

А. ДОШАН¹, А. АХЕЛОВА¹, Ж. САДЫКОВ¹✉

¹М. Әуезов атындағы Оңтүстік Қазақстан университеті

(Қазақстан, Шымкент), E-mail: jandos76@mail.ru

ҚАЗІРГІ ТУРИСТІК ИНДУСТРИЯДАҒЫ БІРЛЕСКЕН КӘСІПОРЫНДАРДЫ БАСҚАРУДА ЖАСАНДЫ ИНТЕЛЛЕКТІНІҢ РӨЛІ

Аңдатпа. Бұл мақала қазіргі туристік индустриядағы бірлескен кәсіпорындарды басқаруда жасанды интеллект (ЖИ) технологияларын қолданудың тиімділігін талдауға арналған. Зерттеу Түркістан облысындағы туристік бағыттағы бірлескен кәсіпорындардың нақты басқару тәжірибесіне негізделіп, сандық және сапалық әдістердің үйлесімі арқылы жүргізілді. Деректерді жинау барысында 120 туристке сауалнама жүргізіліп, 15 кәсіби гидпен жартылай құрылымдалған сараптамалық сұхбаттар алынды, сондай-ақ кәсіпорындардың басқару тәжірибесіне казус талдау жасалды. Зерттеу нәтижелері онлайн брондау жүйелері, аналитикалық платформалар, чат-боттар мен виртуалды гидтер сияқты ЖИ құралдарының қызмет көрсету сапасын арттыруға, басқару процестерін жеделдетуге және серіктестер арасындағы үйлестіруді жақсартуға оң әсер ететінін көрсетті. Туристердің қанағаттану деңгейінің жоғары болуы ЖИ технологияларының бәсекелік артықшылық факторы ретінде қалыптасып келе жатқанын дәлелдейді. Сонымен қатар, ЖИ қолданудың белгілі бір шектеулері – бастапқы инвестиция көлемі мен кадрлардың цифрлық құзыреттілігі – анықталғанымен, орта мерзімді перспективада олардың басқару тиімділігінің артуы арқылы өтелетіні анықталды. Зерттеу нәтижелері туристік индустриядағы бірлескен кәсіпорындарды басқару тәжірибесіне ЖИ технологияларын стратегиялық деңгейде енгізу бойынша практикалық ұсыныстар әзірлеуге негіз болды.

Кілт сөздер: жасанды интеллект, туризм индустриясы, бірлескен кәсіпорындар, басқару тиімділігі, туристік қызмет, стратегиялық басқару

Кіріспе

Туризм индустриясы – қазіргі заманғы әлемдік экономикадағы стратегиялық маңызды секторлардың бірі. Ол елдердің әлеуметтік-экономикалық дамуына, жұмыс орындарын құруға және халықаралық сауда мен инвестицияларды тартуға тікелей ықпал етеді. Соңғы жылдары туристік нарықтың күрделенуі, клиенттердің жоғары талаптары және бәсекелестіктің күшеюі салдарынан компаниялар тиімділік пен инновацияны арттыруға ерекше көңіл бөле бастады

*Бізге дұрыс сілтеме жасаңыз: Дoшaн A., Aхелoвa A., Сaдыкoв Ж. Қазіргі туристік индустриядағы бірлескен кәсіпорындарды басқаруда жасанды интеллектінің рөлі // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. – 2025. – No4(10). –Б. 114–123. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2025-4.09>

*Cite us correctly: Doshan A., Akhelova A., Sadykov Zh. Kazirgi turistikinustriyadagy birlesken kasiporyndardy baskaruda jasandy intellektinin roli [The role of artificial intelligence in managing joint ventures in the modern tourism industry] // Bulletin of the International University of Tourism and Hospitality. – 2025. – No4(10). – B. 114–123. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2025-4.09>

[2], [6]. Осы контексте бірлескен кәсіпорындар (joint ventures) – бірнеше ұйымның ресурстарын біріктіріп, жаңа нарықтарға шығу, инвестициялық тәуекелді азайту және қызмет көрсету сапасын жақсарту арқылы стратегиялық артықшылыққа қол жеткізуге мүмкіндік беретін тиімді құрал болып саналады. Бірлескен кәсіпорындар туризм секторында жаңа қызмет түрлерін енгізу, маркетингтік стратегияларды дамыту және халықаралық серіктестік орнату үшін негізгі механизмдердің бірі болып отыр [2].

Сонымен қатар, ақпараттық технологиялардың, әсіресе жасанды интеллекттің (ЖИ) дамуы басқару процестерін түбегейлі өзгертті. ЖИ алгоритмдері, машиналық оқыту модельдері, деректерді аналитикалық өңдеу жүйелері, чат-боттар және интеллектуалды шешім қабылдау жүйелері туризм саласындағы бірлескен кәсіпорындарды басқаруды анағұрлым тиімді және икемдірек етеді [1], [3]. ЖИ құралдары арқылы туристік компаниялар нарықтық үрдістерді болжай алады, клиенттермен өзара әрекеттестікті жекелендіре алады, ресурстарды тиімді бөле алады және стратегиялық шешімдерді жылдам қабылдай алады [4], [5]. Осылайша, ЖИ бірлескен кәсіпорындардың бәсекеге қабілеттілігін арттыруға және қызмет көрсету сапасын жақсартуға ықпал ететін маңызды технологиялық ресурсқа айналды [1], [3], [5].

ЖИ-дің туризм саласында қолданылуы тек басқару тиімділігін арттырып қана қоймай, сонымен қатар тұрақты туризм қағидаларын енгізуге, экологиялық және әлеуметтік жауапкершілікті қамтамасыз етуге мүмкіндік береді. Мысалы, туроператорлар мен қонақүй желілері клиенттердің сұраныстарын болжау үшін аналитикалық модельдерді қолданса, ресурстарды үнемдеуге, қызмет көрсету сапасын жақсартуға және шығындарды азайтуға мүмкіндік алады [3], [7]. Сонымен қатар, ЖИ-дің қолданылуы стратегиялық серіктестік орнатудағы тәуекелдерді азайтып, әріптестік қатынастардың тұрақтылығын қамтамасыз етеді [2], [6].

2. Зерттеу мақсаты мен міндеттері

Бұл зерттеудің негізгі мақсаты – қазіргі туристік индустриядағы бірлескен кәсіпорындарды басқаруда жасанды интеллектінің қолдану тиімділігін анықтау және оны басқару тәжірибесіне енгізудің практикалық жолдарын зерттеу. Осы мақсатқа жету үшін келесі міндеттер қойылады:

1. ЖИ құралдарының түрлерін анықтау, соның ішінде аналитикалық жүйелер, машиналық оқыту алгоритмдері, чат-боттар және интеллектуалды шешім қабылдау жүйелері;
2. Туризм саласындағы бірлескен кәсіпорындарға ЖИ қолданудың артықшылықтары мен шектеулерін талдау, соның ішінде шешім қабылдаудың жылдамдығы, қызмет көрсету сапасы, ресурстарды басқару және стратегиялық серіктестікті орнату;
3. ЖИ қолданудың практикалық ұсыныстарын жасау, бірлескен кәсіпорындардың стратегиялық басқару тиімділігін арттыру мақсатында.

Зерттеу өзектілігі мен мақсаты анықталған соң, бұл жұмыс бірлескен кәсіпорындарды басқаруда ЖИ қолданудың тиімділігін терең зерттеуге, практикалық ұсыныстар жасауға және туризм индустриясында басқару сапасын арттыруға бағытталған [2], [7], [8].

Әдебиетке шолу

Бірлескен кәсіпорындарды басқару теориялары

Бірлескен кәсіпорындарды басқару мәселесі классикалық және қазіргі заманғы басқару

теорияларында кең талқыланған. Классикалық теориялар (мысалы, Файоль және Тейлордың ілімдері) ұйымдық құрылым, рөлдер мен міндеттерді нақты бөлу, басқарудың іргелі қағидаларына негізделген [4]. Осы теориялардың артықшылығы – ұйымдық процестерді жүйелеу және басқару жауапкершілігін айқындау. Дегенмен, туризм индустриясының динамикалық ерекшеліктерін есепке алғанда, тек классикалық тәсіл жеткіліксіз.

Қазіргі теориялар стратегиялық басқару, көпбұрышты серіктестік және инновациялық менеджмент идеяларын қамтиды. Бірлескен кәсіпорындарды басқаруда қазіргі теориялар ұйымаралық байланыстар, серіктестік қатынастар және ресурстарды тиімді бөлу мәселелерін терең қарастырады [5]. Заманауи басқару тәсілдерінде ақпараттық технологиялар мен ЖИ интеграциясы маңызды рөл атқарады, себебі олар стратегиялық шешім қабылдау процесін жылдамдатады және тиімділікті арттырады [1], [5].

Туризм индустриясында ЖИ қолдану тәжірибесі

Соңғы жылдары туризм саласында жасанды интеллект жүйелерін қолдану қарқынды дамып келеді. Бұл жүйелердің түрлері әртүрлі: Big Data технологиялары арқылы клиенттік мінез-құлықты талдау, машиналық оқыту алгоритмдері арқылы нарықтық үрдістерді болжау, чат-боттар арқылы клиенттерге қызмет көрсету және аналитикалық жүйелер арқылы басқару шешімдерін қолдау [1], [3], [7].

Мысалы, López-Naranjo A.L. және әріптестерінің зерттеуінде ЖИ жүйелері туристік компанияларға клиенттердің сұранысын нақты болжауға, маршруттарды оңтайландыруға және қызмет көрсету сапасын арттыруға мүмкіндік беретіні көрсетілген [1]. Siddik A.B. және әріптестері ЖИ-дің тұрақты туризмге әсерін зерттей отырып, машиналық оқыту мен аналитикалық жүйелердің ресурстарды тиімді пайдалануға және экологиялық әсерді азайтуға көмектесетінін атап көрсеткен [3]. Сонымен қатар, чат-боттар мен виртуалды ассистенттер клиенттермен өзара әрекеттестікті жекелендіре отырып, қызмет көрсету сапасын едәуір жақсартады [7].

ЖИ-дің бұл құралдары бірлескен кәсіпорындардың басқару тиімділігін арттыруға мүмкіндік береді, себебі олар стратегиялық шешімдер қабылдауды жеделдетеді, ақпарат ағындарын оңтайландырады және серіктестер арасындағы үйлестіруді жақсартады [4], [5].

Халықаралық тәжірибелер

Халықаралық тәжірибеде бірлескен кәсіпорындарды басқаруда ЖИ қолдану кең тараған. Мысалы, Италиядағы туристік компаниялар мен қонақүйлер желілері Big Data және аналитикалық жүйелерді пайдаланып, клиенттердің сапарлық әдеттерін талдайды және қызмет көрсету стратегияларын жекелендіреді [7]. Германия мен Австрияда кейбір бірлескен кәсіпорындар машиналық оқыту алгоритмдерін қолдана отырып, туристік ағынды болжайды және ресурстарды тиімді бөледі [5].

Сондай-ақ, ЖИ құралдары стратегиялық шешім қабылдауда тәуекелдерді азайтуға көмектеседі. Мысалы, Оңтүстік-Шығыс Азиядағы туристік бірлескен кәсіпорындар виртуалды ассистенттер мен деректерді талдау платформаларын енгізу арқылы серіктестік қатынастардың тұрақтылығын арттырып, қызмет көрсету сапасын жоғары деңгейде ұстап отыр [2], [6].

Жалпы, зерттелген әдебиеттерге сәйкес, ЖИ туризм индустриясында бірлескен кәсіпорындарды басқаруда тек технологиялық құрал ретінде ғана емес, стратегиялық серіктестік пен инновациялық менеджментті қолдайтын тиімді ресурс ретінде маңызды рөл атқаратыны көрінеді [1], [3], [7]. Бұл фактор зерттеудің өзектілігін арттырады және

практикалық ұсыныстар жасауға негіз болады.

Зерттеу әдістері

Бұл зерттеу Түркістан облысындағы бірлескен кәсіпорындарды басқаруда жасанды интеллекттің (ЖИ) қолдану тиімділігін анықтау мақсатында жүргізілді. Зерттеудің басты ерекшелігі – ол нақты практикалық контексте жүзеге асырылған, яғни жергілікті туристік кәсіпорындардың тәжірибесіне сүйенді. Бұл тәсіл зерттеу нәтижелерін тек теориялық тұрғыда емес, сондай-ақ нақты басқару процесінде тиімділігін бағалауға мүмкіндік берді.

Зерттеу субъектілері ретінде Түркістан облысында тіркелген бірнеше туристік кәсіпорын таңдалды. Олар туристік агенттік қызметтерін, туроператорлық қызметтерді және экскурсиялық гидтік қызметтерді ұсынады. Барлық кәсіпорындарда ЖИ жүйелерін қолдану тәжірибесі зерттелді, оның ішінде онлайн брондау жүйелері, аналитикалық платформалар, виртуалды гидтер мен чат-боттар қолданылды. Мұндай тәсіл кәсіпорындардың басқару процесіндегі ЖИ құралдарының нақты әсерін бағалауға мүмкіндік берді, сондай-ақ әртүрлі қызмет түрлерінде ЖИ қолданудың артықшылықтары мен шектеулерін салыстыруға жағдай жасады.

Деректерді жинау үшін бірнеше әдіс біріктірілді. Біріншіден, жергілікті гидтермен сараптамалық сұхбаттар жүргізілді. Жалпы саны 15 адамнан тұратын гидтер тобы ЖИ құралдарын қолдану тәжірибесі, олардың артықшылықтары мен қиындықтары, экскурсияларды ұйымдастырудағы тиімділігі және туристтермен өзара әрекеттестік мүмкіндіктері туралы мәліметтер берді. Сұхбаттар барысында гидтер ЖИ технологияларының экскурсия сапасын арттырудағы рөлін, туристтермен өзара әрекеттестікті жақсарту құралдары ретінде қолданылуын, сондай-ақ ақпаратты жылдам жеткізу мен туристік сұраныстарды нақты қанағаттандырудағы маңызын атап өтті. Осы деректер кәсіпорындардың басқару процестерінде ЖИ қолданудың практикалық нәтижесін түсінуге мүмкіндік берді.

Екіншіден, туристтер арасында сауалнама жүргізілді. Жалпы саны 120 адам қатысқан сауалнама туристік қызмет көрсету сапасы, ЖИ қызметтерін қолдану ыңғайлылығы, туристтердің қанағаттану деңгейі және болашақта ЖИ құралдарын қайта пайдалану ниеті туралы ақпарат жинауға бағытталды. Сауалнама нәтижелері ЖИ жүйелерінің туристік тәжірибені жақсартудағы әсерін сандық тұрғыда көрсетуге мүмкіндік берді. Мысалы, туристтер онлайн брондау арқылы бронь жасау процесінің жылдамдығы мен ыңғайлылығын бағалады, сондай-ақ виртуалды гидтер мен чат-боттар арқылы экскурсияны ұйымдастырудағы ақпараттық қолжетімділікті бағалады. Бұл зерттеу деректері ЖИ құралдарының нақты әсерін көрсетуге және туристтердің технологияны қабылдау деңгейін анықтауға мүмкіндік берді.

Үшіншіден, зерттеуде казустарды зерттеу (кейстерді зерттеу) әдісі қолданылды. Әр кәсіпорынның нақты басқару тәжірибесі жан-жақты қаралды. Казус әдісі ЖИ құралдарының әртүрлі қызмет саласында қалай қолданылатынын анықтау үшін тиімді болды. Мысалы, онлайн брондау жүйесі арқылы туристік ағынды басқару, аналитикалық платформалар арқылы турларды жоспарлау және ресурстарды бөлу, сондай-ақ виртуалды гидтер арқылы экскурсияларды ұйымдастыру тәжірибесі жан-жақты талданды. Бұл тәсіл гидтер мен туристтерден алынған деректерді нақты басқару жағдайларымен байланыстыруға мүмкіндік берді, сондай-ақ ЖИ қолданудың практикалық тиімділігін нақты дәлелдеді.

Жиналған деректерді талдау үшін сандық және сапалық әдістер біріктірілді. Сауалнама нәтижелері статистикалық талдау арқылы өңделіп, туристтердің ЖИ қызметтерін пайдалану жиілігі, қанағаттану деңгейі және болашақта құралдарды қайта пайдалану ниеті пайыздық

көрсеткіштер арқылы бағаланды. Бұл талдау Excel және SPSS бағдарламалары арқылы жүзеге асырылды, бұл статистикалық нәтижелердің дәлдігін қамтамасыз етті. Ал гидтермен жүргізілген сұхбаттар мен кәсіпорын казус деректері сапалық талдау әдісі арқылы қаралды. Сапалық талдау NVivo бағдарламасының көмегімен жүргізіліп, мәтіндік деректерді жүйелеу, мазмұнды талдау және практикалық әсерлерді бағалауға мүмкіндік берді. Сапалық талдау кәсіпорындардың басқару процестеріндегі қиындықтар мен табысты тәжірибелерді анықтауға, ЖИ қолданудың нақты нәтижелерін ашуға септігін тигізді.

Зерттеу әдістерінің үйлесімі нәтижелердің толықтығын қамтамасыз етті. Сандық талдау туристтердің ЖИ қызметтерін қолдану тәжірибесі мен қанағаттану деңгейін нақты көрсетуге мүмкіндік берсе, сапалық талдау гидтердің кәсіби пікірлері мен казус нәтижелерін жан-жақты талдауға мүмкіндік берді. Осылайша, зерттеу Түркістандағы бірлескен кәсіпорындарда ЖИ қолданудың тиімділігін, сондай-ақ практикалық шектеулерін анықтауға толық негіз жасады.

Нәтижелер мен талқылау

Зерттеу Түркістан облысында орналасқан туристік бағыттағы бірнеше бірлескен кәсіпорындардың басқару тәжірибесінде жасанды интеллект (ЖИ) құралдарын қолдану тиімділігін анықтауға бағытталды. Экспериментке қатысқан ұйымдар этикалық және коммерциялық себептерге байланысты өз атауларының жарияланбауын сұрағандықтан, зерттеу нәтижелері анонимді түрде ұсынылады. Бұл талап зерттеу дизайнында арнайы ескеріліп, деректерді жинау мен талдау барысында толық сақталды.

Зерттеу нәтижелері сандық (сауалнама) және сапалық (сұхбаттар мен казус талдау) деректердің үйлесімі арқылы алынған.

Туристер арасында жүргізілген сауалнама нәтижелері

120 туристің қатысуымен жүргізілген сауалнама ЖИ құралдарының туристік қызмет көрсету сапасына, басқару процестерінің тиімділігіне және клиенттердің қанағаттану деңгейіне ықпалын анықтауға мүмкіндік берді.

1-кесте – Туристердің ЖИ құралдарын бағалау нәтижелері

Көрсеткіштер	Иә / Жоғары (%)	Орташа (%)	Төмен (%)
Онлайн брондау жүйесінің ыңғайлылығы	78	17	5
Чат-боттар арқылы ақпарат алу тиімділігі	72	21	7
Қызмет көрсету жылдамдығының артуы	74	19	7
Жалпы қанағаттану деңгейінің артуы	69	23	8
ЖИ қолданатын компанияны қайта таңдау ниеті	64	26	10

Кесте деректері көрсеткендей, туристердің басым бөлігі ЖИ негізіндегі сервистік шешімдерді оң қабылдайды. Әсіресе онлайн брондау жүйелері мен чат-боттар қызмет көрсету процесін жеңілдетіп, уақыт үнемдеуге мүмкіндік берген.

Нәтижелер ЖИ құралдарының туристік тәжірибені жекелендіру, ақпараттық қолжетімділікті арттыру және қызмет көрсету сапасын тұрақтандыру бағытында маңызды рөл

атқаратынын дәлелдейді. Туристердің қайта таңдау ниетінің жоғары болуы ЖИ технологияларының нарықтағы бәсекелестік артықшылық ретінде қалыптасып келе жатқанын көрсетеді.

Сараптамалық сұхбат нәтижелері (гидтер пікірі)

15 кәсіби гидпен жүргізілген жартылай құрылымдалған сұхбаттар сапалық талдау әдісімен өңделді. NVivo бағдарламасы арқылы кодтау нәтижесінде негізгі тақырыптар анықталды.

2-кесте – Гидтердің ЖИ құралдарын бағалауы (сапалық талдау)

Негізгі тақырыптар	Қатысушылар саны	Пікірлердің мазмұны
Экскурсияларды жоспарлау тиімділігі	12	Маршрутты оңтайландыру, уақытты үнемдеу
Туристермен өзара әрекеттестік	13	Алдын ала сұрақтарға чат-бот жауап беруі
Ақпараттың дәлдігі	11	ЖИ дерекқорлары арқылы нақты мәлімет
Жүктеменің азаюы	10	Гидтің әкімшілік жұмысы қысқарды
Техникалық қиындықтар	5	Бастапқы кезеңдегі үйрену қажеттілігі

Сұхбат нәтижелері ЖИ құралдарының экскурсиялық қызметтің сапасын арттырумен қатар, гидтердің кәсіби жүктемесін оңтайландырғанын көрсетті. Гидтердің көпшілігі ЖИ-ді «бәсекелес емес, көмекші құрал» ретінде қабылдайтынын атап өтті. Бұл фактор ЖИ технологияларын енгізудің әлеуметтік-психологиялық аспектісінің оң екенін көрсетеді.

Казустарды (кейстерді) талдау нәтижелері

Әрбір бірлескен кәсіпорынның басқару тәжірибесіне жүргізілген казус талдауы ЖИ құралдарының стратегиялық және операциялық басқаруға әсерін анықтады.

3-кесте – ЖИ қолданудың басқару тиімділігіне әсері (казус талдау)

Басқару көрсеткіштері	ЖИ енгізілгенге дейін	ЖИ енгізілгеннен кейін
Туристік ағынды жоспарлау	Интуитивті, қолмен	Аналитикалық модельдер
Шығындарды басқару	Жоғары өзгермелілік	12–18% қысқару
Қызмет көрсету уақыты	Орташа	20% жылдамдау
Серіктестер арасындағы үйлестіру	Күрделі	Деректерге негізделген
Клиенттік кері байланыс	Төмен жүйеленген	Автоматты жинақ

Казус нәтижелері ЖИ құралдарының бірлескен кәсіпорындарда ресурстарды тиімді бөлу, тәуекелдерді азайту және серіктестік қатынастарды тұрақтандыру бағытында нақты практикалық нәтиже бергенін көрсетеді.

Алынған нәтижелер халықаралық ғылыми зерттеулермен толық сәйкес келеді. López Naranjo және әріптестерінің жүйелі шолуларында ЖИ туристік бизнесте сұранысты болжау мен қызмет көрсету сапасын арттырудың негізгі құралы ретінде қарастырылса [1], бұл

зерттеуде де туристердің қанағаттану деңгейінің едәуір артқаны анықталды.

Siddik және әріптестерінің тұрақты туризм концепциясына сәйкес [3], зерттелген кәсіпорындарда ЖИ ресурстарды ұтымды пайдалану арқылы экономикалық және басқарушылық тиімділікке қол жеткізген. Бұл әсіресе бірнеше серіктес қатысатын бірлескен кәсіпорындар үшін аса маңызды.

Зерттеу ЖИ-дің бірлескен кәсіпорындарды басқаруда стратегиялық серіктестік тұрақтылығын қамтамасыз ететін құрал екенін дәлелдейді. Аналитикалық жүйелер серіктестер арасындағы ақпараттық асимметрияны азайтып, шешім қабылдау процесін жеделдеткен. Бұл Wang және OECD зерттеулерінде көрсетілген тұжырымдармен үндес келеді [2], [4].

Сонымен қатар, зерттеу барысында ЖИ енгізудің белгілі бір шектеулері де анықталды: бастапқы инвестиция көлемі, кадрлардың цифрлық сауаттылығы және технологиялық инфрақұрылымға тәуелділік. Алайда, орта мерзімді перспективада бұл факторлар басқару тиімділігінің артуы арқылы өтелетіні байқалды.

Жалпы алғанда, зерттеу нәтижелері жасанды интеллекттің қазіргі туристік индустриядағы бірлескен кәсіпорындарды басқаруда инновациялық технология ғана емес, стратегиялық басқару факторы екенін дәлелдейді. Түркістан облысының тәжірибесі ЖИ құралдарын басқару жүйесіне интеграциялау арқылы қызмет көрсету сапасын арттыруға, серіктестік қатынастарды нығайтуға және туристік кәсіпорындардың бәсекеге қабілеттілігін күшейтуге болатынын көрсетті.

Қорытынды

Бұл зерттеу қазіргі туристік индустриядағы бірлескен кәсіпорындарды басқаруда жасанды интеллект (ЖИ) технологияларын қолданудың тиімділігін кешенді түрде талдауға бағытталды. Зерттеу Түркістан облысындағы туристік бағыттағы бірлескен кәсіпорындардың нақты басқару тәжірибесіне негізделіп, сандық және сапалық әдістердің үйлесімі арқылы жүргізілді. Экспериментке қатысқан ұйымдардың өтініші бойынша олардың атаулары жарияланбай, нәтижелер анонимді түрде ұсынылды.

Зерттеу нәтижелері жасанды интеллект құралдарының бірлескен кәсіпорындардың басқару тиімділігін айтарлықтай арттыратынын көрсетті. Атап айтқанда, онлайн брондау жүйелері, аналитикалық платформалар, виртуалды гидтер мен чат-боттар туристік қызмет көрсету сапасын жақсартуға, клиенттердің қанағаттану деңгейін арттыруға және басқару процестерін жеделдетуге мүмкіндік берген. Туристер арасында жүргізілген сауалнама нәтижелері ЖИ қолданатын кәсіпорындарға деген сенімнің жоғары екенін және мұндай компанияларды қайта таңдау ниетінің басым екенін дәлелдеді.

Сараптамалық сұхбаттар барысында гидтер ЖИ технологияларын басқару мен экскурсиялық қызметті ұйымдастыруда көмекші құрал ретінде қабылдайтынын атап өтті. ЖИ жүйелері гидтердің әкімшілік жүктемесін азайтып, туристермен өзара әрекеттестіктің сапасын арттырған. Бұл ЖИ енгізудің әлеуметтік және кәсіби тұрғыдан оң қабылданатынын көрсетеді.

Казус талдау нәтижелері ЖИ құралдарының бірлескен кәсіпорындарда ресурстарды тиімді бөлуге, шығындарды оңтайландыруға және серіктестер арасындағы үйлестіруді жақсартуға нақты ықпал еткенін дәлелдеді. Аналитикалық жүйелер мен деректерге негізделген шешімдер стратегиялық басқарудағы субъективтілікті азайтып, тәуекелдерді төмендеткен.

Жалпы алғанда, зерттеу нәтижелері жасанды интеллекттің туристік индустриядағы бірлескен кәсіпорындарды басқаруда тек технологиялық инновация ғана емес, стратегиялық басқару факторы екенін дәлелдейді. Түркістан облысының тәжірибесі ЖИ технологияларын басқару жүйесіне интеграциялау арқылы туристік кәсіпорындардың бәсекеге қабілеттілігін арттыруға, серіктестік қатынастардың тұрақтылығын қамтамасыз етуге және қызмет көрсету сапасын жаңа деңгейге көтеруге болатынын көрсетті.

Зерттеу нәтижелеріне сүйене отырып, туристік индустриядағы бірлескен кәсіпорындарды басқаруды жетілдіру мақсатында келесі практикалық ұсыныстар ұсынылады:

ЖИ технологияларын стратегиялық басқару деңгейінде енгізу

Бірлескен кәсіпорындарда жасанды интеллектті тек операциялық құрал ретінде емес, стратегиялық жоспарлау мен шешім қабылдау жүйесінің құрамдас бөлігі ретінде қарастыру ұсынылады. Аналитикалық платформалар серіктестер арасындағы деректер алмасуды жеңілдетіп, басқару шешімдерінің дәлдігін арттыра алады.

Кадрлардың цифрлық құзыреттілігін арттыру

ЖИ құралдарын тиімді қолдану үшін қызметкерлерге арналған тұрақты оқыту бағдарламаларын ұйымдастыру қажет. Бұл бастапқы кезеңдегі технологиялық кедергілерді азайтып, ЖИ жүйелерінің толық әлеуетін пайдалануға мүмкіндік береді.

Туристік сервистерді жекелендіруді дамыту

Машиналық оқыту мен Big Data технологияларын қолдану арқылы туристердің сұраныстары мен мінез-құлқын терең талдап, жеке ұсыныстар қалыптастыру ұсынылады. Бұл клиенттердің қанағаттануын арттырып, нарықтағы бәсекелестік артықшылықты күшейтеді.

Серіктестік қатынастарды нығайту үшін деректерге негізделген басқаруды енгізу Бірлескен кәсіпорындарда ЖИ құралдары серіктестер арасындағы ақпараттық асимметрияны азайтуға және жауапкершілікті нақтылауға көмектеседі. Сондықтан ортақ аналитикалық платформаларды пайдалану ұсынылады.

Тұрақты туризм қағидаларын қолдау

ЖИ технологияларын ресурстарды үнемдеу, туристік ағынды теңгерімді жоспарлау және экологиялық жүктемені азайту мақсатында қолдану ұсынылады. Бұл туристік кәсіпорындардың әлеуметтік және экологиялық жауапкершілігін арттырады.

Болашақ зерттеулер үшін ұсыныс

Алдағы зерттеулерде ЖИ қолданудың экономикалық тиімділігін ұзақ мерзімді динамикада бағалау, сондай-ақ Қазақстанның басқа туристік өңірлерімен салыстырмалы талдау жүргізу өзекті болып табылады.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ/REFERENCES

1. López-Naranjo A. L., Puente-Riofrio M. I., Carrasco-Salazar V. A., Erazo-Rodríguez J. D., Buñay-Guisñán P. A. Artificial intelligence in the tourism business: a systematic review // *Frontiers in Artificial Intelligence*. – 2025. – Vol. 8. – Article 1599391. – URL: <https://www.frontiersin.org/journals/artificial-intelligence/articles/10.3389/frai.2025.1599391>
2. Wang S., et al. Artificial Intelligence in Tourism: A Systematic Literature Review // *Sustainability*. – 2025. – Vol. 17, № 20. – Article 9080. – URL: <https://www.mdpi.com/2071-1050/17/20/9080>
3. Siddik A. B., et al. Artificial intelligence as a catalyst for sustainable tourism // *Technological Forecasting and Social Change*. – 2025. – URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0040162524006735>

4. OECD. Artificial Intelligence and tourism: G7/OECD Policy Paper. – Paris: OECD, 2024. – OECD Tourism Papers. – URL: https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2024/12/artificial-intelligence-and-tourism_41e7f157/3f9a4d8d-en.pdf
5. Muellner P., Schreuer A., Kopeinik S., Wieser B., Kowald D. Multistakeholder Fairness in Tourism: What Can Algorithms Learn from Tourism Management? – 2025. – arXiv preprint. – URL: <https://arxiv.org/abs/2508.20496>
6. Lemmel J., Babaiee Z., Kleinlehner M., Majic I., Scholz J., Grosu R., Neubauer S. Deep-Learning vs Regression: Prediction of Tourism Flow with Limited Data – 2022. – arXiv preprint. – URL: <https://arxiv.org/abs/2206.13274>
7. Cassani A., Ruberl M., Salis A., Giannese G., Boanelli G. zIA: a GenAI-powered local auntie assists tourists in Italy – 2024. – arXiv preprint. – URL: <https://arxiv.org/abs/2407.11830>
8. Camacho-Ruiz M., Carrasco R. A., Fernández-Avilés G., LaTorre A. Tourism destination events classifier based on artificial intelligence techniques – 2024. – arXiv preprint. – URL: <https://arxiv.org/abs/2410.19741>
9. Carreon J. S., Pabilando R. S., Tapaya T. L., Das Gupta A., Naseem S. Artificial Intelligence in Tourism Management. – Singapore: Springer, 2022. – 245 p. – URL: https://www.researchgate.net/publication/380541721_ARTIFICIAL_INTELLIGENCE_IN_TOURISM_MANAGEMENT
10. Таşдағитісі Е. Content analysis of academic studies on artificial intelligence: evaluation of impacts of service robots in tourism economy // DergiPark. – 2025. – URL: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/4232529>
11. Salamzadeh A., et al. Quantum-enhanced AI entrepreneurship in tourism // Journal of Entrepreneurial Research. – 2025. – URL: <https://jerhub.org/index.php/jer/article/view/54>
12. Hall C. M. Making tourism smart in the age of artificial intelligence // Tourism Geographies. – 2025. – Vol. 27, № 3. – P. 450–470. – URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13683500.2025.2460922>
13. Samieva M., et al. The Use of Artificial Intelligence in Logistics Management for Tourism Sector // Central Asian Journal of Innovation, Technology and Management. – 2025. – Vol. 3, № 1. – P. 22–35. – URL: <https://cajitmf.casjournal.org/index.php/CAJITMF/article/view/1000>

А. ДОШАН

PhD, М. Әуезов атындағы Оңтүстік Қазақстан университеті (Қазақстан, Шымкент)
E-mail: as_doshan@mail.ru

А. АХЕЛОВА

Экономика және бизнес магистрі, аға оқытушы, М. Әуезов атындағы Оңтүстік Қазақстан университеті (Қазақстан, Шымкент)
E-mail: maraljan7@mail.ru

Ж. САДЫКОВ

Экономика магистрі, аға оқытушы
М. Әуезов атындағы Оңтүстік Қазақстан университеті, (Қазақстан, Шымкент)
E-mail: jandos76@mail.ru

03.09.2025 баспаға түсті
30.10.2025 түзетулермен келді
30.12.2025 басып шығаруға қабылданды

A. DOSHAN¹, A. AKHELOVA¹, ZH. SADYKOV^{1✉}

¹M. Auezov South Kazakhstan University (Shymkent, Kazakhstan), E-mail: jandos76@mail.ru

THE ROLE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN MANAGING JOINT VENTURES IN THE MODERN TOURISM INDUSTRY

Abstract. *This article explores the effectiveness of using artificial intelligence (AI) technologies in managing joint ventures within the contemporary tourism industry. The study is based on the actual management practices of tourism joint ventures in the Turkestan region and employs a combination of quantitative and qualitative methods. Data were collected through surveys of 120 tourists, semi-structured expert interviews with 15 professional guides, and case analyses of enterprise management practices. The findings indicate that AI tools—such as online booking systems, analytical platforms, chatbots, and virtual guides—positively impact service quality, accelerate management processes, and improve coordination among partners. High levels of tourist satisfaction demonstrate that AI technologies are emerging as a competitive advantage factor. Although certain limitations exist, such as initial investment requirements and staff digital competency, these are expected to be offset in the medium term by increased management efficiency. The results provide a basis for developing practical recommendations for the strategic integration of AI technologies into the management of joint ventures in the tourism industry.*

Keywords: *artificial intelligence, tourism industry, joint ventures, management efficiency, tourism services, strategic management*

А. ДОШАН¹, А. АХЕЛОВА¹, Ж. САДЫКОВ¹✉

¹Южно-Казахстанский университет имени М. Ауэзова
(Шымкент, Казахстан), E-mail: jandos76@mail.ru

СОВРЕМЕННАЯ РОЛЬ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В УПРАВЛЕНИИ СОВМЕСТНЫМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ

Аннотация. *Статья посвящена анализу эффективности применения технологий искусственного интеллекта (ИИ) в управлении совместными предприятиями в современной туристической индустрии. Исследование основано на реальном управленческом опыте туристических совместных предприятий в Туркестанской области и проведено с использованием сочетания количественных и качественных методов. Были опрошены 120 туристов, проведены полуструктурированные экспертные интервью с 15 профессиональными гидами, а также выполнен кейс-анализ практики управления предприятиями. Результаты исследования показали, что инструменты ИИ, такие как онлайн-системы бронирования, аналитические платформы, чат-боты и виртуальные гиды, положительно влияют на качество обслуживания, ускоряют управленческие процессы и улучшают координацию между партнёрами. Высокий уровень удовлетворённости туристов свидетельствует о формировании технологий ИИ в качестве фактора конкурентного преимущества. При этом выявлены определённые ограничения применения ИИ — первоначальные инвестиции и цифровая компетентность персонала — которые в среднесрочной перспективе компенсируются ростом эффективности управления. Полученные результаты стали основой для разработки практических рекомендаций по стратегическому внедрению технологий ИИ в управление совместными предприятиями туристической индустрии.*

Ключевые слова: *искусственный интеллект, туристическая индустрия, совместные предприятия, эффективность управления, туристические услуги, стратегическое управление*