

М. АБДИКАРИМОВА¹, Т. АБДРАСИЛОВ¹✉, Э. АЛЬЖАНОВА¹

¹Халықаралық туризм және меймандостық университеті
(Қазақстан, Түркістан), e-mail: t.abdrasilov@iuth.edu.kz

**ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ТУРИЗМ САЛАСЫН ЖЕТІЛДІРУДІҢ СТРАТЕГИЯЛЫҚ
БАҒЫТТАРЫ: ВЬЕТНАМ, ТҮРКИЯ, МАЛАЙЗИЯ ЖӘНЕ ИСПАНИЯ
ТӘЖІРИБЕЛЕРІ НЕГІЗІНДЕ**

Аңдатпа. Бұл мақалада Вьетнам, Түркия, Малайзия және Испания мемлекеттерінің туризм саласындағы озық тәжірибелері жан-жақты сараланып, олардың негізгі даму факторлары мен стратегиялары Қазақстан жағдайымен салыстырылады. Зерттеу барысында әр елдің туризмді дамытуға бағытталған мемлекеттік саясаты, инфрақұрылымдық шешімдері, маркетингтік стратегиялары және туристік өнімді әртараптандыру тәсілдері талданады. Сонымен қатар, Қазақстанның туризм саласындағы қазіргі ахуалы сипатталып, құрылымдық кемшіліктері мен даму әлеуеті бағаланады. Мақалада халықаралық benchmarking әдісі арқылы табысты елдердің үлгілері негізінде Қазақстанға бейімделетін нақты ұсыныстар жасалады. Бұл ұсыныстар туризмді ұлттық экономиканың стратегиялық секторына айналдыру мақсатында институционалдық, инфрақұрылымдық және кадрлық өзгерістерді қамтиды. Мақаланың практикалық маңыздылығы – халықаралық тәжірибені ескере отырып, Қазақстанда тұрақты әрі бәсекеге қабілетті туризм моделін қалыптастыруға бағытталған ұсыныстар беруінде.

Кілт сөздер: туризм, халықаралық тәжірибе, салыстырмалы талдау, инфрақұрылым, маркетинг, Қазақстан, туризмді дамыту

Кіріспе

Туризм - қазіргі жаһандық экономикадағы ең қарқынды дамып келе жатқан салалардың бірі. 2023 жылы халықаралық туристік сапарлар саны шамамен 1,3 миллиардқа жетіп, бұл пандемияға дейінгі деңгейдің 88–90%-ына сәйкес келді [1]. 2024 жылы бұл көрсеткіш одан әрі өсіп, 1,4 миллиард туристке жетіп, саланың толық қалпына келу үдерісі басталды. Бүгінде әлем елдерінің көпшілігі туризмді экономикалық өсімнің маңызды қозғаушы күшіне айналдырып, осы салада өзара бәсекеге түсуде. Туризмнен түсетін табыстар ұлттық бюджеттің кіріс бөлігін толықтырып, жаңа жұмыс орындарының ашылуына ықпал етеді

*Бізге дұрыс сілтеме жасаңыз: Абдикаримова М., Абдрасилов Т., Альжанова Э. Қазақстандағы туризм саласын жетілдірудің стратегиялық бағыттары: Вьетнам, Түркия, Малайзия және Испания тәжірибелері негізінде. –2025. –No2(8). –б. 50–68. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2025-2.04>

*Cite us correctly: Abdikarimova M., Abdrasilov T., Alzhanova E. Kazakstandagy turizm salasyn zhetildirudin strategiyalyk bagyttary: Vetnam, Turkiya, Malajziya zhane Ispaniya tazhiribeleri negizinde. [Strategic directions for improving the tourism industry in Kazakhstan: based on the experience of Vietnam, Turkey, Malaysia and Spain] –2025. –No2(8). –b. 50–68. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2025-2.04>

және төлем балансына оң әсерін тигізеді. Дүниежүзілік туристік ұйымның (UNWTO) мәліметтері бойынша, 2022 жылы халықаралық туризмнен түскен экспорттық түсімдер 1,5 триллион АҚШ долларынан асып, пандемияға дейінгі көрсеткіштің 64%-ын құрады. Қазақстан үшін туризм саласын дамыту – ұлттық экономиканы әртараптандыру мен тұрақты жұмыс орындарын құрудың маңызды стратегиялық бағыты болып табылады. Алайда, еліміздің туризм индустриясы қазіргі кезеңде жаһандық нарықта бәсекеге қабілеттілік тұрғысынан төмен деңгейде қалып отыр. Бұл әсіресе шетелдік туристер ағыны мен сала бойынша түсетін кіріс көлемінен айқын байқалады. 2023 жылы Қазақстанға 9,2 миллион шетелдік турист келіп, бұл сала тарихындағы рекордтық көрсеткіш ретінде тіркелді. Алайда бұл көрсеткіш әлемдік туристік нарықтағы жетекші елдермен салыстырғанда айтарлықтай төмен. Мәселен, сол жылы Түркия 50 миллионнан астам халықаралық саяхатшыны қабылдаса, Испания 2024 жылы 94 миллион шетелдік туристі қарсы алып, өзінің тарихи рекордын жаңартты. Аталған айырмашылықтар Қазақстанда туризм саласын жүйелі түрде дамыту, инфрақұрылымды жетілдіру және халықаралық нарықтағы тартымдылығын арттыру қажеттігін көрсетеді. Бұл мақалада Вьетнамның және бірқатар басқа елдердің (Түркия, Малайзия, Испания) туризм саласындағы озық тәжірибелері жан-жақты талданып, олардың табысты даму модельдерін айқындайтын негізгі факторлар қарастырылады. Сонымен қатар Қазақстандағы туризм индустриясының қазіргі даму деңгейі мен айрықша ерекшеліктері сипатталып, аталған елдердің тәжірибелерімен салыстырмалы түрде сараптама жасалады. Зерттеудің негізгі мақсаты – шетелдік тәжірибелер негізінде Қазақстанда туризмді тиімді дамытуға бағытталған практикалық ұсыныстар мен стратегияларды ұсыну. Осы арқылы туризм саласын институционалдық және инфрақұрылымдық тұрғыдан жетілдіруге ықпал ету көзделеді. Мақалада алынған нәтижелер негізінде ғылыми тұрғыда тұжырымдалған қорытындылар жасалып, болашақта қолдануға болатын нақты ұсыныстар берілді.

Теориялық-әдістемелік негіздер

Әлем елдерінің туризм саласындағы жетістіктерін салыстырмалы тұрғыда талдау нақты ғылыми әдіснама мен туризм теориясына сүйенуді талап етеді. Туризмді дамытуға бағытталған тиімді модельдерді бағалау үшін, ең алдымен, туризмнің бәсекеге қабілеттілігі мен туристік дестинацияның тартымдылығы сияқты негізгі ұғымдарға теориялық тұрғыдан назар аудару қажет [2]. Бұл ретте Ричи мен Крауч ұсынған туристік дестинацияның бәсекеге қабілеттілік моделіне сәйкес, белгілі бір елдің туризм саласының табысты дамуы келесі негізгі факторлар жиынтығына тәуелді: негізгі ресурстар мен тартымды нысандар (табиғи байлықтар, тарихи-мәдени мұра объектілері); қолдаушы инфрақұрылым (көлік жүйесі, қызмет көрсету сапасы, ақпараттық инфрақұрылым); тиімді басқару және маркетинг саясаты (бренд қалыптастыру, ішкі және сыртқы нарықтармен жұмыс); мемлекеттік реттеу мен стратегиялық жоспарлау (институционалдық қолдау, заңнамалық негіздер); макроортаның ықпалы (географиялық орналасу, саяси тұрақтылық, қауіпсіздік деңгейі, экономикалық ахуал).

Осы факторлар жиынтығы туристік дестинацияның халықаралық нарықтағы тартымдылығын айқындайды және елдің туризм секторындағы бәсекелестік артықшылықтарын қалыптастыруға мүмкіндік береді. Туризм саласындағы бәсекеге қабілеттілік пен даму әлеуетін бағалауда Дүниежүзілік экономикалық форум (World Economic Forum) әзірлеген Саяхат және туризмнің бәсекеге қабілеттілік индексі (Travel & Tourism Competitiveness Index, TTCI) кеңінен қолданылады. Бұл индекс елдердің саяхат пен

туризмді дамытуға қолайлы жағдай жасау деңгейін әртүрлі көрсеткіштер негізінде салыстыра отырып бағалайды. Аталған көрсеткіштер қатарына туристік инфрақұрылымның дамуы, визалық режимнің жеңілдігі, бағалық бәсекелестік, денсаулық сақтау және қауіпсіздік деңгейі, сондай-ақ табиғи және мәдени ресурстардың әлеуеті сияқты факторлар кіреді. Мәселен, 2019 жылғы TTCI есебіне сәйкес, Испания туризм саласындағы жалпы көрсеткіштер бойынша әлемде көшбасшы орынға ие болған, ал Малайзия 141 елдің ішінде 26-орынды иеленген. Бұл көрсеткіштер зерттеліп отырған елдердің туризм индустриясында қол жеткізген жетістіктерінің жан-жақтылығын және стратегиялық тиімділігін көрсетеді. Осы мақалада қолданылатын зерттеу әдістемесі – салыстырмалы талдау әдісіне негізделеді. Бұл әдіс аясында Вьетнам, Түркия, Малайзия, Испания және Қазақстан секілді елдердің туризм саласына қатысты келесі негізгі көрсеткіштері сараланады: халықаралық туристер саны, туристік түсім көлемі, ішкі жалпы өнімдегі (ЖІӨ) туризм үлесі, туризм саласындағы жұмыспен қамтылғандар саны. Сонымен қатар, сапалық сипаттамалар да ескеріледі: мемлекеттік саясаттың рөлі, маркетингтік және имидждік стратегиялар, инфрақұрылымдық даму деңгейі, кәсіби кадрлар даярлау жүйесі және т.б.

Аталған деректерді талдау барысында ресми статистикалық мәліметтер, халықаралық ұйымдардың (мысалы, UNWTO, WEF) есептері, ғылыми жарияланымдар мен сала сарапшыларының пікірлері негізгі ақпарат көздері ретінде қолданылады. Мұндай кешенді және жүйелі тәсіл әр елдің туризмді дамытудағы тиімді тәжірибелерін саралап, Қазақстанның ұлттық ерекшеліктерін ескере отырып бейімдеуге мүмкіндік береді. Сонымен қатар зерттеуде туризм саласын дамытуға бағытталған мемлекеттік бағдарламалар мен стратегиялық құжаттар да талданады. Мысалы, Қазақстан Республикасында 2019–2025 жылдарға арналған туризм индустриясын дамытудың мемлекеттік бағдарламасы қабылданып, онда агротуризм, экотуризм, этнографиялық туризм, аңшылық туризмі және өзге де бағыттар басымдық ретінде айқындалған [3]. Мұндай бағдарламаларды талдау арқылы әрбір елдің мемлекет тарапынан туризмді қолдау үшін қандай нақты құралдар мен тетіктерді қолданатынын салыстыруға мүмкіндік туады. Теориялық деңгейде зерттеу туристік жүйелердің даму деңгейлерін салыстырмалы түрде талдауға негізделеді. Бұл тұрғыда benchmarking (үлгі алу) әдісі қолданылады – яғни, озық халықаралық тәжірибелер өлшем ретінде алынып, Қазақстан туризмінің сол үлгілерге қаншалықты жақындағаны немесе қандай олқылықтары бар екені бағаланады. Бұл әдіс стратегиялық жоспарлау мен салалық саясатты жетілдіру тұрғысынан маңызды ақпараттық база қалыптастыруға септігін тигізеді.

Вьетнамның туризм саласындағы тәжірибесі

Соңғы онжылдықта Вьетнам Оңтүстік-Шығыс Азиядағы ең қарқынды дамып келе жатқан туристік дестинациялардың біріне айналды. 2024 жылы елге 17,5 миллион шетелдік турист келген, бұл көрсеткіш Вьетнамды өңірлік деңгейде Таиланд пен Малайзиядан кейінгі үшінші орынға шығарды. Туризм секторының ел экономикасындағы үлесі айтарлықтай артып келеді: 2025 жылдың басында жарияланған ресми есеп бойынша, 2024 жылы туризм индустриясы Вьетнамға 39,5 миллиард АҚШ доллары көлемінде табыс әкелген.

Вьетнам үкіметі туризмді ұлттық экономиканың «серпінді» (driving) секторы ретінде айқындап, 2030 жылға дейінгі стратегиялық даму жоспары шеңберінде мынадай мақсаттар қойды: 35 миллион халықаралық турист тарту; туризмнің ЖІӨ-дегі үлесін 10%-ға дейін арттыру. Аталған мақсаттарға қол жеткізу үшін Вьетнам билігі кешенді мемлекеттік саясат

пен институционалдық реформалар топтамасын енгізді. Бұл ретте туризм саласындағы құқықтық және басқарушылық негіздерді жетілдіру маңызды рөл атқарды. Вьетнамның туризмдегі табысты реформаларының негізін 2017 жылы қабылданған «Туризм туралы» заңы қалады. 2018 жылдан бастап күшіне енген бұл заң елдің туризмін экономиканың жетекші саласына айналдыруды көздейтін жан-жақты нормативтік базаны қалыптастырды. Заң негізінде визалық жеңілдіктер, шетелдік инвестицияларды тарту тетіктері, маркетинг стратегиялары мен ішкі кадрларды даярлау бағдарламалары жүзеге асырыла бастады [4].

Вьетнам туризм саласының қарқынды дамуы мемлекет тарапынан жүргізілген жүйелі қолдау мен реформалардың нәтижесі болып табылады. Ел үкіметі туристік секторға инвестиция тарту үшін қолайлы жағдай жасап, бұл салаға қаржы құятын компаниялар мен жеке кәсіпкерлерге салықтық жеңілдіктер мен инвестициялық преференциялар ұсынды. Сонымен қатар, жыл сайын туризм инфрақұрылымын дамытуға мемлекеттік бюджеттен елеулі көлемде қаржы бөлінуде. Бұл саясаттың нәтижесінде Вьетнамда әлемдік қонақүй желілері мен ірі туристік брендтер белсенді түрде орнығып, жеке бизнес өкілдері курорттық кешендер мен ойын-сауық орталықтарын салуға белсене кіріскен.

Визалық режимді жеңілдету - шетелдік туристер ағынын арттырудағы шешуші факторлардың бірі. 2023 жылдың тамыз айынан бастап Вьетнам барлық елдердің азаматтарына 90 күндік көп мәртелік электронды виза алу мүмкіндігін енгізді. Бұған дейін виза 30 күнге және тек бір мәрте ғана берілетін. Электрондық виза жүйесі халықаралық саяхатшылар үшін айтарлықтай ыңғайлылық туғызды және Еуропа, Солтүстік Америка мен Австралия елдерінен келетін туристердің санын едәуір арттырды. Сонымен қатар, Вьетнам Қазақстан азаматтары үшін 30 күндік визасыз режимді енгізіп, екі ел арасындағы туризмдік байланыстарды жандандыруға жол ашты. Инфрақұрылымды жетілдіру де Вьетнамның туризм саласындағы табысты тәжірибесінің маңызды құрамдас бөлігі болып отыр. Үкімет туристік нысандарға апаратын көлік жолдарын, әуежайларды жаңғырту мен кеңейту ісіне ерекше көңіл бөлуде. Соңғы жылдары жаңа халықаралық әуежайлар салынды, ішкі әуе қатынасы кеңейтіліп, танымал туристік бағыттарға тікелей рейстер ашылды. Сондай-ақ теңіз және өзен круиз туризмін дамыту мақсатында теңіз порттары мен өзен айлақтары салынуда. Мәселен, Халонг шығанағы мен Меконг өзені бойында круиздік лайнерлер тоқтайтын заманауи терминалдар пайдалануға берілді. Бұдан бөлек, теміржол туризмі де назардан тыс қалмай, ерекше туристік пойыз бағыттары іске қосылды. Вьетнамның туристік тартымдылығын арттыратын маңызды факторлардың бірі - елдің табиғи және мәдени ресурстарының байлығы. Ел аумағында ұзындығы бірнеше мың шақырымға созылған жағажайлар, жыл бойы сақталатын жазғы климат, тропикалық ормандар, көркем тау сілемдері мен тарихи-мәдени ескерткіштер кеңінен таралған. Бұл ресурстарды тиімді пайдалануда жеке сектор белсенді рөл атқаруда: жағалау өңірлерінде заманауи курорттық кешендер бой көтерсе, тарихи қалалар мен ұлттық парктер маңында экотуризм бағыттары қарқынды дамып келеді. Мемлекет шалғай өңірлердегі бірегей табиғи және мәдени мұра нысандарын туризм айналымына енгізу үшін ынталандыру шараларын жүзеге асыруда. Бұған салықтық жеңілдіктер беру, инфрақұрылым тарту және мемлекеттік-жекеменшік серіктестікті дамыту жатады. Вьетнам туризм индустриясының көрнекті инвестициялық жобасына елдің оңтүстігіндегі Фукуок аралында орналасқан «Grand World» туристік кешені мысал бола алады. Жергілікті инвесторлар консорциумы бұл жобаға 1,337 млрд АҚШ доллары көлемінде қаржы салып, 500 мың шаршы метрден астам аумақта заманауи туристік

қала салды. Кешен құрамында бірнеше бес жұлдызды қонақүй, ойын-сауық парктері, сауда орталықтары ашылып, 25 мыңнан астам тұрғын қоныстанған және 1100-ден аса шағын және орта кәсіпкерлік субъектілері жұмыс істеуде. Жоба мемлекет пен жекенің тиімді серіктестік моделі ретінде жүзеге асып, елдің туризмнен түсетін кірісін арттыруға елеулі үлес қосуда [5].

Вьетнам тәжірибесі көрсетіп отырғандай, жүйелі мемлекеттік қолдау, визалық саясаттың ашықтығы, инфрақұрылымға бағытталған инвестициялар мен табиғи-мәдени мұраларды тиімді жарнамалау қысқа мерзімде туризм секторының қарқынды дамуына мүмкіндік береді. Бұл үлгі Қазақстан үшін де өзекті: ұқсас демографиялық әлеует, географиялық артықшылықтар мен өсіп келе жатқан нарықтарға бағытталу арқылы туризмді ұлттық экономиканың стратегиялық басым саласына айналдыруға нақты алғышарттар бар [6].

Түркияның туристік моделі

Түркия - халықаралық деңгейде ең танымал туристік бағыттардың бірі және туризмді экономикалық өсімнің негізгі қозғаушы күшіне айналдыра алған табысты елдердің қатарында. 2023 жылы Түркия 56,7 миллион халықаралық турист қабылдап, бұл көрсеткіш бойынша әлемде 5-орынға ие болды. Сол жылы туризмнен түскен кіріс 54,3 миллиард АҚШ долларын құрап, 2022 жылмен салыстырғанда 17%-ға өсім көрсетті. Сәйкесінше, саяхат және туризм секторы ел экономикасының шамамен 12%-ын қамтамасыз етіп, 3,2 миллионнан астам адамды жұмыспен қамтыды. 2024 жылға қарай Түркия үкіметі 60 миллион турист тартып, 60 миллиард доллар көлемінде табыс табуды межелеп отыр. Бұл көрсеткіштер Түркияның жаһандық туризмдегі орны мен ұлттық экономика үшін стратегиялық маңызын айқын дәлелдейді. Түркия туризмінің табысты болуы бірнеше негізгі факторлармен байланысты. Ең алдымен, елдің географиялық орналасуы мен табиғи ресурстарының әртүрлілігі ерекше рөл атқарады. Түркия - Еуропа мен Азияны жалғайтын трансконтинентальды мемлекет ретінде Жерорта теңізі мен Эгей теңізінің жағалауында ұзақ жағажай маусымын ұсына алады. Елдің 551 жағажайы «Көк ту» (Blue Flag) халықаралық экологиялық стандарттарына сай деп танылып, бұл көрсеткіш бойынша Түркия әлемде үшінші орында тұр (салыстыру үшін, Испания ~600 жағажаймен бірінші орында). Жағажайлық туризммен қатар, Түркияда тарихи-мәдени туризм кеңінен дамыған. Ел аумағында Стамбул, Эфес, Каппадокия сынды тарихи қалалар мен мәдени ескерткіштер шоғырланған. Бұған қоса, табиғи көрікті жерлер (Памуккале, Кемер таулары) және емдік-сауықтыру туризмі де маңызды орын алады. Түркияның UNESCO Бүкіләлемдік мұра тізіміне енген 19 нысаны бар, бұл да елдің мәдени туризмдегі бәсекеге қабілеттілігін күшейтетін маңызды көрсеткіш [7]. Түркия туризмінің табысты дамуындағы негізгі факторлардың бірі — мемлекеттік саясат пен стратегиялық инвестициялар. 2000-жылдардың басынан бері Түркия үкіметі туристік инфрақұрылымды жаңғырту, көлік қатынасының қолжетімділігін арттыру бағытында ауқымды жобаларды жүзеге асырып келеді. Соның ішінде жаңа әуежайлар мен автобандар салу ерекше мәнге ие. 2019 жылы ашылған жаңа Стамбул халықаралық әуежайы бүгінде әлемдегі ең ірі көлік хабтарының біріне айналды. Шетелдік туристерді тарту мақсатында визалық саясат та едәуір жеңілдетілді. Көптеген Еуропалық Одақ елдері мен өзге мемлекеттердің азаматтарына визасыз немесе электронды виза алу тәртібі енгізілді, бұл Түркияға келуді анағұрлым қолжетімді етті. 2019 жылы Түркияның Мәдениет және туризм министрлігі жанынан Түркия Туризмді насихаттау және дамыту агенттігі (TGA) құрылып, елдің туристік брендингін ілгерілетуге және халықаралық нарықта

белсенді маркетингтік кампаниялар жүргізуге бағытталған жүйелі жұмыс басталды.

Маркетинг саласында Түркия “Göbeklitepe Year 2019”, “Turkish Riviera”, “Be Our Guest” сынды жаһандық кампаниялар арқылы туристердің назарын аударуға қол жеткізді. Ал 2020 жылы қабылданған «Түркия туризмінің даму стратегиясы – 2023» құжаты аясында туризмді тұрақты дамыту, маусымаралық туристік өнімдерді көбейту, сондай-ақ сала сегменттерін әртараптандыру (медициналық туризм, конгресс туризмі, спорт туризмі және т.б.) көзделді. Мәселен, медициналық туризм Түркияның туризм саласындағы жаңа табыс көздерінің біріне айналды. 2022 жылғы деректер бойынша, елге 1 миллионнан астам шетелдік азамат медициналық қызмет алу мақсатымен келген. Бұл көрсеткіш мемлекеттік қолдаудың нәтижесінде қол жеткізілген нақты жетістік ретінде қарастырылады [7].

Түркия туризмінің табысты моделінің үшінші маңызды құрамдас бөлігі — қызмет көрсету сапасы мен баға бәсекелестігі. Ел “all-inclusive” жүйесіндегі теңіз курорттарымен кеңінен танымал. Анталия, Бодрум, Мармарис сынды демалыс аймақтарында халықаралық стандарттарға сай қонақүйлер салынған және туристік сервистің сапасы жоғары деңгейге жеткен. Қызмет көрсету құны батысеуропалық курорттармен салыстырғанда едәуір төмен, бұл өз кезегінде отбасылық туристерді тартуда маңызды фактор болып отыр. Сонымен қатар, түрік халқының қонақжайлылығы, мамандандырылған кадрлар мен сервистік стандарттардың жоғары деңгейі туристер тарапынан оң бағаланып, қайталама келушілердің үлесін арттыруда шешуші рөл атқаруда. Түркия моделі туризмді тек маусымдық емес, жыл бойына үздіксіз жүзеге асыру қағидатына негізделген. Жазғы жағажай туризмімен қатар, елде қысқы туризм де дамыған — Улудағ, Паландөкен, Эрджияс сынды тау-шаңғы курорттары халықаралық деңгейде қызмет көрсетеді. Сонымен қатар көктем мен күз мезгілдерінде мәдени, өнер және гастрономиялық фестивальдер өткізіледі, бұл маусымаралық кезеңдерде де туристік ағынның тұрақтылығын қамтамасыз етеді. Осындай тәсіл туристік сектордың жылдық табысын теңестіруге және маусымдық ауытқулардың теріс әсерін азайтуға мүмкіндік беріп отыр. Түркияның озық туристік тәжірибесі – кешенді және көпқырлы даму стратегиясының жемісі. Елдің табысты үлгісі келесі негізгі бағыттарға негізделген: табиғи және мәдени ресурстарды тиімді және тұрақты пайдалану; инфрақұрылым мен көлік қолжетімділігін жүйелі дамыту; шетелдік инвестициялар мен жеке секторды ынталандыру; жоғары сапалы туристік сервис және баға бәсекелестігі; халықаралық деңгейдегі маркетинг пен ел брендинің ілгерілету; туризмді әртараптандыру және жыл он екі ай белсенді ұстау.

Түркия моделі Қазақстан үшін маңызды үлгі бола алады. Ұқсас географиялық, тарихи және демографиялық артықшылықтарды ескере отырып, Қазақстанда да туризмді кешенді экожүйе ретінде дамыту қажеттілігі айқын байқалады. Бұл үшін төмендегідей басым бағыттарға назар аудару ұсынылады: туристік инфрақұрылымды жаңғырту және кеңейту; елдің туристік брендинің халықаралық аренада жүйелі насихаттау; туристік қызмет көрсету сапасын халықаралық стандарттарға сәйкестендіру. Түркияның тәжірибесі Қазақстан үшін туризмді ұлттық экономиканың стратегиялық саласына айналдыру жолында маңызды әдістемелік және практикалық негіз бола алады.

Малайзияның туристік моделі

Малайзия — Оңтүстік-Шығыс Азияда туризмді табысты дамыта білген елдердің бірі. Этностық және мәдени көптүрлілікпен сипатталатын, тропикалық табиғаты бай бұл мемлекет жыл сайын миллиондаған халықаралық саяхатшыларды тартуда. 2019 жылы

Малайзия 26 миллионнан астам халықаралық турист қабылдап, әлем бойынша туристер саны жөнінен ТОП-10 елдің қатарына кірген болатын. COVID-19 пандемиясынан кейінгі кезеңде сала қайта жанданып, өсім көрсетуде. 2023 жылдың қаңтар–қараша айлары аралығында елге келген туристер саны 17,8 миллион адамды құрап, 2022 жылмен салыстырғанда 116%-ға артты. Үкіметтің болжамы бойынша, 2025 жылға қарай елдің туризм саласы толық қалпына келіп, жыл сайын 23–24 миллион турист қабылдау деңгейіне жетеді. Ал 2026 жылы іске қосылатын “Visit Malaysia 2026” атты ұлттық кампания аясында 35,6 миллион турист тарту және 147,1 млрд малайзия ринггиті (шамамен 30,8 млрд АҚШ доллары) көлемінде табыс табу көзделуде. Малайзия туризмінің табысты дамуы бірнеше негізгі факторлармен байланысты [8]. Ең алдымен, бұл — саяси-стратегиялық жоспарлау мен ұлттық брендингтің тиімділігі. Елдің туристік саясатын жүзеге асыратын Tourism Malaysia агенттігі тәуелсіздіктің алғашқы жылдарынан бастап белсенді жұмыс жүргізіп келеді. 1999 жылы іске қосылған “Malaysia Truly Asia” ұраны халықаралық деңгейде кеңінен танылып, Малайзияның мәдени әртүрлілігін көрсететін ең табысты туристік брендтердің біріне айналды. Одан кейінгі онжылдықтарда елдің имиджін жаңартып, туристік тартымдылығын арттыру мақсатында түрлі ұлттық кампаниялар іске асырылды. Мысалы, 2007 жылы жүзеге асырылған “Малайзия – Азияның жүрегі” (Malaysia – The Heart of Asia) концепциясы елге 21 миллионға жуық турист тартуға мүмкіндік берді. Ал қазіргі таңда 2025 жылдан бастау алған “Malaysia: A Sustainable Destination & Rich in Culture” ұраны аясында Малайзияны экотуризм және мәдени туризмнің халықаралық орталығы ретінде ілгерілетуге басымдық берілуде. Малайзия туризмінің табысты дамуы тек брендтік маркетингпен ғана шектелмейді. Елдің тәжірибесінде тұрақты даму қағидаттарына негізделген экологиялық және нишалық туризмді дамыту маңызды рөл атқарады [9].

Біріншіден, Малайзия тұрақты және экологиялық туризмге ерекше мән береді. Ел биологиялық әртүрлілік бойынша әлемдегі ең бай 12 мемлекеттің қатарына кіреді. Мұнда 15 000-нан астам өсімдік түрі мен 1 500-ге жуық жерүсті жануар түрі мекендейді. Бұл биологиялық байлықты сақтай отырып, оны экономикалық әлеуетке айналдыру үшін 2016–2025 жылдарға арналған Ұлттық экотуризм жоспары қабылданды. Аталған бағдарлама «Туризм – табиғатты, мәдениетті және мұраны қорғайды» деген ұранмен жүзеге асырылуда. Осы саясат аясында көптеген ұлттық парктер мен қорықтар туристер үшін тартымды дестинацияларға айналды. Мысалы: Борнео аралындағы Сабах штаты – сирек кездесетін сепілдік орангутангтарды табиғи ортада көруге мүмкіндік береді; Саравак штатындағы Мулу ұлттық паркі – алып әктасты үңгірлерімен және карсттық формацияларымен танымал; Бірнеше табиғи аймақ UNESCO биосфералық резерваттары мәртебесіне ие болып, халықаралық деңгейде қорғалуда. Экотуризмнің дамуы жергілікті қауымдастықтарға қосымша табыс көзі ұсынып, табиғатты қорғауға деген ынтаны арттыруда.

Екіншіден, Малайзия туристік өнімді диверсификациялауға және нишалық туризм бағыттарын дамытуға ерекше көңіл бөлуде. Елде тек жағажайлық немесе урбанизацияланған туризммен шектелмей, келесі салалар жүйелі дамуда: Медициналық туризм: Куала-Лумпур Оңтүстік-Шығыс Азиядағы жетекші медициналық туризм хабына айналып, жыл сайын жүздеген мың шетелдік емделушіні қабылдайды; Білім туризмі: халықаралық жоғары оқу орындары мен колледждер арқылы шетелдік студенттерді тарту жүзеге асуда; Гастрономиялық туризм: этностық тағамдар мен ұлттық ас мәзірін насихаттау арқылы аспаздық саяхат бағыттары кеңеюде; Ислам туризмі: халал индустриясының жоғары дамуы

арқасында Малайзия мұсылман елдері үшін маңызды дестинацияға айналған. Mastercard-CrescentRating рейтингісіне сәйкес, ел ислам туризміндегі жетекші елдердің бірі ретінде мойындалған. Сонымен қатар, Малайзия MICE туризмін (кәсіби іс-шаралар, конференциялар, көрмелер және іскерлік кездесулер) дамытуға да ерекше назар аударады. Ел ірі халықаралық мәдени фестивальдер мен спорт жарыстарын тұрақты түрде қабылдайды. Мысалы, Куала-Лумпур қаласы 2019 жылы Mastercard Global Destination Cities Index рейтингінде әлем бойынша 6-орынға ие болды.

Төртіншіден, Малайзияның туристік жетістіктерінде әуе қатынасы мен қолжетімділік айрықша орын алады. Елдің ұлттық әуе тасымалдаушысы – Malaysia Airlines – әлемнің әртүрлі бөліктерінен тікелей халықаралық рейстерді қамтамасыз етіп келеді. Сонымен қатар, AirAsia бюджеттік әуе компаниясы аймақтық туризмді дамытуда ерекше рөл атқарып, Оңтүстік-Шығыс Азия ішінде қолжетімді әуе қатынасын қамтамасыз етуде. Ел астанасындағы Куала-Лумпур халықаралық әуежайы қазіргі таңда аймақтық әуе хаб ретінде қалыптасқан. Бұдан бөлек, көршілес Сингапур, Таиланд және Индонезиямен шекаралас аймақтарда құрлықтық және теңіз қатынасы арқылы келетін туристердің саны да артуда. Мысалы, Сингапурдан Малайзияға жолаушылар автобус немесе теміржол көлігімен келіп жатады. Осы шекаралық нарықтарды тарту үшін мемлекет өткізу бекеттерінің өткізу қабілетін арттырып, бірлескен трансшекаралық турпакеттер әзірлеу арқылы туризм ағынын ынталандыруда. Маркетинг стратегиясы тұрғысынан Малайзия үкіметі цифрлық технологияларды белсенді қолдануда [10]. Туризм саласына бөлінетін маркетинг бюджетінің 70%-ға жуығы онлайн жарнамаға, блогерлер мен инфлюенсерлер арқылы жүргізілетін ілгерілетуге бағытталған. Бұл бағытта Қытай, Үндістан сияқты басым нарықтарда туризм елшілері (tourism ambassadors) тағайындалып, Малайзияның туристік әлеуеті кеңінен насихатталуда. Аталған шаралар нақты нәтижесін беруде: 2024 жылдың бірінші тоқсанында елге келген шетелдік туристер саны 5,8 миллионға жетіп, өткен жылдың сәйкес кезеңімен салыстырғанда 32,5%-ға өсім көрсеткен. Жалпы алғанда, Малайзия моделі мынаны көрсетеді: мемлекеттік стратегиялық жоспарлау, мәдени және табиғи мұраны сақтау, туристік өнімді әртараптандыру, инфрақұрылым мен қолжетімділікті арттыру, және белсенді цифрлық маркетинг ұштастырылған жағдайда, туризм ұлттық экономикаға елеулі үлес қоса алады. Мәселен, 2022 жылы туризм Малайзияның ЖІӨ-нің 14%-ын құрап, елдің ең ірі шетел валютасы түсетін көздерінің біріне айналған. Қазақстан үшін Малайзия тәжірибесі бірнеше маңызды бағытта бағдар бола алады: тұрақты және экологиялық туризмді дамыту; мәдени және табиғи мұраны сақтай отырып туризмге енгізу; нишалық секторларды (экотуризм, этнотуризм, медициналық туризм) бір уақытта үйлестіре дамыту; шекаралық және аймақтық нарықтарды интеграциялау; және цифрлық маркетинг құралдарын тиімді пайдалану арқылы туристік брендті ілгерілету.

Испанияның туристік моделі

Испания – жаһандық туризм индустриясының көшбасшыларының бірі әрі жыл сайын жүз миллионға жуық халықаралық турист қабылдайтын бірегей туристік дестинация. 2019 жылы елге 83 миллионнан астам шетелдік турист келген болса, пандемиядан кейін саланың қалпына келуі қарқынды түрде жүзеге асты. 2023 жылдың қорытындысы бойынша Испания 84–85 миллион турист қабылдап, 108 миллиард еуро көлемінде кіріс тапты. Ал 2024 жылы Испания тарихи рекорд орнатып, 94 миллион шетелдік туристі қабылдады, бұл алдыңғы жылмен салыстырғанда 10%-ға артық көрсеткіш болды [11]. Аталған жетістіктің

нәтижесінде Испания әлемде ең көп турист тартатын елдердің ішінде екінші орынға (бірінші орында – Франция) шықты. 2024 жылы шетелдік туристер Испания экономикасына 126 миллиард еуро көлемінде тікелей кіріс әкеліп, бұл 2019 жылғы деңгейден де жоғары болды. Туризмнің ІЖӨ-дегі үлесі шамамен 12%-ды құрады, ал елдегі әрбір сегізінші жұмыс орны туризммен байланысты екенін ескерсек, бұл саланың әлеуметтік-экономикалық мәні аса жоғары екені анық. Испания туризмінің табысты дамуын бірнеше негізгі аспектіде қарастыруға болады.

Біріншіден, бұл – тарихи және инфрақұрылымдық негіздердің тиімді үйлесімі. Испания 1960-жылдардан бастап Жерорта теңізі жағалауында массалық жағажай туризмін дамытуға ден қоя бастады. Франко режимі кезеңінде басталған «күн мен теңіз» (sun and beach) моделі негізінде Испания Еуропа елдерінің туристерін қолжетімді жағажайлық демалыспен қызықтыра алды. Осы бағытта Каталония, Андалусия, Балеар және Канар аралдары секілді өңірлерде қонақүй және курорттық инфрақұрылым жүйелі түрде дамыды, туризм экономиканың локомотивіне айналды. Кейінгі кезеңдерде Испания үкіметі елдің инфрақұрылымын жаңғыртуға және кеңейтуге ерекше назар аударды. Нәтижесінде қазіргі таңда Испанияның барлық ірі қалалары мен туристік орталықтары жоғары жылдамдықты теміржол желілерімен (AVE), заманауи халықаралық әуежайлармен және дамыған автобандар желісімен өзара байланысқан. Бұл өңірлік қолжетімділікті арттырып, ішкі және шетелдік туризмді тең дәрежеде дамытуға мүмкіндік берді.

Екіншіден, Испанияның туризм саласындағы табысының маңызды факторларының бірі — мәдени және табиғи мұраның жоғары тартымдылығы. Испанияда 49 нысан UNESCO-ның Бүкіләлемдік мұралар тізіміне енген. Бұл көрсеткіш бойынша Испания әлемде үшінші орын алады (Италия және Қытайдан кейін). Барселона, Мадрид, Севилья, Толедо және Гранада секілді қалалар әлемдік деңгейдегі мәдени орталықтар болып табылады. Гаудидің архитектуралық мұрасы, Пикассо мен Далидің өнер туындылары, фламенко биі мен коррида сияқты ұлттық-мәдени феномендер шетелдік туристер үшін бірегей тәжірибе ұсынады. Ел аумағында жүздеген музей, тарихи ескерткіштер, ортағасырлық қамалдар мен соборлар туристік ағынның тұрақтылығын қамтамасыз етуде маңызды рөл атқарады. Сонымен қатар, Испанияның әр өңірінің гастрономиялық ерекшеліктері де туризмді жандандыратын фактор ретінде танылған. Мысалы: Баск өлкесі – Michelin жұлдызды мейрамханаларымен танымал; Андалусия – шараптары мен теңіз өнімдері арқылы ерекшеленеді; Каталония – авторлық ас мәзірімен туристерді қызықтырады [11].

Табиғи көрікті жерлер де Испания туризмінің тартымдылығын арттыруда шешуші рөл атқарады. Пиреней таулары, «Жасыл Испания» аталған солтүстік жағалау, Канар аралдарының жанартаулық ландшафттары және басқа да бірегей экожүйелер экотуризм мен шытырман оқиғалы туризмге (adventure tourism) кең мүмкіндіктер ұсынады.

Үшіншіден, Испания туристік өнімдердің әртараптандырылуы мен қызмет көрсету сапасының жоғары деңгейімен ерекшеленеді. Ел тек жағажайлық туризммен ғана шектелмейді. Қазіргі таңда кең таралған бағыттарға мыналар жатады: қала туризмі (urban tourism); мәдени туризм; гастрономиялық және шарап туризмі; қажылық туризмі (әсіресе Camino de Santiago бағыты); спорт туризмі (мысалы, Реал Мадрид немесе Барселона клубтарына арналған турлар); іскерлік және конгресс туризмі (MICE).

Барселона мен Мадрид сияқты қалалар жыл сайын ондаған халықаралық конференциялар мен көрмелерге үй иелік етеді, бұл елде маусымаралық туризмнің тұрақты

сақталуына мүмкіндік береді. Сонымен қатар, Испания үкіметі туристік қызмет сапасына қатаң талаптар қояды. Қонақүйлер мен мейрамханалар қатаң классификациядан өтеді, ал гидтер мен туроператорлар міндетті түрде сертификация және аттестациялау рәсімдерінен өтеді. Туристік гидтерді кәсіби даярлау және біліктілік беру жүйесі жолға қойылған, бұл сапалы қызмет көрсетуге және туристердің қанағаттануына ықпал етеді. Испанияда туризмнің шектен тыс өсуі соңғы жылдары белгілі бір қиындықтар мен теріс әсерлерге әкелді. Мысалы, Барселона мен Пальма-де-Майорка сияқты танымал бағыттарда овертуризм мәселелері туындап, жергілікті тұрғындардың наразылығына себеп болды. Осы қиындықтарға қарсы шара ретінде Испания үкіметі туризм ағындарын аймақтарға тең бөліп, маусымнан тыс туризмді ынталандыру және экологиялық тұрақтылықты қамтамасыз ету мақсатында кешенді шараларды қолға алды. Мысалы, Барселона мэриясы 2028 жылға дейін қаладағы қысқа мерзімді туристік пәтерлерді шектеу жоспарын қабылдап, жергілікті тұрғындардың баспана мәселесін жеңілдетуге бағытталды. Сонымен қатар, Балеар аралдары туристік салықтарды енгізіп, түскен қаражатты табиғатты қорғауға жұмсайды. Испания Туризм министрлігі «туризмнен түсетін пайда мен шығынның балансын сақтау» тұжырымдамасын алға тартып, туризмнің экономикалық тиімділігін арттырумен қатар, оның әлеуметтік-экологиялық жүктемесін азайтуға үлкен назар аударады. 2024 жылы Испания үкіметі тұрақты туризмді дамыту стратегиясын қабылдап, көміртегі ізін аз, жергілікті қоғамға пайдалы сапалы туризм сегменттерін қолдауды мақсат етті. Бұл стратегия елдің ұзақ мерзімді даму модельіне сәйкес жасалып, туризмнің тек табыс көзі ретінде ғана емес, сонымен бірге жергілікті экожүйені, мәдени мұраны және халықтың тұрмыс сапасын жақсартуға бағытталған кешенді саласы ретінде қалыптасуына ықпал етуде. Испанияның жетістігі ондаған жылдар бойы қалыптасқан туризм мәдениеті мен жүйелі басқару тәжірибесінің нәтижесі болып табылады. Осы модель Қазақстан үшін де ұзақ мерзімді перспективада тиімді бағыт алуға тұрарлық үлгі бола алады, әсіресе: туристік әлеуетті толық іске қосу, тарихи-мәдени мұраны халықаралық деңгейде танымал ету, сапалы қызмет ұсыну және туризмді тұрақты дамыту принциптерін ұстану салаларында.

Қазақстандағы туризм саласының даму деңгейі мен ерекшеліктері

Қазақстандағы туризм саласының қазіргі дамуында оң динамика байқалып отырғанымен, халықаралық деңгейдегі туристік бәсекеге қабілеттілік әлі де төмен деңгейде қалып отыр. Соған қарамастан, соңғы жылдары елде ішкі және кірмелік туризм бағыттарында айтарлықтай серпіліс байқалады. 2023 жылы Қазақстан 9,2 миллион шетелдік туристі қабылдап, бұл көрсеткіш 2022 жылғы 4,7 миллионмен салыстырғанда екі есеге жуық өсті. Сонымен қатар, ішкі туризм де жанданып, 2023 жылы ел ішінде саяхат жасаған қазақстандықтардың саны 9,6 миллионнан асты. 2024 жылдың алғашқы деректері бойынша бұл өсім одан әрі жалғасып, Қазақстанға келген халықаралық келушілер саны 15,3 миллионға жеткен. Оның ішінде 10 миллионнан астамы кемінде бір түн түнеп, ресми түрде турист ретінде тіркелген. Аталған өсім бірнеше факторлармен байланысты: визалық режимнің жеңілдеуі, жаңа халықаралық әуе бағыттарының ашылуы, COVID-19 шектеулерінің алынуы, және елдің халықаралық туристік көрмелер мен платформаларда белсенді насихатталуы. Туризмнің Қазақстан экономикасындағы үлесі біртіндеп артып келеді. 2023 жылы туристік қызметтерден түскен табыс 230 млрд теңгені (шамамен 521 млн АҚШ доллары) құрады. Мемлекет бюджетіне 450 млрд теңгеге жуық салықтық түсім түсті. 2023 жылы туристік инфрақұрылым мен жобаларға тартылған инвестициялар көлемі 787

млрд теңгеге жетіп (1,7 млрд АҚШ доллары), бұл өткен жылмен салыстырғанда 53%-ға артық. 2024 жылдың алғашқы тоқсанында бұл көрсеткіш өткен жылдың сол кезеңімен салыстырғанда үш есеге ұлғайды, бұл үкімет пен жеке сектордың туризмді болашағы бар экономикалық сала ретінде көріп отырғанын айғақтайды [12].

Қазақстан үкіметі туризмді дамыту мақсатында бірнеше стратегиялық бағдарламалар мен жобаларды қабылдады. Олардың ішінде 2019–2025 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарлама аясында 10 басым туристік кластер анықталды: Нұр-Сұлтан (қазіргі Астана), Алматы, Щучинск–Бурабай, Шығыс Қазақстан, Түркістан, Маңғыстау және т.б. Сонымен қатар агротуризм, экотуризм, этнотуризм сияқты нишалық бағыттар басымдық ретінде белгіленді. 2023 жылдан бастап бұл бағдарламаның орнына жаңа ұлттық туристік жоба қабылдануы жоспарланды. 2029 жылға дейінгі кезеңді қамтитын бұл стратегиялық құжатта тек туристер санын ұлғайту ғана емес, қызмет көрсету сапасын арттыру, туризмді стандарттау және білікті кадрлар даярлау мәселелері басым бағыттар ретінде қарастырылып отыр.

Қазақстанның туристік даму болашағын бағалауда ең алдымен елдің табиғи-географиялық және мәдени-тарихи ресурстарына назар аудару қажет. Республиканың кең-байтақ аумағында орналасқан әр өңір туристерді тартуға әлеуетті бірегей нысандармен ерекшеленеді. Мысалы: Шығыс Қазақстанда – Алтай таулары мен Марқакөл көлі; Оңтүстікте – Тянь-Шань сілемдері, Шарын шатқалы, Түрген сарқырамалары; Батыста – Каспий теңізі жағалауы; Орталықта – Баянауыл мен Қарқаралы таулары; Солтүстікте – Бурабай курорттық аймағы мен Көкшетау маңы; Түркістан өңірі – Қожа Ахмет Ясауи кесенесі орналасқан мәдени-рухани орталық ретінде айрықша маңызға ие. Бұл аумақтар экологиялық, мәдени, сауықтыру және шытырман туризм бағыттарын дамыту үшін айтарлықтай ресурстық база қалыптастырып отыр. 2019 жылы Қазақстан аумағындағы Ұлы Жібек жолының қазақстандық бөлігін қамтитын 8 тарихи нысан (Түркістан, Отырар, Талғар және т.б.) UNESCO-ның Бүкіләлемдік мұралар тізіміне енді. Бұл жетістік Қазақстанның мәдени туризмін халықаралық деңгейде танымал етуге жол ашып, шетелдік туристердің қызығушылығын арттыруға серпін берді. Сонымен қатар, Қазақстан туризмінің бірқатар ерекшеліктері мен құрылымдық қиындықтары да бар. Солардың ішіндегі ең бастылары: Географиялық орналасу: Қазақстан теңізге шығатын жолы жоқ, негізгі туристік нарықтардан қашық орналасқан, бұл көлік және логистикалық шығындардың артуына себеп болады; Ішкі көлік қатынасының қымбаттығы мен қолайсыздығы: республиканың алып аумағы ішкі туризмді дамытуда қосымша кедергі тудырады; Туристік орындардың шалғайлығы: көптеген танымал нысандар ірі қалалардан алыс, бұл жол жүру уақытын ұлғайтады және шығындарды көбейтеді; Инфрақұрылымның жеткіліксіздігі: жол сапасының төмендігі, байланыс жүйесінің дамымауы, қонақүйлер, кемпингтер, санитарлық тораптар, автотұрақтар және ақпараттық белгілердің болмауы. Мысалы, Үкімет басшысы 2023 жылы жасаған баяндамасында: «Бізде өте әдемі жерлер көп, бірақ оған жету қиын. Балқаш, Алакөл, Шығыс Қазақстанның көрікті аймақтарына жетудің өзі турист үшін сынаққа айналуы мүмкін», – деп атап өткен. Бұл жағдай ұлттық парктер мен өңірлік туризм орталықтарының әлеуетін толық пайдалануға кедергі келтіруде [13].

Екіншіден, Қазақстан туризм саласындағы өзекті мәселелердің бірі — қызмет көрсету мәдениетінің төмендігі мен білікті кадрлар тапшылығы. Елде туризм және қонақжайлылық индустриясына арналған мамандар даярлайтын жоғары оқу орындары мен колледждер

жүйесі қалыптасқанымен, түлектердің шет тілдерін меңгеру деңгейі, кәсіби коммуникация, халықаралық сервис стандарттарын білуі көбіне жеткіліксіз болып отыр. Бұл жағдай әсіресе алыс шетелдерден келген туристерге сапалы қызмет көрсетуге теріс әсерін тигізуде. Қазіргі заманауи туристің сұранысы тек қызмет алу ғана емес, мәдениаралық диалогқа негізделген сапалы тәжірибе екенін ескерсек, бұл фактордың маңызы арта түседі. Дегенмен, соңғы жылдары аталған мәселені шешуге бағытталған нақты қадамдар жасалып жатыр. "Kazakh Tourism" ұлттық компаниясы кәсіби гидтерге арналған электрондық сертификаттау реестрі жүйесін енгізді. Қазіргі уақытта 400-ден астам кәсіби гид тіркеуден өтіп, арнайы оқытылған. Туроператорлар мен турфирмалар үшін екі деңгейлі лицензиялау жүйесі (шығарып салушы және қабылдаушы туризм) енгізіліп, бұл жүйе автоматтандырылды. Бұл шаралар туристік қызмет сапасын арттыруды, кәсіпқойлықты реттеуді және нарықтың ашықтығын қамтамасыз етуді көздейді.

Үшіншіден, визалық саясат пен туристік имидж мәселелері де ерекше назар аударуға тұрарлық. 2019 жылдан бастап Қазақстан 82 елдің азаматтары үшін 30 күндік визасыз режим енгізіп, бұл қадам туризм ағынының артуына оң ықпал етті. Алайда, визалық рәсімдеуде электронды виза жүйесіне қатысты техникалық ақаулар орын алған кездер де болды, бұл шетелдік азаматтардың Қазақстанға уақтылы келуіне кедергі келтірген. Осыған жауап ретінде 2024 жылы Қазақстан Үкіметі шетелдік фрилансерлер мен цифрлық көшпенділерге арналған Neo Nomad Visa атты ұзақмерзімді виза жүйесін енгізу жоспарын мәлімдеді. Бұл бастама IT мамандары мен онлайн кәсіби қауымдастықтарды тарту арқылы ел экономикасын әртараптандыру мен жаһандық цифрлық мобилділікке интеграциялануға бағытталған. Сонымен қатар, Қазақстанның туристік имиджі мен елдік брендінің халықаралық деңгейде әлі де толық қалыптаспай тұрғаны байқалады. Шетелдік аудиторияда Қазақстан көбінесе Орталық Азиядағы посткеңестік мемлекет ретінде қабылданады. Айқын туристік бренд ассоциациялары мен жүйелі елдік бейне әлі де қалыптаспаған. Мемлекет бұл бағытта жекелеген маркетингтік кампанияларды қолға алды [14]. Мысалы: "Kazakhstan. Very Nice!" атты халықаралық назарға іліккен науқан (мәзірге танымал фильм кейіпкерінің фразасын қосу арқылы); әлеуметтік желілер мен видеоконтент арқылы тартымды визуал материалдар тарату. Алайда, бұл әрекеттердің көпшілігі бір реттік сипатқа ие және жүйелі бренд стратегиясы мен ұзақ мерзімді коммуникациялық жоспардың жоқтығы сезіледі. Қазақстанға тұрақты туристік бренд қалыптастыру, нарықтық сегментация негізінде мақсатты аудиториялармен байланыс орнату, сондай-ақ инфлюенсерлік және сандық маркетинг құралдарын жүйелі қолдану қажет [15].

Қазақстандағы туризм саласының даму деңгейін Орталық Азиядағы көрші мемлекеттердің тәжірибесімен салыстыра қарастыруға болады. Мәселен, Өзбекстан соңғы жылдары туризм бағытында айтарлықтай ілгерілеушілікке қол жеткізіп, 2019 жылы шамамен 6 миллион шетелдік туристі қабылдаған. Бұл көрсеткіштің елеулі бөлігі мәдени-зыярат туризміне тиесілі. Сол жылы Қазақстанға келген шетелдік туристердің саны шамамен 3 миллионға жеткен. Бұл деректер аймақтық деңгейдегі бәсекелестік аясында Қазақстанның белсенді іс-қимыл жасау қажеттілігін айғақтайды. 2023–2024 жылдар аралығындағы өсім қарқыны осы бағыттағы олқылықтарды жоюдың мүмкін екенін көрсетеді. Алайда бұл оң серпінді ұзақмерзімді, тұрақты үрдіске айналдыру шешуші маңызға ие. Жалпы алғанда, Қазақстан туризмінің әлеуеті жоғары болғанымен, салада бірқатар құрылымдық түйткілдер бар және ол әлі де қалыптасу үдерісінде тұр. Келесі бөлімде жоғарыда аталған

мемлекеттердің тәжірибесін негізге ала отырып, Қазақстан туризмінің дамуындағы кемшіліктер мен үлгі алуға болатын тұстарға салыстырмалы талдау жасалады.

Салыстырмалы талдау және сабақ алынар тұстар

Жоғарыда аталған Вьетнам, Түркия, Малайзия және Испания мемлекеттерінің тәжірибесін Қазақстандағы туризмнің ағымдағы жағдайымен салыстыру арқылы бірнеше маңызды ұқсастықтар мен айырмашылықтар анықталады. Бұл салыстырмалы талдау Қазақстан туризмінің дамуындағы әлеуетті және кедергілерді айқындауға, сондай-ақ тиімді халықаралық тәжірибеден сабақ алуға мүмкіндік береді.

Мемлекеттік саясат және стратегиялық басымдықтар. Вьетнам мен Түркия туризмді ұлттық даму стратегиясының негізгі бағыты ретінде заңнамалық және бағдарламалық деңгейде бекітіп отыр (мысалы, Вьетнамның 2017 жылғы Туризм туралы заңы, Түркияның 2023 жылға дейінгі даму стратегиясы). Малайзия мен Испания да туризмді экономиканы әртараптандыру тетігі ретінде қарастырады. Қазақстанда да салалық мемлекеттік бағдарламалар қабылданғанымен, олардың орындалу сапасы мен қаржылық қамтамасыз етілуі жеткіліксіз. Мәселен, Вьетнам виза тәртібін түбегейлі жеңілдетсе, Қазақстанда визасыз елдер тізімі кеңейтілгенімен, виза рәсімдеудегі бюрократиялық қиындықтар әлі де кездеседі. Бұл тұрғыда Қазақстан туризмді мемлекеттік саясаттың басым бағытына айналдырып, құқықтық және әкімшілік кедергілерді жою арқылы оның тиімділігін арттыруы қажет.

Инфрақұрылым және қолжетімділік. Түркия мен Испания ондаған жылдар бойы көлік және туристік инфрақұрылымды жүйелі түрде дамыту арқылы туризмнің кең ауқымды географиясын қамтамасыз етіп отыр. Вьетнам соңғы онжылдықта осы салада айтарлықтай ілгерілеушілікке қол жеткізді. Ал Қазақстанда бұл сала туризмнің ең әлсіз тұсы болып қалып отыр. Ішкі әуе қатынасының шектеулілігі, жол сапасының төмендігі, орналастыру орындарының тапшылығы (әсіресе жоғары санатты қонақүйлер санының аздығы) туризмнің дамуын тежейді. Осыған байланысты Қазақстан инфрақұрылымдық жобаларға басымдық беріп, жол-көлік желісі мен туристік сервисті дамытуға кешенді түрде инвестиция тартуы қажет.

Маркетинг және ел брендінің ілгерілетуі. Малайзияның «Truly Asia» бренді, Түркияның жаһандық жарнамалық кампаниялары мен Испанияның халықаралық көрмелердегі (World Travel Market, ITB) белсенділігі елге миллиондаған турист тартуға ықпал етті. Қазақстанның маркетингтік бюджеті мен халықаралық танымалдығы әлі де шектеулі деңгейде. Вьетнам әртүрлі нарықтар үшін мәдениет пен табиғатты бейімдеп таныстыру арқылы тиімді нәтижелерге жетіп отыр. Қазақстан да өзінің табиғи және мәдени әлеуетін әртүрлі туристік сегменттерге бейімдеп таныту тактикасын жетілдіруі қажет. Мысалы, Түркістанды зиярат туризмі бренді ретінде, Тянь-Шаньды шытырман оқиға туризмі үшін, ал Алматы мен Астананы мәдени-танымдық туризм үшін ілгерілетуге болады. Бұл бағытта мемлекет пен жеке сектордың бірлескен, креативті маркетингтік әрекеттері маңызды.

Туристік өнімнің әртараптандырылуы. Түркия мен Малайзия тәжірибесі көрсеткендей, туризмнің тек маусымдық немесе бір бағытқа ғана тәуелді болуы ұзақ мерзімді табыс әкелмейді. Қазақстанда туризм көбіне жазғы табиғат аясындағы демалыспен шектеледі. Қыста туристер саны күрт төмендейді. Сондықтан ел ішінде қысқы спорт (Шымбұлақ, Алтай), іскерлік (Астана), медициналық-оңалту (Сарыағаш, Алматы), этнографиялық және мерекелік (Наурыз, аңшылық маусымы) туризм бағыттарын қатар дамыту өзекті. Бұл ретте Түркияның төрт маусымдық туризм моделінен және Малайзияның нишалық сегменттерін

қалыптастыру тәжірибесінен үйренуге болады.

Қызмет көрсету сапасы және кадрлық әлеует. Испания мен Түркиядағы туризмнің табысты дамуы сапалы сервистің тұрақты қамтамасыз етілуімен тығыз байланысты. Қазақстанда туристік қызмет көрсету мәдениеті біркелкі емес, тілдік кедергілер мен кәсіби дайындықтың жетіспеушілігі жиі сынға алынады. Вьетнам бұл мәселені туризм арқылы қоғамды қонақжайлық пен ашықтыққа тәрбиелеу арқылы шешуге тырысуда. Қазақстан да халықты туристермен тиімді қарым-қатынас орнатуға бағыттау үшін арнайы білім беру, оқыту бағдарламаларын (мысалы, “Tourist Friendly”) енгізіп, шетелдік сарапшыларды тартуы қажет.

Тұрақты даму және овертуризмнің алдын алу. Испания соңғы жылдары шектен тыс туризмнен туындайтын экологиялық және әлеуметтік салдарлармен күресуде. Қазақстанда бұл мәселе әлі кең ауқымда байқалмағанымен, кейбір туристік бағыттарда (мысалы, Көлсай, Маңғыстау) маусымдық жүктеме шектен тыс артуда. Осыған байланысты табиғи ресурстарды қорғау, жергілікті қауымдастықтың мүддесін ескеру және туристік ағындарды реттеу шараларын алдын ала қолға алу қажет. Бұл бағытта Малайзияның экотуризм тәжірибесі мен Испанияның заңнамалық реттеулері Қазақстан үшін маңызды үлгі бола алады.

Қазақстан үшін практикалық ұсыныстар

Жоғарыда жүргізілген салыстырмалы талдау негізінде Қазақстанның туризм саласын сапалы дамыту үшін келесі нақты әрі іске асыруға болатын практикалық ұсыныстарды ұсынуға болады: Туризмді ұлттық экономиканың стратегиялық басымдығы ретінде белгілеу. Туризмді елдің ұзақ мерзімді даму стратегиясының ажырамас бөлігіне айналдыру қажет. Бұл үшін Үкімет деңгейінде туризмге институционалдық мәртебе беру маңызды. Мысалы, Туризм және спорт министрлігін қайта құрылымдап, туризмге жеке ведомство ретінде жауапкершілік жүктеу ұсынылады. Мұндай құрылым саланы басқару мен қаржыландыру тетіктерін күшейтеді. Сонымен қатар, Вьетнамның 2017 жылғы Туризм туралы заңы үлгісінде Қазақстанда да жаңартылған заң қабылданып, онда шетелдік және отандық инвесторларға салықтық жеңілдіктер, жер телімдерін бөлу, субсидиялау секілді ынталандыру тетіктері қарастырылуы тиіс. Визалық және көші-қон рәсімдерін жеңілдету. Шетелдік туристер үшін қолайлы визалық режим – туризмді жедел дамыту құралы. Қазақстан визасыз елдер тізімін 100-ден астам мемлекетке дейін кеңейтіп, e-Visa жүйесін толық автоматтандыруы қажет. Бұған қоса, “Digital Nomad”, ұзақ мерзімді туристік немесе инвестициялық визалар сияқты арнайы визалық бағдарламалар енгізу ұсынылады. Бұл бағытта Грузия мен Эстонияның цифрлық көшпенділерге арналған визалық режимі тиімді үлгі бола алады. Көлік және инфрақұрылымдық байланысты дамыту. “Open Sky” режимін кеңейту арқылы жаңа халықаралық бағыттарға лоукостерлерді тарту қажет. Ішкі әуе рейстерін субсидиялау және туризм орталықтарына (Алакөл, Балқаш, Бекет Ата) тұрақты әуе қатынасын қамтамасыз ету маңызды. Сонымен қатар, ұлттық парктер мен туристік кластерлерге апаратын автожолдарды жаңғыртып, жол бойындағы инфрақұрылымды (кемпингтер, тамақтану және демалыс орындары) дамыту ұсынылады. Түркияның автокөлік пен авиа инфрақұрылымын интеграциялаған тәжірибесі – тиімді үлгі. Қызмет көрсету сапасы және кадрлық әлеуетті күшейту. Туризм саласында қызмет көрсетуші мамандар үшін міндетті сертификаттау және лицензиялау жүйесін енгізу қажет. Туризм колледждері мен ЖОО бағдарламаларын халықаралық стандарттарға сәйкестендіріп, көптілді (қазақ, орыс,

ағылшын) кадрлар даярлауға басымдық беру ұсынылады. Сонымен қатар, салалық қызметкерлерге тіл курстары мен кәсіби оқыту гранттарын ұсыну, сондай-ақ шетелдік сарапшыларды (менеджерлер, аспаздар, маркетинггерлер) тарту арқылы қызмет көрсету мәдениетін арттыру қажет.

Туризмді ілгерілету және ұлттық брендті қалыптастыру. “Kazakh Tourism” ұлттық компаниясының стратегиясы түбегейлі жаңартылып, әр мақсатты нарық үшін (Еуропа, Қытай, Ресей, Таяу Шығыс) жеке маркетинг жоспарлары әзірленуі тиіс. Әлеуметтік медиа, блогерлер, халықаралық көрмелер (WTM, ITB, ATM) арқылы ел имиджін жүйелі түрде таныту ұсынылады. Ұлттық бренд ретінде қазақ мәдениеті мен табиғи ландшафты, заманауи жетістіктер үйлестіріліп, тартымды туристік бейне қалыптастыру қажет. Туристік өнімнің әртараптандырылуы. Қазақстанда маусымдық туризмнен тыс, жыл бойы қызмет ететін туризм түрлерін (медициналық, этно, гастрономиялық, іскерлік) дамыту маңызды. Әр өңір бойынша нақты нишалық жобаларды (глэмпинг, экосопкап, этноауыл, гастрофестивальдер) қолдау қажет. Бұл бағытта мемлекет тарапынан бағдар беру, жеңілдіктер мен гранттық қаржыландыру тетіктері іске қосылуы тиіс. Тұрақты және жауапты туризм қағидаларын енгізу. Экологиялық жүктемені азайту мақсатында ұлттық парктерде келушілер санына шектеу қою, табиғатты қорғау талаптарын қатаңдату және туристік алым-салықты экологияны қорғауға бағыттау ұсынылады. Сонымен бірге, ауылдық туризмді дамыту үшін жергілікті тұрғындарға гранттар беру арқылы гестхаус, хостел, қолөнер шеберханаларын ұйымдастыруға жағдай жасау қажет. Грузиядағы ауыл туризмі үлгісі Қазақстанның таулы өңірлеріне бейімделе алады. Халықаралық ынтымақтастық пен тәжірибе алмасу. Қазақстан БҰҰ Дүниежүзілік туристік ұйымы (UNWTO) және басқа да халықаралық құрылымдармен белсенді серіктестік орнатуы тиіс. Шетелдік туристік жоғары оқу орындарымен кадрлық алмасу, тағылымдамалар мен бірлескен жобалар арқылы тәжірибе жинақтау ұсынылады. Сонымен қатар, Түркия, Малайзия секілді елдермен меморандумдар жасасып, мамандардың өзара тағылымдамадан өтуіне жағдай жасау өзекті.

Қорытынды

Жүргізілген зерттеу жұмысы Вьетнам, Түркия, Малайзия және Испания секілді елдердің туризм саласындағы озық тәжірибелерін талдай отырып, оларды Қазақстанның қазіргі жағдайымен салыстыру арқылы бірқатар маңызды қорытындылар жасауға мүмкіндік берді. Бұл елдердің әрқайсысының өзіне тән ерекшеліктері болғанымен, туризм саласында жетістікке жетудің бірқатар ортақ факторлары анықталды. Атап айтқанда, стратегиялық жоспарлау мен мемлекет тарапынан кешенді қолдау, инфрақұрылымға жүйелі инвестиция тарту, тиімді маркетинг пен ұлттық брендті қалыптастыру, туристік өнімдерді әртараптандыру, қызмет көрсету сапасын үздіксіз жетілдіру, сондай-ақ туризмнің тұрақты дамуына мән беру табысты дамудың негізгі алғышарттары ретінде танылды. Қазақстан туризм саласы соңғы жылдары белгілі бір даму көрсеткіштеріне қол жеткізгенімен, салыстырмалы талдау нәтижелері еліміздің туризм көлемі мен тартымдылық деңгейі бойынша жоғарыда қарастырылған мемлекеттерден едәуір артта қалғанын көрсетті. Бұл олқылықтарды жою мақсатында кешенді шаралар қабылдау қажет. Атап айтқанда, визалық және көліктік қолжетімділікті жақсарту, инфрақұрылымдық жүйелерді жаңғырту, халықаралық деңгейде елдің имиджін көтеру, кадрлық әлеуетті дамыту және сервистік мәдениетті жетілдіру бағыттарына басымдық беру ұсынылады. Вьетнамның қысқа мерзімде

Оңтүстік-Шығыс Азия аймағындағы жетекші туристік бағытқа айналуы, Түркия мен Испанияның жыл сайын ондаған миллион турист қабылдайтын әлемдік туризм орталықтарына айналуы, Малайзияның тұрақтылық пен инновация арқылы өз орнын табуы – Қазақстан үшін үйренуге тұрарлық үлгілер. Әрине, бұл модельдерді тікелей көшіру мүмкін емес, себебі әр елдің тарихи-мәдени, географиялық және институционалдық ерекшеліктері бар. Алайда, бұл табысты тәжірибелердің негізін құрайтын қағидаттар әмбебап сипатқа ие: жүйелілік, жаңашылдыққа ашықтық, жергілікті артықшылықтарды тиімді пайдалану және сыртқы өзгерістерге икемді бейімделе білу. Зерттеу барысында алынған басты сабақ – туризмді тек экономикалық пайда көзі ретінде ғана емес, қоғамның жан-жақты дамуына серпін беретін стратегиялық сала ретінде қарастыру қажеттігі. Туризм – валюталық түсім ғана емес, ол мәдениеттер тоғысы, халықаралық танымдылықты арттыру құралы және азаматтардың өмір сапасын жақсартатын әлеуетті құрал. Осы тұрғыдан алғанда, Қазақстан туризмді ұлттық дамудың басым бағыттарының бірі ретінде қарастырып, ғылыми негізделген, жүйелі және ұзақ мерзімді стратегияны қабылдауы қажет. Ұсынылған талдау мен ұсыныстар Қазақстанның туризм саласын сапалы деңгейге көтеруге бағытталған нақты әрі прагматикалық қадамдарға негіз бола алады. Елдегі табиғи, мәдени және тарихи ресурстарды, сондай-ақ қонақжайлылық әлеуетін толық іске қоса отырып, Қазақстан алдағы онжылдықта Орталық Азия мен Еуразия кеңістігіндегі беделді туристік бағыттардың біріне айнала алады деген сенім бар. Бұл бағыттағы жетістіктер елдің халықаралық беделін нығайтып қана қоймай, халықтың ұлттық бірегейлікке деген мақтанышын арттырып, әлеуметтік-мәдени жаңғыруға да оң ықпал етеді.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Gössling, S., Scott, D., Hall, C. M. Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19 // *Journal of Sustainable Tourism*. – 2021. – Vol. 29, № 1. – P. 1–20.
2. Dwyer, L., Kim, C. Destination competitiveness: determinants and indicators // *Current Issues in Tourism*. – 2003. – Vol. 6, № 5. – P. 369–414.
3. Қазақстан Республикасы Үкіметі. Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2019–2025 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасы туралы: Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2019 жылғы 31 мамырдағы № 360 қаулысы [Электрондық ресурс]. – Режим доступа: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/P1900000360> (дата обращения: 25.03.2025).
4. Phong, H. Thailand takes back the crown from Malaysia as Southeast Asia's most visited country // *VNExpress International* [Электронный ресурс]. – 2025. – 6 Feb. – Режим доступа: <https://e.vnexpress.net/news/travel> (дата обращения: 25.03.2025).
5. Hanh, V. N. Vietnam's Tourism Boom During Tet 2025: Key Insights // *Vietnam Briefing News* [Электронный ресурс]. – 2025. – 3 Feb. – Режим доступа: <https://www.vietnam-briefing.com> (дата обращения: 25.03.2025).
6. Forbes Kazakhstan. В чѐм Вьетнам может быть примером для Казахстана [Электронный ресурс]. – 2023. – Режим доступа: <https://forbes.kz> (дата обращения: 25.03.2025).
7. Invest in Türkiye. Tourism Industry Report [Электронный ресурс]. – Ankara, 2023. – Режим доступа: <https://www.invest.gov.tr/en/library/publications/lists/investpublications/tourism-industry.pdf> (дата обращения: 25.03.2025).
8. TTN Worldwide. Malaysia invites sustainable, eco-curious travel // TTN Worldwide

[Электронный ресурс]. – Apr. 2025. – Режим доступа: <https://ttnworldwide.com> (дата обращения: 25.03.2025).

9. TravelMole. Tourism Malaysia Unveils Strategic Roadmap For Visit Malaysia 2026 // TravelMole [Электронный ресурс]. – 2024. – 30 Apr. – Режим доступа: <https://www.travelmole.com> (дата обращения: 25.03.2025).

10. Wikipedia. Tourism in Malaysia [Электронный ресурс]. – Обновлено в 2023 г. – Режим доступа: https://en.wikipedia.org/wiki/Tourism_in_Malaysia (дата обращения: 25.03.2025).

11. Reuters. Spain expects more tourists this year after record 94 mln visitors in 2024 // Reuters.com [Электронный ресурс]. – 2025. – 15 Jan. – Режим доступа: <https://www.reuters.com> (дата обращения: 25.03.2025).

12. The Astana Times. Kazakhstan Sees Record Tourism Indicators in 2023 // Astana Times [Электронный ресурс]. – 2024. – 14 May. – Режим доступа: <https://astanatimes.com> (дата обращения: 25.03.2025).

13. Travel Tomorrow. How Kazakhstan continues to expand tourism sector for manageable growth [Электронный ресурс]. – 2025. – 14 May. – Режим доступа: <https://traveltomorrow.com> (дата обращения: 25.03.2025).

14. Buhalis, D. Marketing the competitive destination of the future // Tourism Management. – 2000. – Vol. 21, № 1. – P. 97–116.

15. UNWTO. International Tourism to End 2023 Close to 90% of Pre-Pandemic Levels [Электронный ресурс]. – Madrid: UNWTO, 2024. – Режим доступа: <https://www.unwto.org> (дата обращения: 25.03.2025).

REFERENCES

1. Gossling, S., Scott, D., Hall, C. M. Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19 // Journal of Sustainable Tourism. – 2021. – Vol. 29, № 1. – P. 1–20.

2. Dwyer, L., Kim, C. Destination competitiveness: determinants and indicators // Current Issues in Tourism. – 2003. – Vol. 6, № 5. – P. 369–414.

3. Kazakstan Respublikasy Ykimeti. Kazakstan Respublikasynyn turistik salasyn damytudyn 2019–2025 zhyldarga arnalgan memlekettik bagdarlamasy turaly: Kazakstan Respublikasy Ukimetinin 2019 zhylygy 31 мамыrdagy № 360 kaulysy [Правительство Республики Казахстан. О государственной программе развития туристской отрасли Республики Казахстан на 2019-2025 годы: постановление Правительства Республики Казахстан от 31 мая 2019 года № 360] [Elektrondyk resurs]. – Rezhim dostupa: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/P1900000360> (data obrasheniya: 25.03.2025).

4. Phong, H. Thailand takes back the crown from Malaysia as Southeast Asia's most visited country // VNExpress International [Elektronnyj resurs]. – 2025. – 6 Feb. – Rezhim dostupa: <https://e.vnexpress.net/news/travel> (data obrasheniya: 25.03.2025).

5. Hanh, V. N. Vietnam's Tourism Boom During Tet 2025: Key Insights // Vietnam Briefing News [Elektronnyj resurs]. – 2025. – 3 Feb. – Rezhim dostupa: <https://www.vietnam-briefing.com> (data obrasheniya: 25.03.2025).

6. Forbes Kazakhstan. V chyom Vetnam mozhet byt primerom dlya Kazakhstana [How Vietnam can be an example for Kazakhstan] [Elektronnyj resurs]. – 2023. – Rezhim dostupa: <https://forbes.kz> (data obrasheniya: 25.03.2025).

7. Invest in Türkiye. Tourism Industry Report [Elektronnyj resurs]. – Ankara, 2023. – Rezhim dostupa: <https://www.invest.gov.tr/en/library/publications/lists/investpublications/tourism-industry.pdf> (data obrasheniya: 25.03.2025).
8. TTN Worldwide. Malaysia invites sustainable, eco-curious travel // TTN Worldwide [Elektronnyj resurs]. – Apr. 2025. – Rezhim dostupa: <https://ttnworldwide.com> (data obrasheniya: 25.03.2025).
9. TravelMole. Tourism Malaysia Unveils Strategic Roadmap For Visit Malaysia 2026 // TravelMole [Elektronnyj resurs]. – 2024. – 30 Apr. – Rezhim dostupa: <https://www.travelmole.com> (data obrasheniya: 25.03.2025).
10. Wikipedia. Tourism in Malaysia [Elektronnyj resurs]. – Obnovleno v 2023 g. – Rezhim dostupa: https://en.wikipedia.org/wiki/Tourism_in_Malaysia (data obrasheniya: 25.03.2025).
11. Reuters. Spain expects more tourists this year after record 94 mln visitors in 2024 // Reuters.com [Elektronnyj resurs]. – 2025. – 15 Jan. – Rezhim dostupa: <https://www.reuters.com> (data obrasheniya: 25.03.2025).
12. The Astana Times. Kazakhstan Sees Record Tourism Indicators in 2023 // Astana Times [Elektronnyj resurs]. – 2024. – 14 May. – Rezhim dostupa: <https://astanatimes.com> (data obrasheniya: 25.03.2025).
13. Travel Tomorrow. How Kazakhstan continues to expand tourism sector for manageable growth [Elektronnyj resurs]. – 2025. – 14 May. – Rezhim dostupa: <https://traveltomorrow.com> (data obrasheniya: 25.03.2025).
14. Buhalis, D. Marketing the competitive destination of the future // Tourism Management. – 2000. – Vol. 21, № 1. – P. 97–116.
15. UNWTO. International Tourism to End 2023 Close to 90% of Pre-Pandemic Levels [Elektronnyj resurs]. – Madrid: UNWTO, 2024. – Rezhim dostupa: <https://www.unwto.org> (data obrasheniya: 25.03.2025).

Бұл зерттеу жұмысы Қазақстан Республикасы Ғылым және жоғары білім министрлігінің Ғылым комитеті тарапынан АР19679687 нөмірлі грант аясында қаржыландырылды.

М. АБДИКАРИМОВА PhD, қауымдастырылған профессор Халықаралық туризм және меймандостық университеті, (Қазақстан, Түркістан) e-mail: madina.abdikarimova@iuth.edu.kz	Т. АБДРАСИЛОВ PhD, қауымдастырылған профессор Халықаралық туризм және меймандостық университеті, (Қазақстан, Түркістан) e-mail: t.abdrasilov@iuth.edu.kz
Э. АЛЬЖАНОВА Тарих ғылымдарының кандидаты Халықаралық туризм және меймандостық университеті, (Қазақстан, Түркістан) e-mail: alzhanova.elmira@iuth.edu.kz	<i>02.03.2025 ж. баспаға түсті</i> <i>01.04.2025 ж. түзетулермен келді</i> <i>30.06.2025 ж. басып шығаруға қабылданды</i>

M. ABDIKARIMOVA¹, T. ABDRASIOV¹✉, E. ALZHANOVA¹

¹International University of Tourism and Hospitality

(Kazakhstan, Turkistan), e-mail: t.abdrasilov@iuth.edu.kz

STRATEGIC DIRECTIONS FOR IMPROVING THE TOURISM SECTOR IN KAZAKHSTAN: BASED ON THE EXPERIENCES OF VIETNAM, TURKEY, MALAYSIA, AND SPAIN

Abstract. This article presents a comprehensive comparative analysis of tourism development models in Vietnam, Turkey, Malaysia, and Spain, with the aim of drawing applicable insights for Kazakhstan. The study examines government policies, infrastructure development, marketing strategies, and diversification of tourism products in these countries. It also evaluates the current state of Kazakhstan's tourism sector, identifying structural challenges and untapped potential. Using the benchmarking method, the article formulates concrete recommendations tailored to Kazakhstan's context, aimed at transforming tourism into a strategic sector of the national economy. These recommendations include institutional reforms, infrastructural investments, capacity building, and improved international positioning. The article contributes to the practical discourse on developing a competitive and sustainable tourism model for Kazakhstan by integrating successful international practices.

Keywords: tourism, international experience, comparative analysis, infrastructure, marketing, Kazakhstan, tourism development

М. АБДИКАРИМОВА¹, Т. АБДРАСИЛОВ¹✉, Э. АЛЬЖАНОВА¹

¹Международный университет туризма и гостеприимства
(Казахстан, Туркестан), e-mail: t.abdrasilov@iuth.edu.kz

**СТРАТЕГИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ
ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ КАЗАХСТАНА: НА ОСНОВЕ ОПЫТА ВЬЕТНАМА,
ТУРЦИИ, МАЛАЙЗИИ И ИСПАНИИ**

Аннотация. В статье проводится сравнительный анализ успешных моделей развития туризма во Вьетнаме, Турции, Малайзии и Испании с целью выявления применимых подходов для Казахстана. Рассматриваются государственная политика, инфраструктурные решения, маркетинговые стратегии и диверсификация туристических продуктов в указанных странах. Особое внимание уделено текущему состоянию туризма в Казахстане, выявляются основные проблемы и потенциал роста. На основе метода бенчмаркинга предлагаются конкретные рекомендации, адаптированные к казахстанским реалиям, направленные на превращение туризма в стратегическую отрасль экономики. Предложения включают институциональные реформы, развитие инфраструктуры, повышение квалификации кадров и продвижение туристического имиджа страны. Практическая значимость статьи заключается в разработке стратегии устойчивого и конкурентоспособного туризма на основе международного опыта.

Ключевые слова: туризм, международный опыт, сравнительный анализ, инфраструктура, маркетинг, Казахстан, развитие туризма