

Результаты исследования. Авторы выявили основные проблемы исследования экотуризма в Казахстане, в том числе отсутствие исчерпывающих данных и информации, а также проблемы с нормативными правовыми актами и документами. Правильное изучение экотуризма может способствовать развитию экологического менеджмента туризма в стране.

Проанализировав бутанскую практику исследований в области экотуризма, авторы обнаружили пробелы в вопросах управления окружающей средой в области развития туризма нашей страны, на которых следует сосредоточить в дальнейшем особое внимание. Таким образом, авторы дали несколько рекомендаций по дальнейшему развитию исследований в области экотуризма в Казахстане. Это такие, как тесное сотрудничество с опытными зарубежными исследователями, улучшение веб-сайтов охраняемых территорий, создание трастового фонда с другими странами, совершенствование нормативных документов по управлению окружающей средой в туризме. Наряду с этим, необходимость публикации отчетов на английском языке и предоставление государством достаточного количества грантов и стипендий в области туризма.

Ключевые слова: экотуризм, Казахстан, экологический менеджмент туризма, устойчивый туризм.

ABOUT THE AUTHORS

Pazylkhaiyr Bauyrzhan Meirambekuly – PhD student, Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Republic of Kazakhstan, e-mail: bauyrzhan.pazylkhaiyr@gmail.com*

Assipova Zhanna Medeuovna – Ph.D., Associate Professor, Senior Research Fellow, Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Republic of Kazakhstan, e-mail: zhanna.assipova@kaznu.kz

Aktymbayeva Aliya Sagyndykovna – Associate Professor, Head of Department of Recreation geography and tourism, Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Republic of Kazakhstan, e-mail: aliya.aktymbayeva@kaznu.kz

MPHTI 06.71.57

JEL Classification: L20; P13; Z30

DOI: <https://doi.org/10.52821/2789-4401-2023-1-97-110>

ТУРИСТІК КӘСПОРЫНДАРДЫҢ БӘСЕКЕЛЕСТІК, ЫНТЫМАҚТАСТЫҚ, БІРЛЕСКЕН БӘСЕКЕЛЕСТІК ҚАРЫМ-ҚАТЫНАСТАРЫ: БИБЛИОМЕТРИКАЛЫҚ ТАЛДАУ

А. А. Әмірбаева¹, Л. М. Муталиева^{2*}, Л. М. Байтенова³

¹«Тұран-Астана» Университеті, Астана, Қазақстан Республикасы

²Л. Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан Республикасы

³Ғұмарбек Даукеев атындағы Алматы Энергетика және Байланыс Университеті, Алматы, Қазақстан Республикасы

АНДАТПА

Соңғы жиырма жылдықта туризмдегі бәсекелестік тұжырымдамасы бойынша зерттеулер кеңейді. Бәсекелестер арасындағы қарым-қатынасқа қатысты қолданыстағы теориялар мен зерттеулер бәсекелестік немесе ынтымақтастыққа бағытталған, онда қарым-қатынастың бір түрі қарсыласқа қауіп төндіруі немесе көмектесуі мүмкін. Дегенмен, бүгінгі таңда әдебиетте бәсекелес компаниялар арасындағы стратегиялық қатынастар бәсекелестік пен ынтымақтастықтан бірлескен бәсекелестікке дейін эволюцияланды.

Зерттеудің мақсаты – библиометрикалық талдаудың көмегімен аталған жұмыс осы триаданың туризм индустриясында уақыт өткен сайын қалай дамығанын жақсы түсіну үшін осы тақырып бойынша заманауи шолу жасауға өз үлесін қосуға ұмтылады.

Әдіснамасы. Бұл зерттеу авторлар мен елдер арасындағы бірлескен авторлық, сондай-ақ авторлардың кілт сөздерінің сәйкестігі сияқты библиометрикалық әдістердің комбинациясы қолданылды. Сонымен қатар, жарияланымдар мен дәйексөздер негізінде ең ықпалды мемлекеттер, институттар, басылымдар мен авторлар анықталды. 2000-2022 жылдар аралығында жарияланған барлығы 302 мақала Scopus дерекқорынан алынды.

Зерттеудің бірегейлігі / құндылығы – туризм саласындағы кәсіпорындардың арасындағы бәсекелестік пен ынтымақтастық стратегиялық қатынастар аясында жарияланған мақалалардың байланысын анықтауға, зерттеу жұмыстардың эволюциясын талдауға, өзекті тақырыптарды анықтауға, болашақ зерттеу тенденцияларын болжауға септігін тигізеді. Зерттеуден алған ақпарат арқылы болашақ мақалалардың сапасын жақсарту үшін пайдалануға болады.

Зерттеу нәтижелері көрсеткендей, 2000 жылдан бері басылымдар саны артып, ғалымдардың бұл салаға деген қызығушылығы артқан. Жарияланған мақалалар 55 елден басылымға шыққан. Көп мақала жариялаған алғашқы 10 мемлекет барлық жұмыстың 89,73 % үлесін алып отыр. Едәуір мақала шығарған ғылыми орталық, бірлескен авторлық жұмыстар жариялаған өнімді мемлекет, ең көп мақала жариялаған автор анықталды. Ең көп сілтеме жинаған мақалалардың көпшілігі Elsevier баспагерге тиесілі. Түйін сөздер талдау барысында 3 кластер анықталды.

Түйін сөздер: библиометрикалық талдау, Scopus базасы, бәсекелестік, ынтымақтастық, бірлескен бәсекелестік, туризм кәсіпорындары.

КІРІСПЕ

Бәсекелестік жаһандық экономикада нарықтың қозғаушы күші болып саналады. Бұл мақалада әлемде кең таралған бәсекелестік және бірлескен бәсекелестік (ынтымақтастық, кооперация) ұғымдары қарастырылады.

Бәсекелестік ұғымын ғылыми айналымға А. Смит енгізді деп есептеледі. Бәсекелестік теориясын қалыптастыруда Д. Рикардо, Дж. С. Милль, К. Г. Маркс, А. Маршалл, У. С. Джевонс, Ф. И. Эджуорт, А. О. Курно, П. Сраффа, Э. Г. Чемберлин, Дж. В. Робинсон, Дж. М. Кейнс, К. Дж. Эрроу, Й. А. Шумпетер, Ф. А. Фон Хайек, Г. А. Саймон, Дж. Дж. Стиглер, Д. К. Гэлбрэйт, И. М. Кирцнер деген экономика ғылымның түрлі салаларының өкілдері тұжырымдамаларын жасады [1].

Әлемдік экономиканың жаһандануы, ақпараттық революция, бизнес-коммуникацияның жетілуі, нарықта икемді жаңа кәсіпорындардың пайда болуы қазіргі заманғы бәсекелестік қатынастарды зерттеуге және бәсекелестік артықшылық тұжырымдамасын қалыптастыруға негіз болды. Бәсекелестік артықшылық тұжырымдамасының негізін салушы М. Ю. Портер болып табылады. Бәсекелестік артықшылықтың негізгі көзі ретінде тұтынушылармен ұзақ мерзімді қарым-қатынастарды, серіктестікті, стратегиялық альянстарды, сондай-ақ ақпараттық өрісте өзін тиімді интеграциялау қабілетін жатқызады [1]. Серіктестік демекші, бәсекелестер арасындағы кооперациялық байланыстар соңғы он жылдықта ерекше кеңейді – ынтымақтастық туралы жаңа келісімдердің 50 % бәсекелестер арасында жасалды [2]. Кейбір қатынастар таза бәсекелестіктен тұрса, кейбірі ынтымақтастықтан тұрады. Ал, екі шектің арасында екеуінің де үйлесімінен тұратын қатынастар да бар. Дестинацияның шектеулі ресурстарын неғұрлым тиімді пайдалану үшін ынтымақтастық қарым-қатынас маңызды болады [3].

Бірлескен бәсекелестік түсінігін бірінші рет Novell компаниясының негізін қалаушы Рэймонд Норд 1980 жылдары ойластырған. Бұл екі тараптың нарықта артықшылықтарға қол жеткізу үшін бәсекелестіктің әдеттегі ережелерінен бөлек маңызды стратегиялардың түрі болып табылады [4]. Бәсекелестік жағдайындағы ынтымақтастық – бұл нарықта екі немесе одан да көп кәсіпорындардың бір мезгілде бір-бірімен бәсекелесуі және ынтымақтасуы.

Бірлескен ынтымақтастық туралы теориялық негіздерді Рикардо Боункен, Иоанна Гаст, Джэймс Крик авторлары ашып жазса, инновация мен ынтымақтастықтың байланысын Валентина

Делла Корте және Ребекка Луи зерттеді. Барух пен Лин ынтымақтастық және оның кәсіпкерліктің өнімділігіне әсерін жазса, бірлескен ынтымақтастықта біліммен бөлісу менеджменті туралы Илона Ильвонен және Вилма Вуори жұмыс шығарды. Войцех Чакон, Каролина Муха-Кузь және Мариуш Рогальский 1997-2010 жылдар аралығындағы ынтымақтастық тақырып бойынша жарыққа шыққан ғылыми жұмыстарға әдебиеттік шолу жасап, библиометрикалық талдау жүргізді. Ал, туризм саласындағы бірлескен бәсекелестік туралы ғылыми жұмыстарды 2017-2018 жылдары Чим-Мики және Батиста-Канино жазды [5].

Туризм индустриясы бір-бірін толықтыратын өнімдерді қамтамасыз ететін көптеген шағын кәсіпорындардан тұрады деп сипатталады [6]. Туристік өнімнің күрделілігіне байланысты туристік бағыттағы фирмалардың көпшілігі бір-біріне тәуелді. Бәсекелес болумен қатар, олар туристік өнімнің сапасын көтеру үшін бірге жұмыс істеуі керек. Географиялық тұрғыдан шектелген аумақта әртүрлі кәсіпорындар тығыз байланыста, ынтымақтасуға міндетті. Туристік аймақтың дамуы немесе тоқырауы әр түрлі кәсіпкерлердің бәсекелес ретінде әрекет етуіне немесе әртүрлі деңгейде ынтымақтасу қабілеттілігіне байланысты. Бәсекелестік ынтымақтастықпен теңдестірілген болуы керек [7].

Туристік кәсіпорындар өз тұтынушылары үшін қол жетімді қызмет түрлерін кеңейтіп, жақсартуға ұмтылады. Соған орай, дестинацияда түрлі ұйымдардың ынтымақтасуының 2 түрлі желісі болуы мүмкін. Көлденең желілерге ұқсас қызметтер көрсететін ұйымдар жатады (қонақ үйлер мен мотельдер), ал тік желілерге әр түрлі қызметтерді ұсынатын ұйымдар жатады [3].

2018 жылғы бақылауларға, сұхбаттарға және сауалнамаларға негізделген эмпирикалық материал ынтымақтастықтың маңыздылығын көрсетеді. Зерттеудің қорытындысы бойынша шағын бизнес иелерінің басқа мекемелермен ынтымақтасудың негізгі факторы ретінде өздерінің ресурстарының жетіспеушілігін санайды. Кәсіпкерлер ынтымақтастық арқылы білім немесе қосымша ақпарат алмасуға тырысады [7].

Ынтымақтасу арқылы мекемелер бәсекелестердің мүмкіндіктері туралы құнды ақпаратқа және басқа ресурстарға қол жеткізе алады [8]. Бірлескен бәсекелестік қатынастағы кәсіпкерлер өз тәжірибелерімен бөліседі, күнделікті мәселелер мен оқиғаларды талқылай алады [9]. Ынтымақтастық қатынастары арқылы бәсекелестер ресурстарды бөлісіп, белгілі бір салаларда ортақ мақсаттарға жетіп, өнімділікті арттырады [10]. Яғни, туризм саласында келушілерді жергілікті жерге тартудың ортақ мақсатына қол жеткізу үшін кәсіпкерлер ресурстарды біріктіріп, өзара міндеттемелерді дамытуға тырысады [3].

Искерлік басқару саласындағы зерттеулер ынтымақтастық процестеріне және компаниялар арасында қарым-қатынас құруға қызығушылық артып отырғанын көрсетті [11]. Ивонн өз зерттеуінде бәсекелестер арасындағы қарым-қатынастар туралы теориялардың және зерттеулердің жоқтығын талқылады. Бәсекелестікке немесе ынтымақтастыққа бөлек назар аударылды, ал қос қарым-қатынас аз зерттелді деп айтады [12]. Менеджмент әдебиеттерінде бәсекелестік пен ынтымақтастық арасындағы тепе-теңдікті түсіну үшін, әсіресе дестинациядағы туристік бизнестің бірлескен қарым-қатынаста қалай жұмыс жасайтынын түсіну үшін біртұтас теориялық негіз жоқ делінген [3]. Ынтымақтастық қарым-қатынастар бірегей құрылымды және бәсекелестік сипаттамаларға ие, сондықтан маңызды ғылыми назар аударуды қажет етеді [7].

Сондықтан, бұл мақаланың басты мақсаты, бүгінгі күнге дейін туристік салада шағын компаниялардың белгілі бір географиялық аймақта қалай бәсекелесетіні және ынтымақтасатындығы туралы жазылған зертеу жұмыстарына талдау жүргізу үшін библиометрикалық анализ жасау болып табылады.

Библиометрикалық талдау тақырып, дәйексөз, сөз, көлем сияқты белгілі бір тақырыптар бойынша жүргізілген зерттеулердің ерекшеліктерін зерттеуге мүмкіндік береді. Туризм саласында соңғы жылдары библиометрикалық талдау кеңейді. Әдебиеттерге библиометрикалық талдау жасау барысында журналдарда жарияланған мақалалар, конференциялардағы баяндамалар мен тезистер қарастырылады [13].

ЗЕРТТЕУДІҢ НЕГІЗГІ БӨЛІМІ

Библиометрикалық талдау – үлкен көлемде ғылыми жұмыстардың базасына негізделген, белгілі бір саланың әлем бойынша зерттеу үрдістерін түсінуге мүмкіндік беретін тәсіл [14].

Scopus базасын пайдалана отырып, деректер 2022 жылдың 22 қараша күні ізделді. Тақырып атауында, аңдатпада және түйін сөздерде іздеуге салынған «бәсекелестік», «ынтымақтастық», «бірлескен бәсекелестік», «туризм» және «кәсіпорын» деген негізгі сөздер болды. Дереккөздер санын көбейту, тақырып аясын кеңейту және жаңа трендті табу үшін жалғаулық шылауларды қолдана отырып, «қонақ үй», «мейрамхана», «туроператор», «бизнес», «фирма» деген синоним сөздері де қосылды. Іздеу үшін падаланылған сұрау жолы келесідей болды: (TITLE-ABS-KEY ("compet*") AND TITLE-ABS-KEY ("coopetition") AND TITLE-ABS-KEY ("cooperation") AND TITLE-ABS-KEY ("tourism") OR TITLE-ABS-KEY ("collaboration") OR TITLE-ABS-KEY ("hotel*") OR TITLE-ABS-KEY ("enterprise*") OR TITLE-ABS-KEY ("restaurant*") OR TITLE-ABS-KEY ("touroperator*") OR TITLE-ABS-KEY ("firm*") OR TITLE-ABS-KEY ("business*") OR TITLE-ABS-KEY ("entrepreneur*")) AND (LIMIT-TO (DOCTYPE, "ar") OR LIMIT-TO (DOCTYPE, "cp") OR LIMIT-TO (DOCTYPE, "re")). Сүзгі арқылы ғылым саласын, жазылған тілін, жұмыстың түрін жіктеп алдық. Нәтижесінде 302 жұмыс алынды.

Библиометрикалық карталарды құруға арналған көрнекілік құрал VOSviewer бағдарламасына 302 мақаланың дәйексөз, библиографиялық мәліметтер, қысқаша сипаттама және түйін сөздер туралы ақпараттар экспортталды. Файлды ағылшын тілінде жүктеу керек. Өйткені VOSviewer басқа тілді документтерді оқи алмайды. VOSviewer бағдарламасының картасы арқылы елдер мен кілт сөздерге зерттеу жүргізілді. Әр жұптың арасында қатынасты көрсететін байланыс сызығы болады. Байланыс сызығы қалыңдаған сайын жұптың арасындағы байланыстың беріктігін көрсетеді [15].

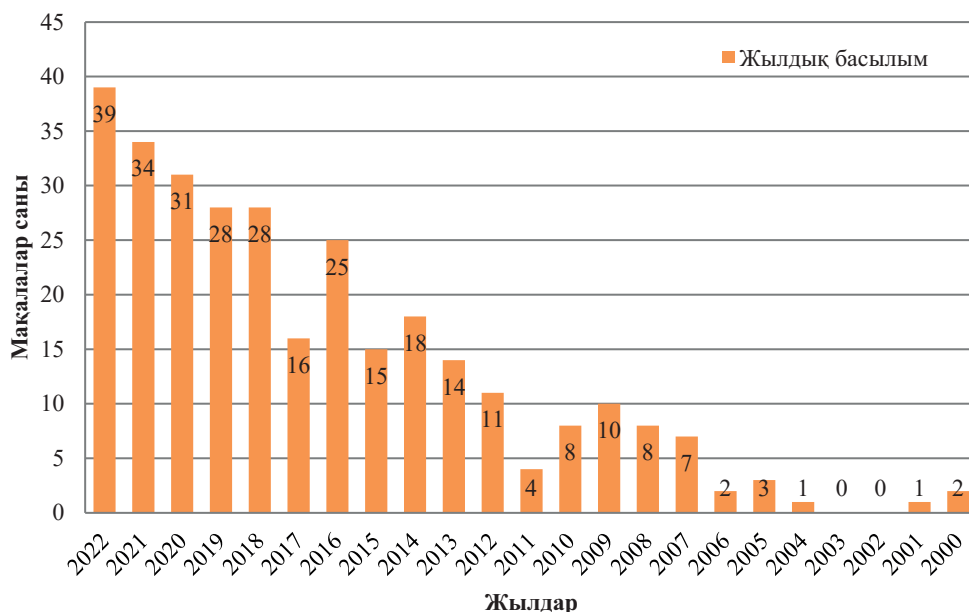
Бірлескен авторлық талдау жағдайында елдер арасындағы байланыс күші екі еншілес елдер бірлесіп жазған жарияланымдар санын көрсетеді, ал жалпы сілтеме күші белгілі бір елдің басқа елдермен бірлескен авторлық байланыстарының жалпы күшін көрсетеді. Сол сияқты, сәйкестіктерді талдаған жағдайда, автордың кілт сөздері арасындағы байланыс күші екі кілт сөз бірге кездесетін басылымдардың санын көрсетеді. VOSviewer мүмкіндіктері туралы толық ақпаратты пайдаланушы нұсқаулығынан табуға болады [15].

Бірлескен авторлықты талдау барысында біз 863 автормен байланысқан 55 елдің барлығын қостық. Авторлардың кілт сөздерінің сәйкестігін талдауда (Scopus-та индекстелмеген кілт сөздер) 302 мақаланың 1489 кілт сөзін қамтыды. Автордың кілт сөздерінің тізімін VOSviewer-ге жүктемес бұрын синоним сөздер мен ұқсас сөз тіркестері жіктеліп алынды. Мысалы, мекеме деген кілт сөзге синоним ретінде фирма, бизнес, кәсіпорын деген ұғымдар қолданды. VOSviewer-де талдау үшін кілт сөздің сәйкес болуының минималды санын 8 деп көрсетілді.

Ең бірінші 2 мақала 2000 жылы жарияланған және 2004 жылға дейін басқа жұмыс жазылмаған. Туризм кәсіпорындарындағы бәсекелестік пен ынтымақтастық тақырыптарына қызығушылық 2007 жылы басталды деп болжауға болады, себебі сол жылы бірден 7 ғылыми жұмыс жарыққа шықты (Сурет 1). Бүгінгі күнге дейін бұл тақырыпқа қызығушылық кемімей, тек артып келе жатыр. Дегенмен, бұл мақалалардың көпшілігі оқуға ашық емес және пайдаланушы ақпаратқа қол жеткізу үшін ақы төлеуі керек. Егер мақала ашық журнал арқылы жарияланған болса, көбірек дәйексөз алуы мүмкін болар еді. 2022 жылғы жағдай бойынша тек 30,79 % (93) мақала қолжетімді журналдарда жарияланған.

Бәсекелестік пен ынтымақтастықтың зерттеу бағыттары ауқымды және бүкіл әлем бойынша көптеген зерттеу топтары осы салада белсенді жұмыс істейді. Пәндік сала бойынша талдау кәсіпорынның мәселелеріне басты назар аударылатыны көрсетті. Оны пәндік салалар бойынша жіктелген мақалалармен дәлелдеуге болады: бизнес, менеджмент және бухгалтерлік есеп (218 мақала), әлеуметтік ғылымдар (54 мақала), экономика, эконометрика және қаржы (46 мақала).

Зерттеуде пайдаланылған мақалалар 9 түрлі тілде жарияланған. Ағылшын тілі (291) ең жиі қолданылатын тіл болды, одан кейін француз (3) және португал тілі (3) болды. Поляк, испан, араб, неміс, итальян және орыс сияқты басқа тілдер (8) 2 мақаладан азырақ жазылған. Баспагер Scopus-те индекстелу үшін түрлі тілдегі мақаланы жіберген кезде мақаланың тақырыбы мен аңдатпасын ағылшын тілінде жаздырады.



Сурет 1 – 2000-2022 жылдар аралығында жарияланған мақалалар санының үлесі
Ескерту – Scopus базасы нәтижелері негізінде авторлармен құрастырылған

Сілтеме талдауы. Барлығы 302 мақала 8609 сілтеме жинаған. Сілтемелерді талдау арқылы h-индекстің мәні 47-ге, бір мақалаға келетін сілтеменің орташа саны 28,5-ке тең екені белгілі. Сілтеме жиілігінен ең жоғары көрсеткіш 2000 жылы алғаш жазылған мақала «Coopetition in business networks – To cooperate and compete simultaneously» болып табылады. Ең көп сілтеме алған алғашқы 10 топ жұмыс 1-кестеде көрсетілген. Оның 8-і Elsevier баспагерге тиесілі. Қалған 2 журналды SAGE және Emerald Publishing баспагерлері басып шығарды. Жалпы жарияланымдардың 8,6 %-ын қамтитын 26 мақаланы жарыққа шығарған ең өнімді журнал Industrial Marketing Management болады. Одан кейін Journal of Business Research (8 мақала, 2,64 %), Journal of Business and Industrial Marketing (7 мақала, 2,32 %) және International Journal of Entrepreneurship and Small Business (5 мақала, 1,65 %) журналдары орналасқан.

Кесте 1 – Ең көп сілтеме жасалған 10 мақала тізімі

Мақала атауы	Жыл	Авторлар	Сілтеме саны	Журнал	Баспагер
"Coopetition" in business networks - To cooperate and compete simultaneously	2000	Bengtsson, M., Kock, S.	1131	Industrial Marketing Management	Elsevier
Coopetition-Quo vadis? Past accomplishments and future challenges	2014	Bengtsson, M., Kock, S.	371	Industrial Marketing Management	Elsevier
A coopetition perspective of global competition	2007	Luo, Y.	339	Journal of World Business	Elsevier
Cross-functional "coopetition": The simultaneous role of cooperation and competition within firms	2006	Luo, X., Slotegraaf, R.J., Pan, X.	339	Journal of Marketing	SAGE
Innovation in knowledge-intensive industries: The double-edged sword of coopetition	2013	Bouncken, R.B., Kraus, S.	313	Journal of Business Research	Elsevier
The coopetition paradox and tension in coopetition at multiple levels	214	Raza-Ullah, T., Bengtsson, M., Kock, S.	252	Industrial Marketing Management	Elsevier

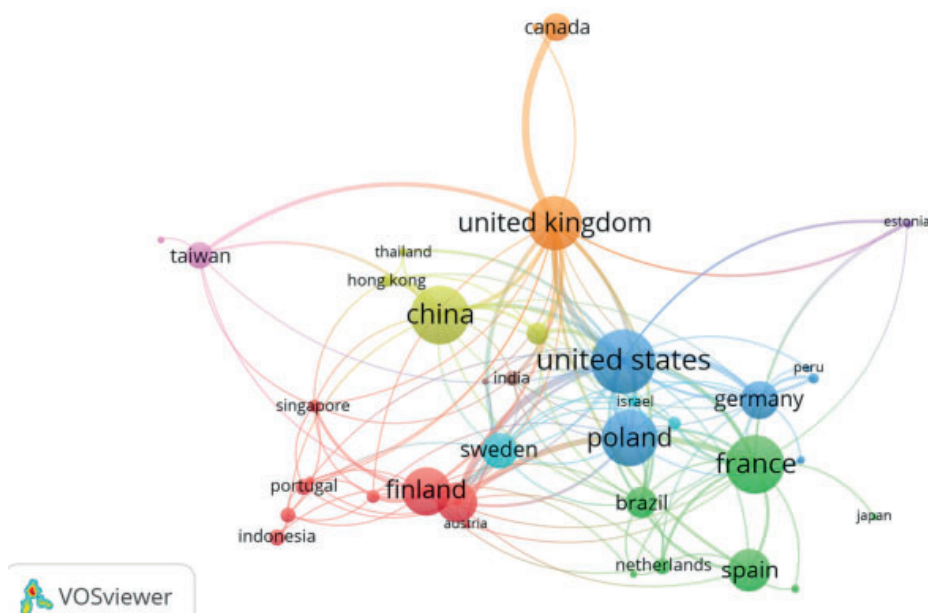
Toward coopetition within a multinational enterprise: A perspective from foreign subsidiaries	2005	Luo, Y.	232	Journal of World Business	Elsevier
Walking the tight rope of coopetition: Impact of competition and cooperation intensities and balance on firm innovation performance	2014	Park, B.J., Srivastava, M.K., Gnyawali, D.R.	223	Industrial Marketing Management	Elsevier
Managing tensions in coopetition	2014	Tidström, A.	188	Industrial Marketing Management	Elsevier
Destination marketing: Competition, cooperation or coopetition?	2008	Wang, Y., Krakover, S.	168	International Journal of Contemporary Hospitality Management	Emerald Publishing
Ескерту – Scopus базасы нәтижелері негізінде авторлармен құрастырылған					

Жетекші елдер мен ғылыми орталықтар. 2-кестеде әлем бойынша туризм кәсіпорындарындағы бәсекелестік пен ынтымақтастық тақырыптарына ең көп зерттеу жүргізген 10 топ елдер мен институттар көрсетілген. Бұл тақырыпты зерттеген 55 елдің алғашқы 10-ны барлық 302 басылымдардың шамамен 89,73 % үлесін алып отыр. Үздік 3 елдің ішінде Франция мемлекетінің Montpellier Business School университеті 17 мақала шығарып отыр. Бұл құбылысты университет өз меншігінде бірнеше оқу орнының иеленуіне байланысты деп болжауға болады.

Кесте 2 – Ең көп мақала жазған 10 топ елдер мен институттар

Мемлекет	Жалпы басылымдар	Ең белсенді оқу орны	Оқу орынның жалпы жарияланымдары
Америка Құрама Штаттары	37	Virginia Polytechnic Institute and State University	6
Қытай	33	Xi'an Jiaotong University	4
Франция	33	Montpellier Business School	17
Польша	31	Szkola Główna Handlowa w Warszawie	6
Ұлыбритания	30	Loughborough University, School of Business and Economics	9
Финляндия	26	Vaasan Yliopisto	6
Испания	22	Universidad del País Vasco	5
Италия	21	Universita degli Studi di Catania	4
Германия	20	Rheinisch-Westfälische Technische Hochschule Aachen	5
Швеция	18	Umeå Universitet	6
Ескерту – Scopus базасы нәтижелері негізінде авторлармен құрастырылған			

Халықаралық ынтымақтастық. 2-суретте VOSviewer бағдарламалық құрал арқылы 55 ел арасындағы халықаралық бірлескен авторлық желілер көрсетілген. Бұл көріністе елдер шеңбермен көрсетілген. Ел неғұрлым маңызды болса, соғұрлым оның шеңбері кеңейеді. Әр шеңбердің өлшемі елдің авторлары жазған мақалалардың санын көрсетеді. Әр түрлі елдердің екі ортасы арасындағы әрбір байланыс сол елдердегі ұйымдар арасында бірлескен авторлық (co-authorship) байланысы бар екенін көрсетеді. Бірлескен авторлық қатынастар автордың басқа автормен жұмыс жазғанын білдіреді. Кем дегенде басқа бір елдің авторымен бірге жазылған мақаланы іздегенде, барлық 55 елдің ішінен, тек 40 елдің авторлары бірлескен авторлық жұмыс жүргізіп, мақала шығарған. Оның ішінде ең ірі халықаралық бірлескен авторлық байланыстар бар мемлекеттер АҚШ (37 мақала 48 мемлекетпен), Ұлыбритания (30 мақала 46 мемлекетпен), Франция (33 мақала 30 мемлекетпен), Қытай (33 мақала 25 мемлекетпен), Италия (21 мақала 21 мемлекетпен), Польша (31 мақала 21 мемлекетпен), Швеция (18 мақала 20 мемлекетпен) және Финляндия (26 мақала 19 мемлекетпен) болып табылады. Атап айтқанда, осы мемлекеттердің ішінен өзінің мақалаларымен ең көп сілтеме жинаған елдер: АҚШ 37 мақаламен 2040 сілтеме және Финляндия 26 мақаламен 2558 сілтеме.



Сурет 2 – Елдер арасындағы бірлескен авторлық қатынастар желісі
Ескерту – Scopus базасы нәтижелері негізінде авторлармен құрастырылған

Авторлар. 3-кестеде туризм кәсіпорындарындағы бәсекелестік пен ынтымақтастық тақырыптарына ең көп мақала жазған авторлар көрсетілген. Оның ішінде 3 автор Канада, 2 автор Италия елінің ғалымдары болса, қалған 5-і Ұлыбритания, Франция, Финляндия, Швеция және Германия елдерінің авторлары. Ғалымдардың бұл тақырыпқа жазған алғашқы жұмыстары 2000-2019 жылдар аралығында жарияланған. Ең көп 11 мақала жазған автор James M. Crick, ал ең алғашқы 2000 жылдары жазылған жұмысына ең көп сілтеме жинаған Maria Bengtsson болып табылады. 4 ғылыми жұмыстардың барлығына бірдей автор болған және бірдей сілтеме көрсеткіштерге ие болған 2 ғалымдар Канада елінің Торонто Университетінің қызметкерлері, олар Vik Pant және Eric S.K. Yu болып табылады.

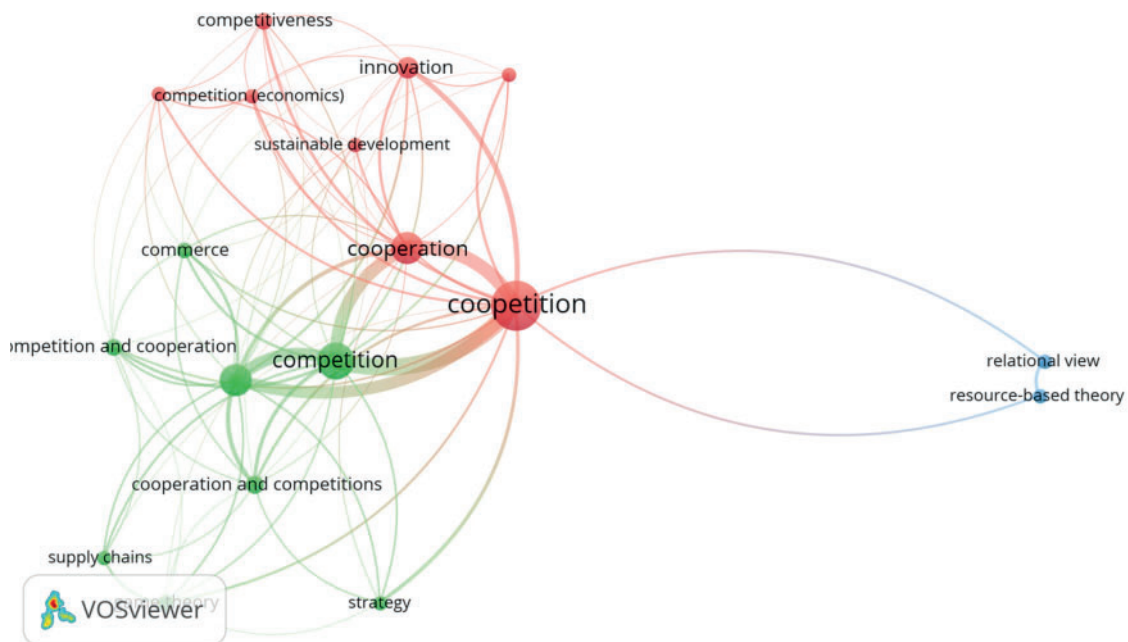
Кесте 3 – Ең көп мақала жазған 10 жетекші автордың тізімі

Автор	Бірінші жарияланған жылы	Жарияланған материалдар	Барлық сілте-мелер	Жұмыс орны	Мемлекет
Crick, James M.	2018	11	337	University of Leicester School of Business	Ұлыбритания
Crick, Dave	2019	7	247	University of Ottawa	Канада
Le Roy, Frédéric	2009	7	297	Montpellier Business School	Франция
Dagnino, Giovanni Battista	2016	6	45	Libera Università Maria Ss. Assunta	Италия
Kraus, Sascha	2013	5	431	Free University of Bozen-Bolzano	Италия
Pant, Vik	2016	5	32	University of Toronto	Канада
Tidström, Annika	2008	5	289	Vaasan Yliopisto	Финляндия
Yu, Eric S.K.	2016	5	32	University of Toronto	Канада
Bengtsson, Maria	2000	4	1720	Handelshögskolan vid Umea Universitet	Швеция
Brettel, Malte	2016	4	91	Rheinisch-Westfälische Technische Hochschule Aachen	Германия

Ескерту – Scopus базасы нәтижелері негізінде авторлармен құрастырылған

Кілт сөз сәйкестігін талдау

Кілт сөз сәйкестігінің кластерлік көрінісі. VOSviewer бағдарламалық құралы туризм кәсіпорындарындағы бәсекелестік пен ынтымақтастық тақырыбында түйін сөздердің біріккен кластерлік көрінісін жасау үшін пайдаланылды. 1489 түйін сөздің ішінен жиілігі 8 болатын барлығы 86 байланыс сызығы бар 18 түйін сөз таңдалып, 3-суретте көрсетілгендей талдау жүргізілді.



Сурет 3 – Жиі кездесетін түйін сөздердің библиометрикалық картасы
Ескерту – Scopus базасы нәтижелері негізінде авторлармен құрастырылған

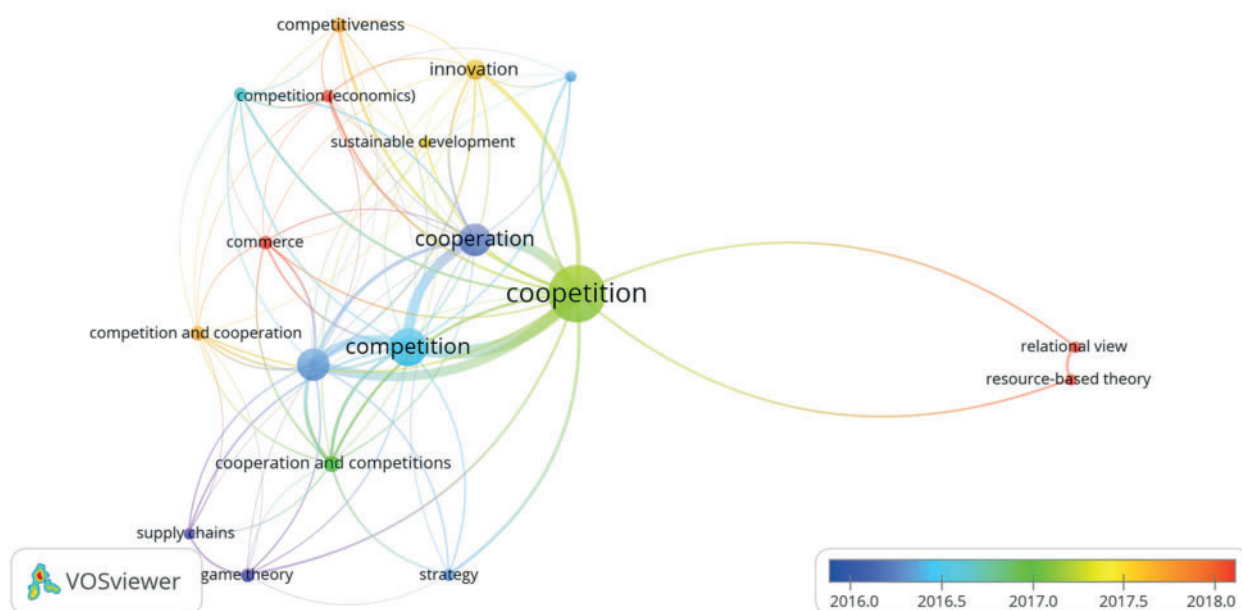
3-суретте түйін сөздің ауданы мен әріп өлшемі түйін сөздің салмақтық мәніне байланысты. Салмақ мәні неғұрлым көп болса, түйін сөз соғұрлым жиі кездеседі және сәйкес түйін сөз бен әріп соғұрлым үлкен болады. Сөздер арасындағы сызық кілт сөздің басқа кілт сөзбен бірге кездесетіндігін көрсетеді. Байланыстырушы сызықтың қалыңдығы екі кілт сөздің сәйкестік дәрежесін көрсетеді. Байланыстырушы сызықтың қалыңдығы сәйкестік күшіне пропорционалды, яғни байланыстырушы сызық неғұрлым қалың болса, соғұрлым екі кілт сөз жиі кездеседі. Олардың ішінде «бірлескен бәсекелестік» (coopetition) деген түйін сөз 302-ің 182 мақаласында, «бәсекелестік» (competition) 82 мақалада, «ынтымақтастық» (cooperation) 60 мақалада, инновация (innovation) 23 мақалада кездеседі.

Кесте 4 – Зерттеу тақырыптардың кластерге жіктелуі

Кластер	Тақырып	Кілт сөздер
1	«coopetition» (бірлескен бәсекелестік)	Collaboration, competition (economics), competitiveness, cooperation, cooperative behavior, innovation, sustainable development
2	«competition» (бәсекелестік)	Co-opetition, commerce, competition and cooperation, game theory, strategy, supply chains
3	«relational view» (қатынастық көзқарас)	resource based theory
Ескерту – Scopus базасы нәтижелері негізінде авторлармен құрастырылған		

3-суретте келтірілген талдаудан 3 кластер алуға болады. Тақырыптар әр кластер үшін жалпыланған және әр кластердегі кілт сөздер 4-кестеде көрсетілген. Егер кілт сөздер бір кластерге топтастырылса, олардың ұқсас тақырыптарды көрсету ықтималдығы жоғары. Әр кластерде әр түрлі тақырыптық кілт сөздер бар. Бұл туризм саласындағы бәсекелестік пен ынтымақтастық тақырыптарына зерттеулердің әртүрлі екенін көрсетеді. 1 мен 2-ші кластерде түйін сөздердің ең көп саны бар екені белгілі, демек бұл тақырыптық кластер зерттеушінің назарын көбірек алатынын көрсетеді. Сонымен қатар 1 мен 2-ші кластер ең орталықтандырылған аудан екенін білдіреді. Түйін сөздің сәйкестік жиілігін аз шамаға өзгертсек, онда кластер саны көбейеді, демек, талдау одан да күрделірек, жан-жақты, сапалы болады.

Кілт сөздер сәйкестігінің эволюциясы. VOSviewer сонымен қатар кілт сөздер кластерінің әрқайсысының эволюциясын талдай алады. 4-суретте кілт сөздердің қашан пайда болғанын көрсетеді, яғни мақалалардың зерттеу тақырыптары қай кезеңдерде жоғары назарда болғанын айқындайды. Сурет 4-те көріп тұрғандай қою көк және көгілдір түспен боялған түйін сөздер 2016 жылға дейінгі мақалаларда тренд болған мәселелер (competition, cooperation, game theory, strategy, supply chains, collaboration, cooperative behavior). Жасыл және сары түспен белгіленген түйін сөздер (competitiveness, innovation, sustainable development) 2017 жылы трендте болған тақырыптар. Ал, қызылмен боялған кілт сөздер (competition economics, commerce, relational view, resource-based theory) 2018 жылдан бері қазіргі уақытқа дейін ғалымдардың назарында тұрған тақырыптар деп есептеуге болады.

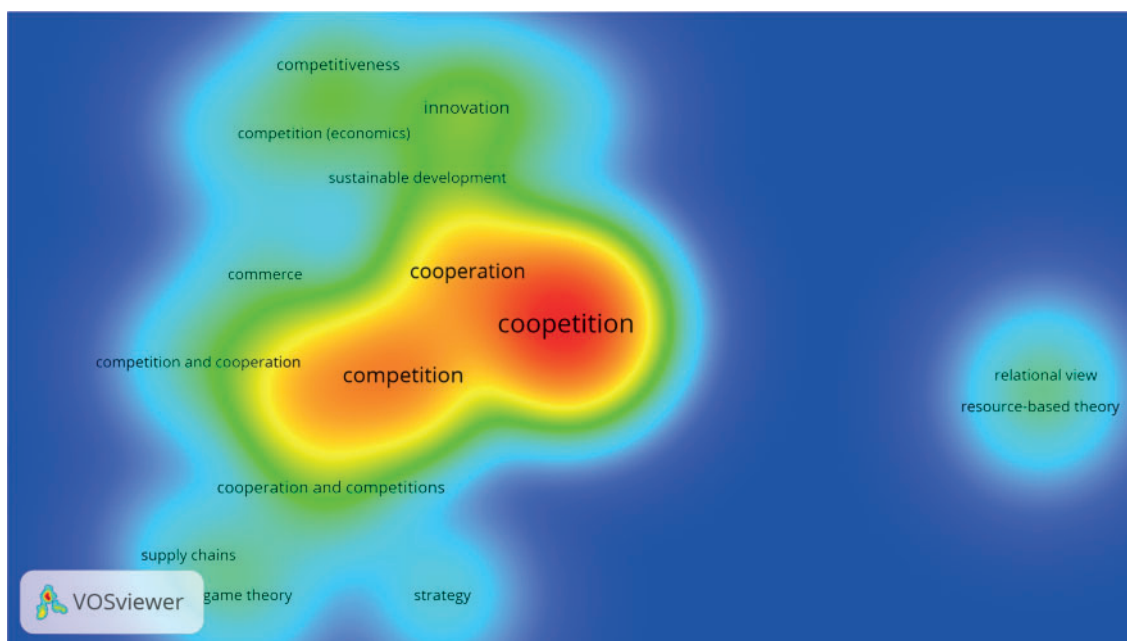


Сурет 4 – Сәйкестікке негізделген кілт сөздер желісінің эволюциясы

Ескерту – Scopus базасы нәтижелері негізінде авторлармен құрастырылған

Кілт сөз сәйкестігінің кластерлік тығыздығының көрінісі. Кілт сөздер туралы қосымша ақпаратты алу үшін 5-суреттегі тығыздық визуализациясының графигін жасадық. Картадағы әрбір кілт сөздің тығыздығына байланысты түсі болады. Түстер қызыл мен көк реңнің арасында болады. Кілт сөздің маңайындағы басқа сөздердің саны неғұрлым көп болса және көрші сөздердің салмағы неғұрлым жоғары болса, онда ауданның түсі қызылға жақынырақ болады. Керісінше, кілт сөздің маңайындағы сөздердің саны неғұрлым аз болса және көршілес сөздердің салмағы неғұрлым аз болса, ауданның түсі көкке соғұрлым жақын болады. Тығыздық визуализациясынан ынтымақтастық (cooperation), бірлескен бәсекелестік (coopetition), бәсекелестік (competition) кілт сөздердің жоғары тығыздыққа ие екенін, бұл кілт сөздердің басқа кілт сөздермен тығыз байланысы бар екенін тікелей көре аламыз. Ал, тығыздық

неғұрлым жоғары болса, тақырып бойынша зерттеу соғұрлым жетілген және жан-жақты дамыған деп есептеуге болады. Дегенмен, қызыл аймақтағы кілт сөздердің аз, ал жасыл аймақтағы кілт сөздердің көп екенін ескермеу мүмкін емес. Бұл жасыл аймақтағы тақырыптары бойынша зерттеу бағыттарының аздығын көрсетеді.



Сурет 5 – Сәйкестікке негізделген кілт сөздер желісінің тығыздық көрінісі
Ескерту – Scopus базасы нәтижелері негізінде авторлармен құрастырылған

ҚОРЫТЫНДЫ

Бұл зерттеу Scopus дерекқорынан алынған 302 жарияланым негізінде туризм саласындағы мекемелердің бәсекелестігі мен ынтымақтастығы туралы зерттеу тенденцияларына шолу жасалынды. Жарияланымдар саны соңғы 22 жылдан бері өсті және одан әрі өседі деп күтілуде. Тақырып аясында жазылған және ең көп сілтеме жинаған мақалалардың баспагері Elsevier болды. Сілтеме жиілігі ең жоғары көрсеткішке ие «Coopetition in business networks - To cooperate and compete simultaneously» атты мақала болып табылады. Едәуір мақала жарыққа шығарған елдер АҚШ, Қытай және Франция болса, ең көп мақала шығарған Montpellier Business School институты болып табылады. Халықаралық ынтымақтастықта белсенділігі жоғары, яғни екі немесе одан да көп елдердің арасында бірлесіп авторлық жұмысты шығару бойынша АҚШ және Ұлыбритания мемлекеттері жетекші болды. Халықаралық ынтымақтастықтың артықшылықтары желіні кеңейту, білім алмасу және тәжірибе алмасумен ғана шектелмейді, сонымен қатар рейтингті көтерудің тиімді стратегиясы болып табылады. Ең көп мақала жазған жетекші британдық автор James M. Crick анықталды. VOSviewer бағдарламасы арқылы түйін сөздер 3 жағдайда зерттелді. Кілт сөздерді кластерге бөліп, зерттелген тақырыптардың эволюциясын талдап, тығыздық көрініс арқылы кілт сөздер бойынша зерттеу жұмыстардың көп не аздығын айқындадық.

Бұл жұмыс болашақ зерттеулерге негіз болатын бірқатар шектеулерді көрсетеді. Біріншіден, библиометрикалық анализ әдісі бойынша сандық талдауға жатады және ақпараттың сапалық аспектілерін қарастырмайды. Сонымен қатар, кейбір тақырыптар бойынша мақалалар аз болғанымен, сұранысы және маңыздылық көрсеткіші жоғары болу мүмкін. Осы себептен, библиометрикалық талдауды сапалық және сандық жағынан да жүргізу қажет.

Екіншіден, Web of Science-те «ыстық мақала» деп аталатын мүмкіндікті пайдаланып, өрістегі ең танымал мақалаларды автоматты түрде анықтауға болады, ал Scopus-та мұндай құрал жоқ. Сондықтан, Scopus және Web of Sciences сияқты бірнеше дерекқорларды пайдаланып, қосымша зерттеулер ұсынылады. Бірнеше дерек көздерін пайдалана отырып, библиометрикалық талдау жүргізу жан-жақты зерттеу үшін пайдалы болады, әсіресе туризм индустриясындағы кәсіпкерлік саласында әлі де көп зерттеулерді қажет етеді.

ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Рязанов А.А. Эволюция теории конкуренции // Вестник Московского университета им. С. Ю. Витте. Серия 1: Экономика и управление. – 2017. – № 2(21). – С. 21-30. – DOI: 10.21777/2307-6135-2017-2-21-30.
2. Bouwens B., Dankers J. Competition and Coordination // *Revue Economique*. – 2013. – № 64(6). – P. 1105-1124. – DOI:10.3917/reco.646.1105.
3. Youcheng W., Shaul K. Destination marketing: Competition, cooperation or coopetition? // *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. – 2008. – 20 (2). – P. 126-141. – DOI: 10.1108/09596110810852122.
4. Rusko R. Coopetition for Organizations // *Encyclopedia of Information Science and Technology*. – 2015. – 15 p. – DOI: 10.4018/978-1-4666-5888-2.ch055.
5. Neetu Y., Roopesh K., Ashish M. Global developments in coopetition research: A bibliometric analysis of research articles published between 2010 and 2020 // *Journal of Business Research*. – 2022. – № 145(C). – P. 495-508. – DOI: 10.1016/j.jbusres.2022.03.005.
6. Anne-Mette H. Tourism Destinations and the Concept of Industrial Districts // *Tourism and Hospitality Research*. – 2000. – № 2(3). – P. 199-213. – DOI: 10.1177/146735840000200302.
7. Costa T., Lima M. J. Cooperation in tourism and regional development // *Tourism & Management Studies*. – 2018. – № 14(4). – P. 50-62.
8. Gnyawali D. R., He J., Madhavan R. Impact of Co-Opetition on Firm Competitive Behavior: An Empirical Examination // *Journal of Management*. – 2006. – № 32(4). – P. 507-530. – DOI: 10.1177/0149206305284550.
9. Albrecht J. N. Networking for sustainable tourism – towards a research agenda // *Journal of Sustainable Tourism*. – 2013. – № 21(5). – P. 639-657. – DOI: 10.1080/09669582.2012.721788.
10. Luo Y. A coopetition perspective of global competition // *Journal of World Business*. – 2007. – № 42(2). – P. 129-144. – DOI: 10.1016/j.jwb.2006.08.007.
11. Gernsheimer O., Kanbach D. K., Gast J. Coopetition research - A systematic literature review on recent accomplishments and trajectories // *Industrial Marketing Management*. – 2021. – № 96. – P. 113-134. – DOI: 10.1016/j.indmarman.2021.05.001.
12. Von Friedrichs Grängsjö Y. Destination networking: Co-opetition in peripheral surroundings // *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*. – 2003. – № 33(5). – P. 427-448. – DOI: 10.1108/09600030310481997.
13. Tercan T., Eshenkulova G.I. Bibliometric analysis of waste management and recycling in tourism science from past to today // *Bulletin of Toraighyrov University, Humanitarian series*. – 2020. – № 3. – P. 220-236. – DOI: 10.48081/BQFA3406.
14. Donthu N., Kumar S., Mukherjee D., Pandey N., Lim W. M. How to conduct a bibliometric analysis: An overview and guidelines // *Journal of Business Research*. – 2021. – № 133. – P. 285-296. – DOI: 10.1016/j.jbusres.2021.04.070.
15. Eck N. J. V., Waltman L. VOSviewer Manual [Электронды ресурсы] // VOSviewer: visualizing scientific landscape [web-портал]. – 2018. – URL: https://www.vosviewer.com/documentation/Manual_VOSviewer_1.6.8.pdf (Қарау уақыты: 30.11.2022).

REFERENCES

1. Rjazanov, A. A. (2017). Jevoľjucija teorii konkurencii. Vestnik Moskovskogo universiteta im. S. Ju. Vitte. Serija 1: Jekonomika i upravlenie, 2(21), 21-30. DOI: 10.21777/2307-6135-2017-2-21-30.
2. Bouwens, B. and Dankers, J. (2013). Competition and Coordination. *Revue Economique*, 64(6), 1105-1124, DOI:10.3917/reco.646.1105.
3. Youcheng, W. and Shaul, K. (2008). Destination marketing: Competition, cooperation or coopetition? *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 20(2), 126-141, DOI: 10.1108/09596110810852122.
4. Rusko, R. (2015). Coopetition for Organizations. *Encyclopedia of Information Science and Technology*, 15 p. DOI: 10.4018/978-1-4666-5888-2.ch055.
5. Neetu, Y., Roopesh, K. and Ashish, M. (2022). Global developments in coopetition research: A bibliometric analysis of research articles published between 2010 and 2020. *Journal of Business Research*, 145(C), 495-508, DOI: 10.1016/j.jbusres.2022.03.005.
6. Anne-Mette, H. (2000). Tourism Destinations and the Concept of Industrial Districts. *Tourism and Hospitality Research*, 2(3), 199-213, DOI: 10.1177/146735840000200302.
7. Costa, T. and Lima, M. J. (2018). Cooperation in tourism and regional development. *Tourism & Management Studies*, 14(4), 50-62.
8. Gnyawali, D. R., He, J. and Madhavan, R. (2006). Impact of Co-Opetition on Firm Competitive Behavior: An Empirical Examination. *Journal of Management*, 32(4), 507-530, DOI: 10.1177/0149206305284550.
9. Albrecht, J. N. (2013). Networking for sustainable tourism – towards a research agenda. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(5), 639-657, DOI: 10.1080/09669582.2012.721788.
10. Luo, Y. (2007). A coopetition perspective of global competition. *Journal of World Business*, 42(2), 129-144, DOI: 10.1016/j.jwb.2006.08.007.
11. Gernsheimer, O., Kanbach, D. K. and Gast J. (2021). Coopetition research - A systematic literature review on recent accomplishments and trajectories. *Industrial Marketing Management*, 96, 113-134, DOI: 10.1016/j.indmarman.2021.05.001.
12. Von Friedrichs Grängsjö, Y. (2003). Destination networking: Co-opetition in peripheral surroundings. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 33(5), 427-448, DOI: 10.1108/09600030310481997.
13. Tercan, T. and Eshenkulova, G. I. (2020). Bibliometric analysis of waste management and recycling in tourism science from past to today. *Bulletin of Toraighyrov University, Humanitarian series*, 3, 220-236, DOI: 10.48081/BQFA3406.
14. Donthu, N., Kumar, S., Mukherjee, D., Pandey, N. and Lim, W. M. (2021). How to conduct a bibliometric analysis: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 133, 285-296, DOI: 10.1016/j.jbusres.2021.04.070.
15. Eck, N. J. V. and Waltman, L. (2018). VOSviewer Manual. Retrieved November 30, 2022, from https://www.vosviewer.com/documentation/Manual_VOSviewer_1.6.8.pdf.

COMPETITIVE, COOPERATIVE, COOPETITION RELATIONS OF TOURIST ENTERPRISES: BIBLIOMETRIC ANALYSIS

A. A. Amirbayeva¹, L. M. Mutaliyeva^{2*}, L. M. Baitenova³

¹«Turan-Astana» University, Astana, Republic of Kazakhstan

²Gumilyov Eurasian National University, Astana, Republic of Kazakhstan

³Almaty University of Power Engineering and Telecommunications named after Gumarbek Daukeyev,
Almaty, Republic of Kazakhstan

ABSTRACT

Research on the concept of competition in tourism has expanded over the past twenty years. Existing theories and research on competitive relationships focus on competition or cooperation, where one type of relationship can threaten or support. Today, however, in the literature, the strategic relationship between competing companies has evolved from competition and cooperation to coopetition.

The purpose of the study is to provide a modern overview of this topic using bibliometric analysis in order to better understand how this triad has developed over time in the tourism industry.

Methodology. This study used a combination of bibliometric methods, such as co-authorship between authors and countries, and co-occurrence of author keywords. In addition, the most influential countries, institutions, publications and authors were identified based on publications and citations. A total of 302 articles published between 2000 and 2022 were retrieved from the Scopus database.

The originality / value of the study is to determine the relationship of published articles on the topic of strategic relations, such as competition and cooperation between enterprises in the field of tourism, to analyze the evolution of research works, to identify current topics, to predict future research directions. Information obtained from research can be used to improve the quality of future articles.

The findings show that since 2000 the number of publications has increased, as well as the interest of scientists in this field. Published articles have been published in 55 countries. The top 10 countries with the most articles account for 89,73 % of all papers. The research center that published the most articles, the productive country that published co-authors, and the author that published the most articles were identified. The most cited articles are from Elsevier publishing house. During the analysis of keywords, 3 clusters were identified.

Keywords: bibliometric analysis, Scopus, competition, cooperation, coopetition, tourism enterprises

КОНКУРЕНТНЫЕ, КООПЕРАТИВНЫЕ, СОВМЕСТНО-КОНКУРЕНТНЫЕ ОТНОШЕНИЯ ТУРИСТСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ: БИБЛИОМЕТРИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

А. А. Әмірбаева¹, Л. М. Мұталиева^{2*}, Л. М. Байтенова³

¹Университет «Туран-Астана», Астана, Республика Казахстан

²Евразийский национальный университет имени Л. Н. Гумилева, Астана, Республика Казахстан

³Алматинский Университет Энергетики и Связи имени Гумарбека Даукеева, Алматы,
Республика Казахстан

АННОТАЦИЯ

Исследования концепции конкуренции в туризме расширились за последние двадцать лет. Существующие теории и исследования соперничающих отношений сосредоточены на конкуренции или сотрудничестве, когда один тип отношений может угрожать противнику или помогать ему. Однако

сегодня в литературе стратегические отношения между конкурирующими компаниями превратились из конкуренции и сотрудничества в совместную конкуренцию.

Цель исследования: с помощью библиометрического анализа провести современный обзор этой темы, чтобы лучше понять, как эта триада развивалась с течением времени в индустрии туризма.

Оригинальность / ценность исследования – определить взаимосвязь опубликованных статей на тему стратегических отношений, такие как, конкуренция и сотрудничество между предприятиями в сфере туризма, проанализировать эволюцию исследовательских работ, выявить актуальные темы, предсказать будущие направления исследований. Информация, полученная в результате исследований, может быть использована для улучшения качества будущих статей.

Методология исследования. В этом исследовании использовалось сочетание библиометрических методов, таких как соавторство между авторами и странами, а также сопоставление авторских ключевых слов. Кроме того, на основе публикаций и цитирований определялись наиболее влиятельные страны, учреждения, публикации и авторы. Всего из базы данных Scopus было извлечено 302 статьи, опубликованные в период с 2000 по 2022 год.

Результат показывает, что с 2000 года количество публикаций увеличилось, а также возрос интерес ученых к этой области. Опубликованные статьи были опубликованы в 55 странах. На первые 10 стран с наибольшим количеством статей приходится 89,73 % всех работ. Были определены научный центр, опубликовавший наибольшее количество статей, продуктивная страна, опубликовавшая соавторские работы, и автор, опубликовавший наибольшее количество статей. Большинство наиболее цитируемых статей принадлежат издательству Elsevier. В ходе анализа ключевых слов было выявлено 3 кластера.

Ключевые слова: библиометрический анализ, Scopus, конкуренция, сотрудничество, совместная конкуренция, туристские предприятия

АВТОРЛАР ТУРАЛЫ

Әмірбаева Ақерке Алмазқызы – докторант, «Тұран-Астана» Университеті, Астана, Қазақстан Республикасы, email: sun-is-shine@mail.ru

Муталиева Ляйля Маратовна – экономика ғылымдарының кандидаты, профессор, Л. Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан Республикасы, email: mutaliyeva_lm@enu.kz*

Байтенова Лаура Маратовна – экономика ғылымдарының докторы, профессор, Ғұмарбек Даукеев атындағы Алматы Энергетика және Байланыс Университеті, Алматы, Қазақстан Республикасы, email: baytenova.laura@bk.ru