключает участия специалиста, но может изменять содержание выполняемых им функций: от преимущественно повторяющихся операций к проверке генерируемой информации, настройке цифровых решений, управлению клиентским опытом и контролю качества. В связи с этим влияние генеративного ИИ на занятость в туристской индустрии следует рассматривать не только с позиции возможной автоматизации отдельных рабочих функций, но и как фактор трансформации профессиональных ролей и требований к компетенциям работников [10-11, 18].

Проведенный анализ позволяет выделить ряд условий, определяющих возможности эффективного применения генеративного ИИ в туристской индустрии. К ним относятся развитая цифровая инфраструктура, наличие достоверных и актуальных данных, соответствующие цифровые компетенции работников, а также механизмы контроля качества генерируемой информации. Особое значение имеет качество исходных данных, поскольку от их полноты, актуальности и достоверности непосредственно зависит релевантность формируемых системой рекомендаций. Для Казахстана данные условия приобретают дополнительное значение с учетом выявленных в исследованиях инфраструктурных и организационных барьеров цифровизации туристской отрасли [9].

Наряду с выявленными преимуществами применение генеративного ИИ сопровождается технологическими, организационными, социальными и этическими рисками. К наиболее существенным относятся риски нарушения конфиденциальности персональных данных и кибербезопасности, генерации недостоверной или неполной информации, недостаточной прозрачности ИИ-систем и зависимости результатов их работы от качества исходных данных [10-13]. Для комплексной систематизации выявленных преимуществ, ограничений, возможностей и угроз применения генеративного ИИ в туристской деятельности проведен SWOT-анализ (таблица 3).

Таблица 3 – SWOT-анализ применения генеративного искусственного интеллекта в туристской деятельности

Сильные стороны	Слабые стороны
- высокий уровень персонализации - автоматизация рутинных процессов - повышение операционной эффективности - интеграция туристских услуг	- зависимость от качества данных - риск генерации неточной или недостоверной информации - ограниченная прозрачность ИИ-систем - высокие требования к технологической инфраструктуре
Возможности	Угрозы
- развитие интеллектуальных туристских экосистем - развитие туристских сервисов на основе ИИ - расширение доступности готовых ИИ-решений для туристских организаций - расширение функциональных возможностей цифровых туристских платформ	- риски для конфиденциальности и кибербезопасности - трансформация занятости и профессиональных функций - цифровое неравенство - правовая и этическая неопределенность
Примечание: составлено авторами по результатам анализа научных публикаций [8-13, 18]	

Результаты SWOT-анализа показывают двойственный характер внедрения генеративного ИИ в туристскую деятельность. С одной стороны, персонализация туристских услуг, автоматизация рутинных операций, повышение операционной эффективности и интеграция цифровых сервисов создают возможности для совершенствования взаимодействия с туристами и оптимизации бизнес-процессов. С другой стороны, реализация этих преимуществ зависит от качества исходных данных, технологической инфраструктуры и прозрачности используемых ИИ-систем и сопровождается рисками, связанными с конфиденциальностью, кибербезопасностью, цифровым неравенством, изменением профессиональных функций работников, а также правовой и этической неопределенностью [10-13].

Особого внимания требует взаимосвязь персонализации и защиты данных. Расширение возможностей индивидуализации туристских предложений предполагает использование большего объема информации о предпочтениях и поведении пользователя, что одновременно повышает требования к конфиденциальности, прозрачности механизмов формирования рекомендаций и безопасности хранения данных. Как отмечают Y.K. Dwivedi и соавторы [10], практическое использование генеративного ИИ в туризме и гостеприимстве связано не только с новыми возможностями, но и с этическими, правовыми и организационными проблемами. Следовательно, преимущества генеративного ИИ во многом зависят от наличия механизмов человеческого контроля и ответственного управления данными.

Возможности внедрения генеративного ИИ могут различаться в зависимости от масштаба организации и имеющихся у нее технологических, финансовых и кадровых ресурсов. Крупные компании располагают значительными массивами пользовательских данных, финансовыми ресурсами и развитой технологической инфраструктурой, что расширяет их возможности разработки и внедрения персонализированных цифровых решений. Вместе с тем доступность готовых облачных ИИ-инструментов может снижать отдельные технологические барьеры для малого и среднего бизнеса, позволяя автоматизировать коммуникацию с клиентами, создание контента и обработку запросов без разработки собственных информационных систем. Таким образом, генеративный ИИ способен одновременно усиливать технологические преимущества крупных платформ и расширять возможности цифровизации малых туристских предприятий. Характер данного влияния будет зависеть от стоимости и доступности технологий, цифровых компетенций работников и возможностей интеграции ИИ-инструментов в существующие бизнес-процессы [18].

Рассмотренные в исследовании отечественные практики позволяют охарактеризовать внедрение генеративного ИИ в туристскую деятельность Казахстана как находящееся на начальном этапе. Рассмотренные в исследовании проекты свидетельствуют о развитии цифровых сервисов и отдельных инструментов персонализированного информирования, однако пока не позволяют говорить о формировании единой интеллектуальной туристской экосистемы, охватывающей все этапы клиентского пути. К числу существен-

ных ограничений относятся инфраструктурные, информационные и организационные барьеры цифровизации туристской отрасли, включая вопросы качества и доступности данных и обеспеченности соответствующими цифровыми компетенциями. Это согласуется с результатами исследования B.S. Shilibekova и R.V. Plokhikh [9], в котором выявлены инфраструктурные и организационные барьеры цифровизации туризма в Казахстане. В связи с этим одним из перспективных направлений может стать формирование национальных и региональных массивов верифицированных туристских данных, пригодных для использования при разработке специализированных ИИ-сервисов.

Практическое значение полученных результатов заключается в определении условий ответственного внедрения генеративного ИИ в деятельность туристских организаций. К ним относятся проверка генерируемого контента, минимизация объема собираемых персональных данных, разграничение прав доступа, получение информированного согласия пользователей, регулярный аудит кибербезопасности и сохранение возможности участия специалиста в ситуациях, требующих проверки информации или принятия нестандартного решения [17]. При таком подходе генеративный ИИ выступает прежде всего инструментом поддержки деятельности туриста и специалиста, а не полностью автономной заменой профессиональной деятельности.

Исследование имеет ряд ограничений. Анализ основан на научных публикациях и открытых материалах цифровых платформ, что не позволяет оценить внутренние показатели эффективности применяемых ими ИИ-систем. SWOT-анализ носит качественный характер и не сопровождался отдельной экспертной оценкой факторов. Кроме того, высокая динамика развития технологий генеративного ИИ обуславливает быстрое изменение отдельных инструментов и практик их применения. В дальнейших исследованиях целесообразно дополнить аналитический обзор эмпирическими данными, включая опросы туристов и представителей туристских организаций Казахстана, экспертную оценку факторов SWOT-матрицы и сравнительный анализ эффективности традиционных и генеративных рекомендательных систем.

Заключение. Проведенное исследование позволило систематизировать основные направления применения генеративного искусственного интеллекта в туристской индустрии и

определить возможности и ограничения его использования на различных этапах клиентского пути туриста. Установлено, что наиболее значимыми направлениями являются персонализация туристских услуг, формирование рекомендаций и маршрутов, создание контента, автоматизация коммуникации с пользователями и интеграция отдельных этапов планирования и организации путешествия.

Анализ зарубежных и отечественных практик показывает, что развитие генеративного ИИ связано с постепенным расширением его функций: от решения отдельных информационных и коммуникационных задач к поддержке нескольких взаимосвязанных этапов клиентского пути. Рассмотренные практики Booking.com, Expedia, Google и Airbnb демонстрируют использование генеративного ИИ при поиске информации, планировании путешествий, формировании персонализированных рекомендаций и взаимодействии с пользователями. В Казахстане применение подобных технологий находится преимущественно на начальном этапе и представлено отдельными цифровыми решениями и инициативами, что свидетельствует о наличии потенциала для их дальнейшей интеграции в туристскую деятельность.

Результаты исследования показывают, что преимущества генеративного ИИ связаны прежде всего с возможностями персонализации туристских услуг, автоматизации отдельных операций, повышения операционной эффективности и совершенствования взаимодействия с пользователями. Вместе с тем реализация этих возможностей зависит от качества и актуальности исходных данных, уровня развития цифровой инфраструктуры и компетенций работников. К основным ограничениям и рискам относятся генерация неточной или недостоверной информации, нарушение конфиденциальности персональных данных, угрозы кибербезопасности и недостаточная прозрачность механизмов формирования рекомендаций.

Проведенный SWOT-анализ выявил двойственный характер внедрения генеративного ИИ: расширение возможностей персонализации и автоматизации сопровождается возникновением новых требований и рисков, связанных с защитой данных, прозрачностью ИИ-систем и трансформацией профессиональных функций. В частности, расширение персонализации повышает требования к защите пользовательских данных, а автоматизация отдельных операций сопровождается изменением профессиональных

функций и требований к компетенциям работников. В этих условиях эффективное применение генеративного ИИ предполагает сочетание технологических возможностей с механизмами проверки генерируемой информации, защиты данных и человеческого контроля.

Практическая значимость исследования заключается в систематизации условий ответственного внедрения генеративного ИИ в туристскую деятельность. Полученные результаты могут использоваться туристскими организаци-

ями при выборе направлений интеграции ИИ-инструментов в процессы обслуживания клиентов, планирования путешествий, создания контента и персонализации туристских услуг. Для Казахстана перспективными направлениями являются развитие проверенных массивов туристских данных, повышение цифровых компетенций работников и создание специализированных ИИ-сервисов с учетом особенностей национального и регионального туристского продукта.

Список литературы

- 1 Carvalho I., Ivanov S. ChatGPT for tourism: applications, benefits and risks // *Tourism Review*. – 2024. – Vol. 79. – №2. – pp. 290-303. DOI: 10.1108/TR-02-2023-0088.
- 2 Booking.com Launches New AI Trip Planner to Enhance Travel Planning Experience. – URL: <https://news.booking.com/bookingcom-launches-new-ai-trip-planner-to-enhance-travel-planning-experience/> (accessed: 05.08.2026).
- 3 Put Your Trip on Autopilot: Expedia Group Introduces New Innovations at EXPLORE to Take the Stress out of Travel and Enhance Partner Experience // Expedia Group. – URL: <https://ir.expediagroup.com/news-and-events/news/news-details/2024/Put-Your-Trip-on-Autopilot-Expedia-Group-Introduces-New-Innovations-at-EXPLORE-to-Take-the-Stress-out-of-Travel-and-Enhance-Partner-Experience/default.aspx> (accessed: 05.08.2026).
- 4 Google tips for travel planning: AI Overviews, Maps updates and more // Google. – 2025. – URL: <https://blog.google/products-and-platforms/products/search/summer-travel-tips-ai-overviews-hotel-price-tracking/> (accessed: 02.08.2026).
- 5 Now there's even more to Airbnb // Airbnb. – 2026. – URL: <https://www.airbnb.com/resources/hosting-homes/a/now-theres-even-more-to-airbnb-763> (accessed: 02.08.2026).
- 6 Послание Главы государства Касым-Жомарта Токаева народу Казахстана «Казахстан в эпоху искусственного интеллекта: актуальные задачи и их решения через цифровую трансформацию» // Официальный сайт Президента Республики Казахстан. – URL: <https://www.akorda.kz/ru/poslanie-glavy-gosudarstva-kasym-zhomarta-tokaeva-narodu-kazahstana-kazahstan-v-epohu-iskusstvennogo-intellekta-aktualnye-zadachi-i-ih-resheniya-cherez-cifrovuyu-transformaciyu-885145> (дата обращения: 14.05.2026).
- 7 Digital Transformation // UN Tourism. – URL: <https://www.untourism.int/digital-transformation> (accessed: 19.05.2026).
- 8 Li H., Xi J., Hsu C.H.C., Yu B.X.B., Zheng X. Generative artificial intelligence in tourism management: An integrative review and roadmap for future research // *Tourism Management*. – 2025. – Vol. 110. – Art. 105179. DOI: 10.1016/j.tourman.2025.105179.
- 9 Shilibekova B.S., Plokhikh R.V. Assessing readiness and breaking barriers to tourism digitalization: a case study of Kazakhstan // *Economic Series of the Bulletin of L.N. Gumilyov ENU*. – 2025. – №2. – pp. 365–385. DOI: 10.32523/2789-4320-2025-2-365-385.
- 10 Dwivedi Y.K., Pandey N., Currie W., Micu A. Leveraging ChatGPT and other generative artificial intelligence (AI)-based applications in the hospitality and tourism industry: practices, challenges and research agenda // *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. – 2024. – Vol. 36. – №1. – pp. 1–12. DOI: 10.1108/IJCHM-05-2023-0686.
- 11 Dogru T., Line N., Mody M. et al. Generative Artificial Intelligence in the Hospitality and Tourism Industry: Developing a Framework for Future Research // *Journal of Hospitality & Tourism Research*. – 2025. – Vol. 49. – №2. – pp. 235–253. DOI: 10.1177/10963480231188663.
- 12 Zhang M., Yi F., Gursoy D. The effects of generative artificial intelligence on consumers in hospitality and tourism: A systematic review and future research directions // *International Journal of Hospitality Management*. – 2026. – Vol. 133. – Art. 104452. DOI: 10.1016/j.ijhm.2025.104452.
- 13 Fouad A.M., Salem I.E., Fathy E.A. Generative AI insights in tourism and hospitality: A comprehensive review and strategic research roadmap // *Tourism and Hospitality Research*. – 2026. – Vol. 26. – №2. – pp. 339–358. DOI: 10.1177/14673584241293125.
- 14 Kazakh Tourism и Яндекс Казахстан объявили о долгосрочном партнёрстве в сфере туризма // Единая платформа интернет-ресурсов государственных органов. – URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/tsm/press/news/details/695235?lang=ru> (дата обращения: 05.08.2026).
- 15 VisitBritain: Fake Brit Till You Make It // The Shorty Awards. – URL: <https://shortyawards.com/16th/visitbritain-fake-brit-till-you-make-it> (дата обращения: 05.08.2026).
- 16 В Казахстане появился умный чат-бот по подбору развлечений. Рассказываем, как он работает // Digital Business. – URL: <https://digitalbusiness.kz/2024-10-28/v-kazahstane-poyavilsya-umniy-chat-bot-po-podboru-razvlecheniy-rasskazivaem-kak-on-rabotaet/> (дата обращения: 05.08.2026).
- 17 Михайлов М.Д. Кибербезопасность в туризме: угрозы и меры защиты данных туристов / XIV Междунар. науч.-практич. конф. студентов и аспирантов «Теория и практика управления: ответы на вызовы цифровой экономики»: мат. – М., 2023. – С. 431-434.
- 18 Rajaram K., Tinguely P.N. Generative artificial intelligence in small and medium enterprises: Navigating its promises and challenges // *Business Horizons*. – 2024. – Vol. 67. – №5. – pp. 629-648. DOI: 10.1016/j.bushor.2024.05.008.

References

- 1 Carvalho I., Ivanov S. ChatGPT for tourism: applications, benefits and risks // *Tourism Review*. – 2024. – Vol. 79. – №2. – pp. 290-303. DOI: 10.1108/TR-02-2023-0088.
- 2 Booking.com Launches New AI Trip Planner to Enhance Travel Planning Experience. – URL: <https://news.booking.com/bookingcom-launches-new-ai-trip-planner-to-enhance-travel-planning-experience/> (accessed: 05.08.2026).
- 3 Put Your Trip on Autopilot: Expedia Group Introduces New Innovations at EXPLORE to Take the Stress out of Travel and Enhance Partner Experience // Expedia Group. – URL: <https://ir.expediagroup.com/news-and-events/news/news-details/2024/Put-Your-Trip-on-Autopilot-Expedia-Group-Introduces-New-Innovations-at-EXPLORE-to-Take-the-Stress-out-of-Travel-and-Enhance-Partner-Experience/default.aspx> (accessed: 05.08.2026).
- 4 Google tips for travel planning: AI Overviews, Maps updates and more // Google. – 2025. – URL: <https://blog.google/products-and-platforms/products/search/summer-travel-tips-ai-overviews-hotel-price-tracking/> (accessed: 02.08.2026).
- 5 Now there's even more to Airbnb // Airbnb. – 2026. – URL: <https://www.airbnb.com/resources/hosting-homes/a/now-theres-even-more-to-airbnb-763> (accessed: 02.08.2026).
- 6 Poslanie Glavy gosudarstva Kasym-Zhomarta Tokaeva narodu Kazahstana «Kazahstan v jepohu iskusstvennogo intellekta: aktual'nye zadachi i ih resheniya cherez cifrovuyu transformaciju» // Oficial'nyj sajt Prezidenta Respubliki Kazahstan. – URL: <https://www.akorda.kz/ru/poslanie-glavy-gosudarstva-kasym-zhomarta-tokaeva-narodu-kazahstana-kazahstan-v-epohu-iskusstvennogo-intellekta-aktualnye-zadachi-i-ih-resheniya-cherez-cifrovuyu-transformaciyu-885145> (data obrashheniya: 14.05.2026).
- 7 Digital Transformation // UN Tourism. – URL: <https://www.untourism.int/digital-transformation> (accessed: 19.05.2026).
- 8 Li H., Xi J., Hsu C.H.C., Yu B.X.B., Zheng X. Generative artificial intelligence in tourism management: An integrative review and roadmap for future research // *Tourism Management*. – 2025. – Vol. 110. – Art. 105179. DOI: 10.1016/j.tourman.2025.105179.
- 9 Shilibekova B.S., Plokhikh R.V. Assessing readiness and breaking barriers to tourism digitalization: a case study of Kazakhstan // *Economic Series of the Bulletin of L.N. Gumilyov ENU*. – 2025. – №2. – pp. 365–385. DOI: 10.32523/2789-4320-2025-2-365-385.
- 10 Dwivedi Y.K., Pandey N., Currie W., Micu A. Leveraging ChatGPT and other generative artificial intelligence (AI)-based applications in the hospitality and tourism industry: practices, challenges and research agenda // *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. – 2024. – Vol. 36. – №1. – pp. 1–12. DOI: 10.1108/IJCHM-05-2023-0686.
- 11 Dogru T., Line N., Mody M. et al. Generative Artificial Intelligence in the Hospitality and Tourism Industry: Developing a Framework for Future Research // *Journal of Hospitality & Tourism Research*. – 2025. – Vol. 49. – №2. – pp. 235–253. DOI: 10.1177/10963480231188663.
- 12 Zhang M., Yi F., Gursay D. The effects of generative artificial intelligence on consumers in hospitality and tourism: A systematic review and future research directions // *International Journal of Hospitality Management*. – 2026. – Vol. 133. – Art. 104452. DOI: 10.1016/j.ijhm.2025.104452.
- 13 Fouad A.M., Salem I.E., Fathy E.A. Generative AI insights in tourism and hospitality: A comprehensive review and strategic research roadmap // *Tourism and Hospitality Research*. – 2026. – Vol. 26. – №2. – pp. 339–358. DOI: 10.1177/14673584241293125.
- 14 Kazakh Tourism i Jandeks Kazahstan ob#javili o dolgosrochnom partnjorstve v sfere turizma // Edinaja platforma internet-resursov gosudarstvennyh organov. – URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/tsm/press/news/details/695235?lang=ru> (data obrashheniya: 05.08.2026).
- 15 VisitBritain: Fake Brit Till You Make It // The Shorty Awards. – URL: <https://shortyawards.com/16th/visitbritain-fake-brit-till-you-make-it> (data obrashheniya: 05.08.2026).
- 16 V Kazahstane pojavilsja umnyj chat-bot po podboru razvlechenij. Rasskazyvaem, kak on rabotaet // Digital Business. – URL: <https://digitalbusiness.kz/2024-10-28/v-kazahstane-poyavilsya-umnyj-chat-bot-po-podboru-razvlecheniy-rasskazyvaem-kak-on-rabotaet/> (data obrashheniya: 05.08.2026).
- 17 Mihajlov M.D. Kiberbezopasnost' v turizme: ugrozy i mery zashhity dannyh turistov / XIV Mezhdunar. nauch.-praktich. konf. studentov i aspirantov «Teorija i praktika upravlenija: otvety na vyzovy cifrovoj jekonomiki»: mat. – M., 2023. – S. 431-434.
- 18 Rajaram K., Tinguely P.N. Generative artificial intelligence in small and medium enterprises: Navigating its promises and challenges // *Business Horizons*. – 2024. – Vol. 67. – №5. – pp. 629-648. DOI: 10.1016/j.bushor.2024.05.008.

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

^a Хат-хабарларға арналған автор (бірінші автор)

Мирзакаримова Анара Нурмухамедовна – докторант, Қазақ спорт және туризм академиясы, Алматы қ., Қазақстан

^a Автор для корреспонденции (первый автор)

Мирзакаримова Анара Нурмухамедовна – докторант, Казахская академия спорта и туризма, г. Алматы, Казахстан

^a Corresponding author (first author)

Mirzakarimova Anara Nurmukhamedovna – PhD student, Kazakh Academy of Sport and Tourism, Almaty, Kazakhstan

e-mail: anara.korganova01@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-2472-0528>

Кадырбекова Динара Сериковна – PhD, қауымдастырылған профессор м.а., Қазақ спорт және туризм академиясы, Алматы қ., Қазақстан

Кадырбекова Динара Сериковна – PhD, и.о. ассоциированного профессора, Казахская академия спорта и туризма, г. Алматы, Казахстан

Kadyrbekova Dinara Serikovna – PhD, acting associate professor, Kazakh Academy of Sport and Tourism, Almaty, Kazakhstan

e-mail: 6537275@mail.ru

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8641-253X>

Винокурова Елена Ивановна – тарих магистрі, С. Асфендияров атындағы Қазақ ұлттық медициналық университеті, Алматы қ., Қазақстан

Винокурова Елена Ивановна – магистр истории, Казахский национальный медицинский университет им. С. Асфендиярова, г. Алматы, Казахстан

Vinokurova Elena Ivanovna – Master of History, Asfendiyarov Kazakh National Medical University, Almaty, Kazakhstan

e-mail: vinokur_historik@mail.ru

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3875-5084>

Утегалиева Алмажан Джусуповна – тарих ғылымдарының кандидаты, Ғылыми-зерттеу туризм институтының бас ғылыми қызметкері, Қазақ спорт және туризм академиясы, Алматы қ., Қазақстан

Утегалиева Алмажан Джусуповна – кандидат исторических наук, главный научный сотрудник Научно-исследовательского института туризма, Казахская академия спорта и туризма, г. Алматы, Казахстан

Utegalieva Almazhan Dzhusupovna – candidate of historical sciences, chief researcher at the Research Institute of Tourism, Kazakh Academy of Sport and Tourism, Almaty, Kazakhstan

e-mail: almazhan@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3003-9646>

Кадырбекова Сауле Сериковна – менеджмент магистрі, Креативті экономика және құқық мектебі, META University, Алматы қ., Қазақстан

Кадырбекова Сауле Сериковна – магистр менеджмента, Школа креативной экономики и права, META University, г. Алматы, Казахстан

Kadyrbekova Saule Serikovna – Master of Management, School of Creative Economics and Law, META University, Almaty, Kazakhstan

e-mail: 3261414@mail.ru

ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-5873-0959>

Дата поступления статьи: 18.08.2026
Дата принятия к публикации: 30.09.2026