«Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті» КеАҚ

ӘОЖ 338.48 Қолжазба құқығында

**ТРУШЕВА ШАРАФАТ АЙТМУХАМЕТОВНА**

**Қазақстан Республикасында іскерлік туризмнің дамуы**

6D090200 – Туризм

Философия докторы (PhD)

дәрежесін алу үшін дайындалған диссертация

Ғылыми кеңесші

экономика ғылымдарының докторы,

профессор

Сыздықбаева Б.Ұ.

Шетелдік ғылыми кеңесші

доктор PhD,

профессор

Байрам М.

(Памуккале университеті)

Қазақстан Республикасы

Астана, 2023

**МАЗМҰНЫ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **НОРМАТИВТІК СІЛТЕМЕЛЕР**.......................................................... | 3 |
|  | **БЕЛГІЛЕУЛЕР МЕН ҚЫСҚАРТУЛАР**............................................. | 4 |
|  | **КІРІСПЕ**…………………………………………………………………. | 6 |
| **1** | **ІСКЕРЛІК ТУРИЗМНІҢ ҒЫЛЫМИ-ӘДІСНАМАЛЫҚ НЕГІЗДЕРІ**............................................................................................... | 12 |
| 1.1 | Іскерлік туризм саласындағы зерттеулердің ғылыми-әдіснамалық аспектілері.................................................................................................. | 12 |
| 1.2 | Халықаралық іскерлік туризм ұйымдары және Қазақстанның әлемдік рейтингі........................................................................................................ | 29 |
| 1.3 | Іскерлік туризмді дамытудың әлемдік тәжірибесі.................................. | 44 |
|  | Бірінші бөлім бойынша тұжырым............................................................ | 61 |
| **2** | **ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДАҒЫ ІСКЕРЛІК ТУРИЗМНІҢ ЖАЙ-КҮЙІ**...................................................................... | 63 |
| 2.1 | Іскерлік іс-шараларды ұйымдастыру жағдайы....................................... | 63 |
| 2.2 | Туристік ағындар мен іскерлік туризм инфрақұрылымын талдау........ | 71 |
| 2.3 | Іскерлік туризмді дамыту жағдайы мен проблемаларын анықтау....... | 89 |
|  | Екінші бөлім бойынша тұжырым............................................................. | 101 |
| **3** | **ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДА ІСКЕРЛІК ТУРИЗМДІ ДАМЫТУ ЖҮЙЕСІН ЖЕТІЛДІРУ**…………………………………. | 103 |
| 3.1 | Стейкхолдерлердің іскерлік туризмді жетілдіру бойынша көз қарастары және іске асыру жолдары........................................................ | 103 |
| 3.2 | Кластерлік жолмен аймақтардағы іскерлік туризмді дамыту бағыттары.................................................................................................... | 115 |
| 3.3 | Іскерлік туризмді жетілдіру бойынша ұсыныстар.................................. | 123 |
| 3.4 | Қазақстан экономикасына іскерлік туризмнің интегралды кумулятивті әсерін есептеу....................................................................... | 130 |
|  | Үшінші бөлім бойынша тұжырым........................................................... | 135 |
|  | **ҚОРЫТЫНДЫ**…………………………………………………………. | 138 |
|  | **ПАЙДАЛАНҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ**........................................... | 141 |
|  | **ҚОСЫМША А** – Авторлық куәліктер.................................................... | 148 |
|  | **ҚОСЫМША Ә** – Ғылыми-зерттеу нәтижелерін енгізу туралы акт.... | 150 |
|  | **ҚОСЫМША Б** – Қазақстанда өткен маңызды оқиғалардың тізімі.... | 151 |
|  | **ҚОСЫМША В** – Қазақстан аймақтарындағы орналастыру орындарының көрсеткіштері.................................................................... | 157 |
|  | **ҚОСЫМША Г** – Іскерлік туризмнің жай-күйін анықтау сауалнамасы............................................................................................... | 160 |
|  | **ҚОСЫМША Ғ** – Іскерлік туризмді жетілдіру бойынша сауалнама сұрақтары.................................................................................................... | 164 |
|  | **ҚОСЫМША Д** – Қазақстан аймағының іскерлік туризм әлеуетінің төлқұжаты..................................................................................................... | 166 |

# Нормативтік сілтемелер

Диссертациялық жұмыста төмендегідей анықтамаларға сәйкес терминдер қолданылды:

# Қазақстан Республикасының Заңы. Қазақстан Республикасындағы туристік қызмет туралы: 2001 жылдың 13 маусымы, №211 қабылданған.

**Қазақстан Республикасы Президентінің Жарлығы.** Мемлекет басшысының 2022 жылғы 16 наурыздағы «Жаңа Қазақстан: жаңару мен жаңғыру жолы» атты Қазақстан халқына Жолдауын іске асыру жөніндегі шаралар туралы: 2022 жылдың 29 наурызда, №847 бекітілген.

# Қазақстан Республикасы Үкіметінің Қаулысы. Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2023 жылға дейінгі тұжырымдамасын бекіту туралы: 2017 жылдың 30 маусымы, №406 бекітілген.

# Қазақстан Республикасы Үкіметінің Қаулысы. Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2019-2025 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасын бекіту туралы: 2019 жылдың 31 мамыры, №360 бекітілген.

## Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2026 жылға дейінгі тұжырымдамасын бекіту туралы.

**БЕЛГІЛЕУЛЕР МЕН ҚЫСҚАРТУЛАР**

|  |  |
| --- | --- |
| АТМӨ | – Азия-Тынық мұхит өңірі |
| АЭФ | – Астана экономикалық форумы |
| ӘДДЛС | – Әлемдік және дәстүрлі діндер лидерлерінің съезі |
| БЭФ | – Бүкіләлемдік экономикалық форум |
| EО | – Европалық одақ |
| ЖІӨ | – жалпы ішкі өнім |
| ЖШС | – жауапкершілігі шектеулі серіктестік |
| ҚҚҮМҚ (КАГиР) | – Қазақстандық қонақ үйлер мен мейрамханалар қауымдастығы |
| ҚР | – Қазақстан Республикасы |
| ҚР МСМ | – Қазақстан Республикасы Мәдениет және спорт министрлігі |
| ҚҰБ | – Қазақстан Ұлттық Банкі |
| CжТСБИ | – саяхат және туризм секторының бәсекелестік индексі |
| ТЭН | – технико-экономикалық негіздеу |
| ХКБ | – Халықаралық көрмелер бюросы |
| ШЫБ (ШОС) | – Шанхай ынтымақтастық бірлестігі |
| ҰК | – ұлттық компания |
| ҰҚКД | – Ұлттық қауіпсіздік комитеті департаменті |
| ҰСБ | – Ұлттық статистика бюросы |
| ЭҚЖС | – экономикалық қызметтің жалпы сыныпталуы |
| AIPC | – International Association of Convention Centers/Конгресс орталықтарының халықаралық қауымдастығы |
| BTI | – Business Travel Index/Іскерлік саяхат индексі |
| СВ | – Convention Bureau/конгресс бюро |
| DMC | –Destination management company -мамандандырылған туристік компаниялар |
| DMO | – Destination marketing organizations/мамандандырылған маркетингтік компаниялар |
| GBTA | – Global Business Travel Association/Іскерлік туризмнің халықаралық ассоциациясы |
| ICCA | – International Congress and Convention Association/Конгресстер мен съездердің халықаралық ассоциациясы |
| PCO | – Professional conference organizer – кәсіби конгрес операторлар |
| MICE | – Meetings, Incentives, Conferences/Conventions, Exhibitions/Events - кездесулер, конференциялар, инсентив, көрмелер |
| MPI | – Meeting Professionals International/әлемдік бизнес-кездесулер мен конференциялар индустриясында жетекші қоғамдастық |
| TMC | – Travel Management Company/іскерлік саяхаттарды басқарy компаниясы |
| TSA | – Tourism Satellite Account/туризм индустриясының халықаралық қосалқы (сателитті) шоты |
| UNESCO | – United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization/Біріккен Ұлттар Ұйымының білім, ғылым және мәдениет жөніндегі мамандандырылған мекемесі |
| UNWTO | – United Nations World Tourism Organization/Бүкіләлемдік туристік ұйым |
| WTTC | – World Travel & Tourism Council/Туризм және саяхат бойынша әлемдік кеңес |

**КІРІСПЕ**

**Зерттеу жұмысының өзектілігі.** Туризмнің іскерлік бағыты ең тиімді және әртараптандырылған түрлерінің бірі болып табылады. Көбінесе іскерлік туризм ұлттық экономиканың басқа секторлары үшін ынталандырушы рөлін атқарады.

Іскерлік туризм заманауи туризм бағытындағы қарқынды дамушы сектор, ол туристік индустриясында жеке дербес сала ретінде қалыптасты және кез- келген елдің ұлттық экономикасының дамуында маңызды рөл атқарады, әлемдік нарыққа шоғырлануына белсенді ықпалын тигізеді, заманауи компаниялардың бизнес жетістігінде ажырамас шарт болып экономиканың дамуына маңызды үлес қосады және тақырыптың өзектілігі, іскерлік туризмнің дамуы экономикалық-әлеуметтік проблемаларды шешуге ықпал жасайды.

Халықаралық нарықта іскерлік туризм саласы қарқынды дамуда және жоғары өсу әлеуетіне ие. Оның осы индустрияның жапсарлас салаларына әсер ықпалын, сонымен қатар жалпы ел экономикасына қосқан үлесін де ескерген жөн. Халықаралық сарапшылардың пікірінше, индустрияның мультипликативті әсері 1:7 қатынасына жетуі мүмкін. Бұл осы салаға салынған әрбір теңгеге, онымен байланысты келесі сегменттерге 5-7 теңге табысты әкелетінін білдіреді: туризм, көлік, қонақжайлылық, тамақтану, мәдениет, сауда және басқа да салаларға [1].

Болжам бойынша, әлемдегі іс-сапар шығындары 2022 жылға қарай 1,7 трлн. долларға дейін өсуі керек еді. Алайда, COVID-19 пандемиясына байланысты болжамдар орындалмады. Шығыстар 2020 жылы 53,8%-ға төмендегеннен кейін (661 млрд. долл.-ға дейін), жаһандық шығындар 2021 жылы 14%-ға өсіп, 754 млрд. долл. жетеді деп күтілген [1]. Дегенмен, болжамдық көрсеткіш нақты орындалмады. 2021 жылы іскерлік сапарлардың жаһандық шығыны 697 млрд. долл. құрады. Іскерлік сапарлардың жаһандық шығындары 2021 жылғы деңгейімен салыстырғанда 2022 жылы 34%, яғни – 933 миллиард долларға дейін өсіп, ол пандемияға дейін болған 65%-дық деңгейдегі қалпына оралды [2]. 2026 жылға қарай іскерлік сапарлардың толық қалпына келетінін GBTA (Іскерлік туризмнің халықаралық ассоциациясы) болжап отыр [3].

Туристік қызмет нарығында өз алдына жеке бағыт ретінде іскерлік туризмге сұраныс жалпы экономикалық жүйенің және бизнестің дамуымен өсті. Іскерлік туризм өңірлер мен елдер арасында іскерлік, мәдени және ғылыми байланыстарды дамытуда маңызды рөл атқарады. Ұлттық экономиканы дамыту және оны әлемдік нарыққа біріктіру де іскерлік туризм саласын дамыту процесіне әсер етеді.

Іскерлік туризмнің экономикалық рөлінің танылуын Біріккен ұлттар ұйымы (UNO), Бүкіләлемдік туристік ұйым (UNWTO), Конгрестер мен съездердің халықаралық ассоциациясы (ICCA), Халықаралық кәсіби кездесу бірлестігі (MPI) және беделді халықаралық бірлестіктер мен құрылымдардың фундаментальды тәжірибелік және теоретикалық зерттеулердің тәжірибесі дәлелдейді.

Іскерлік туризмнің классикалық туризм түрінен айырмашылығы келесі бірнеше факторлармен ерекшеленеді: маусымдылығы, бұқаралығы, болжамдылығы, ауа-райына тәуелдігі, ерекше инфрақұрылымды талап етуі және т.б. [4].

Дегенмен, осы туризм түрінің нақты анықтамасының жоқтығы мен оның дамуының негізгі заңдылықтары айқындалмағандықтан, оның теориялық тұрғыда ғылыми зерттемесінің төмен деңгейде екенін атап өту керек. Отандық іскерлік туризмнің дамуы бойынша мәселелері жеткіліксіз терең және жүйелі түрде қарастырылмаған және ғылыми әдебиеттерде іскерлік туризмді жүйелі тәсілмен зерттеу кездеспейді, сондай-ақ Қазақстан іскерлік туризмнің дамуының бастапқы сатысында, толық маңызын сипаттау үшін қажетті статистикалық көрсеткіштер жеткіліксіз, іскерлік туризм параметрлерін анықтайтын нақты терминдік-түсініктің, тұрақты ұйымдастырушылық-құрылым мен тәжірибелік зерттеулер жоқтың қасы.

Іскерлік туризмнің құрылымдық бейнесіне сәйкес, зерттелген ақпарат көздеріне негіздеп, іскерлік туризмді екі сегментке бөліп қарастыруға болады: классикалық (жекеше) іскерлік туризм және MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions/Events) туризм. Олар әр қайсы жеке өз алдына өте күрделі ұғымдарды білдіреді және жеке-жеке терең зерттеулерді талап етеді.MICE туризм, классикалық іскерлік туризмге қарағанда әлеуметтік-экономикалық дамуға қомақты ықпал жасаушы факторларға ие болғандықтан, зерттеуіміздің басты бағыты болып табылады.

Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2023 жылға дейінгі тұжырымдамасы Қазақстан Республикасы Үкіметімен 2017 жылы қабылданды. Тұжырымдамада іскерлік туризмге аз назар аударылған, мысалы: «іскерлік туризм» (МІСЕ – туризм) түсіндірмесі келтіріледі – бизнес-уәждерге байланысты ұйымдастырылған сапарлар түріне мыналар жатады: іскерлік кездесулер, көтермелеу турлары, конференциялар, көрмелер, іс-шаралар, жұмыс топтарының отырыстары, семинарлар мен іскерлік сапарлар кезіндегі бос уақыттар [5].

Астана (Нұр-Сұлтан) қаласы MICE туризмін дамыту республикалық туристификация картасының ТОП-10-на кірді. Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2019-2025 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасынегізіндеТОП-10 тізіміне енген ең перспективалы бағыт -жылына 1 млн. турист әлеуеті бар Нұр-Сұлтан қаласында MICE туризмін дамыту. Әлемдік дестинациялардың ТОП-100 рейтингіне кіру мақсаты қойылған болатын және ол үшін еліміздің астанасында жыл сайын кемінде 30 іс-шара өткізілуі қажет болады.

Сонымен қатар, ЖІӨ жалпы көлемдік үлесінде 2025 жылға дейін туризм саласының үлесін 8%-ға жеткізу жоспарланған. Аталған бағдарламаны жүзеге асыруға 1,4 млрд. теңге бөлінді, оның 70% бюджеттен тыс қорлардан қаржыландырылады [6]. ҚР туристік қызмет туралы Заңы аясында COVID-19 пандемиясынан кейінгі кезеңге жаңадан туризмде ынталандыру шаралары жасалды.

«Kazakh Tourism» Ұлттық компаниясы АҚ-ның мәліметі бойынша 2019 жылғы ICCA талдауында Қазақстан 18 халықаралық деңгейдегі шаралар өткізілді, оның 12 – Нұр-Сұлтан (Астана) қаласында, 6 шарасы - Алматы қаласында өткізіліп, оған жалпы 4111 делегат қатысты. Олардың әр қайсысы осы шараларға қатысуға орташа 1438 долл. шығын жұмысап, ел экономикасына 6 млн долл. табыс әкелген [7].

ҚР Мәдениет және спорт министрлігі, Kazakh Tourism бірлесіп «Қазақстан Республикасының Туризм Елшілері» бағдарламасын әзірледі. Туризм Елшісі қызметінің негізгі мақсаты Қазақстанды туристік бағыт ретінде шетелде ілгерілету болып табылады. Қазіргі уақытта елімізді шетелде насихаттайтын танымал қазақстандық әншілер Димаш Құдайберген, Данелия Төлешова және боксшы Садриддин Ахмедов сияқты тұлғалар Туризм Елшілері сертификатының иесі болды [8].

Зерттеу Қазақстанда іскерлік туризмді дамыту жөніндегі ұсыныстарды негіздеуге арналған, бұл оның өзектілігі мен қажеттілігіне негіз болады.

**Тақырыптың зерттелу деңгейі.** Халықаралық туризмді дамыту проблемаларын зерттеумен және жаһандану жағдайларында туристік индустрияның жұмыс істеу процестерін зерделеумен батысты келесі зерттеушілері айналысқан, олар: Bianchi R.V., Kozak N., Kozak M., Noe F., Uysal М., Magnini V., Woodside A., Laws E., Bieger T., Framke W., Saarinen J. және т.б.

Іскерлік туризмнің әр түрлі салалары мен үрдістерін талдауға назар аударғандар: Архипова О.В., Бабкин A.B., Белянский В.П., Гончарова И.В., Джафари Дж. және т.б.

Іскерлік туризмді ұйымдастыру қағидаттары және осы саланы дамыту бағыттары мен заманауи түсініктерді қалыптастыру туралы А.Ю.Александрованың, Ю.К. Бронскаяның, Е.В. Вавилованың, В.Ю. Воскресенскийдің, В.Г. Гуляевтың, Д.А. Дыбальдың, Л.И. Иванованың, Е.Л. Ильинаның, A.A Перованың, В.В. Риццидың және басқалардың еңбектерінде берілген.

ҚР Үкіметі ұлттық туризм индустриясын дамытуға септігін тигізді: «Қазақстан Республикасының 2025 жылға дейінгі Ұлттық даму жоспарын» онда басым сала ретінде ерекше көрсетілген [9] және «Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2023 жылға дейігі тұжырымдамасында» [5] міндеттер қойылған.

Қазақстанда іскерлік туризмді дамыту мәселелері Н.Е. Дабылтаеваның, А.Е. Молдағалиеваның, А.М. Нуржанованың және Б.Ұ. Сыздықбаеваның ғылыми еңбектерінде қарастырылған.

Қазақстанда іскерлік туризмді дамыту проблемасын кешенді зерттеу алғаш рет жүргізіліп отыр.

**Диссертациялық жұмыстың зерттеу мақсаты** – іскерлік туризмді дамыту ерекшеліктерін теориялық-әдіснамалық негіздеу және оны жетілдірудің жолдарын айқындау.

**Зерттеу міндеттері:**

– іскерлік туризм түсінігін, оның жіктелуін және іскерлік туризм қызметінің құрылымдық моделін нақтылау;

– Қазақстандағы іскерлік туризмнің және оның инфрақұрылымының жағдайы мен даму тенденциясына талдау жасау;

– қоғамның іскерлік туризмді қабылдауын зерттеу;

– Қазақстандағы іскерлік туризмнің аймақтық даму ерекшеліктерін анықтау;

– Қазақстандағы іскерлік туризмді жетілдіру бойынша ұсыныстар беру.

**Зерттеу нысаны** – іскерлік туризм Қазақстанның туристік саласын дамытудың перспективалық бағыты ретінде (оның ішінде Астана және Алматы қалаларында, ең жетілген дестинациялар ретінде).

**Зерттеу пәні** –іскерлік туризм инфрақұрылымының даму жағдайы.

**Диссертациялық зерттеудің гипотезасы** іскерлік туризмнің дамуына, ең алдымен, елдің инфрақұрылымының жағдайы әсер етеді деген болжамға негізделген. Осыған сәйкес, инфрақұрылымның аймақтық айырмашылықтары іскерлік туризмнің аймақтар бойынша әркелкі дамуына әсер етеді.

**Зерттеу әдістері** іскерлік туризмді дамыту мәселелеріне арналған қазақстандық және шетелдік ғалымдардың ғылыми жұмыстарына шолу мен талдауды; жіктеу әдісін; құрылымдық, регрессиялық, кластерлік, SWOT-талдау әдістерін; сараптамалық бағалау мен әлеуметтанулық сауалнамаларды; ақпаратты өңдеудің статистикалық әдістерін қамтиды.

**Зерттеудің дереккөз базасы.** Диссертациялық зерттеудің теоретикалық негізін іскерлік туризмнің дамуына арналған шетелдік және отандық ғалымдардың іргелі ғылыми еңбектері құрады. Зерттеудің әдістемелік негізін құраған материалдар: интернет ресурстарында жарияланған бірінші ретті ақпараттарды жүйелі және салыстырмалы жасалған талдаулар, ақпаратқа жүргізілген экономикалық-математикалық және статистикалық өңдеулер, контент-талдаулар, нарыққа қатысушы жетекші компания өкілдерімен әлеуметтанулық және сараптамалық сұхбат-сауалдар.

Жұмыста ақпараттық негіз ретінде ҚР мемлекеттік басқару органдарының нормативті-құқықтық актілері, бұйрықтары мен ұсынымдары, ресми статистикалық материалдар, халықаралық ұйымдардың жариялымдары (WTTC, UNWTO, ICCA), халықаралық және ұлттық сандық мәліметтер базасы, отандық және шетел ақпарат құралдарындағы жариялымдар алынды.

**Диссертациялық жұмыстың ғылыми жаңалығы:**

- ғылыми әдебиеттерді талдау негізінде «іскерлік туризм» түсінігі, оның жіктелуі (авторлық куәлік №34287), іскерлік туризм қызметінің құрылымдық моделі (авторлық куәлік №34543) нақтыланды;

- регрессиялық талдау әдісі арқылы іскерлік туризмнің оң экономикалық және әлеуметтік-мәдени әсерлері мен оның жағымсыз салдары анықталды;

- SPSS Statistics 26.0 пакеттік бағдарламасын қолдана отырып, Қазақстан аймақтарының іскерлік туризм көрсеткіштерін критериалды бағалау негізінде іскерлік туризмді кластерлік дамытудың жолы негізделді;

- аймақтардың іскерлік туризмнің жағдайына мониторинг жүргізуге және жетілдіру жолдарын анықтау үшін іскерлік туризм әлеуетінің төлқұжаты әзірленіп, қолдануға ұсынылды;

- іскерлік туризмді жетілдірудің басым бағыттары бойынша ұсыныстар берілді.

**Қорғауға шығарылатын диссертациялық жұмыстың негізгі тұжырымдары:**

- іскерлік туризм өндіруші мен тұтынушы өзара әрекеттесетін әлеуметтік-экономикалық жүйе ретінде көрсетілген. Іскерлік туризм қызметтері – негізгі туристік қызметтердің (орналасу; тамақтану; көлік; мәдени-сауық; сауда) және іскерлік кездесулер кезінде көрсетілетін қызметтердің (корпоративтік кездесулер; қызметкерлерді ынталандыру сабақтары; көрмелерге, форумдарға, конференцияларға қатысу және т.б.) жиынтығы болып табылады.

-іскерлік туризмнің елдің экономикалық және әлеуметтік-мәдени дамуына ықпалы туралы қоғамдық пікірді зерттеу нәтижелері іскерлік туризмді жетілдіру мен бағдарламаларды әзірлеу жөніндегі құжаттарға негіз болады;

-зерттеулер Қазақстандағы іскерлік туризмнің кластерлік дамуы туралы қорытынды жасауға мүмкіндік берді. Астана қаласы іскерлік туризм қалыптасқан және дамып келе жатқан, бірақ жетілдіруді қажет ететін кластерге жатады. Алматы қаласы іскерлік туризмнің дамып келе жатқан, және инфрақұрылымды жақсарту қажет ететін кластерді; елдің басқа аймақтары іскерлік туризм енді ғана қалыптасып жатқан және инфрақұрылымында елеулі, түбегейлі өзгерістерді талап ететін кластерді білдіреді;

- аймақтардағы іскерлік туризмді дамытудағы кемшіліктер мен осал тұстарын анықтауға және шешімдер қабылдауға, оны жетілдіру бойынша мүмкіндік беретін автор әзірлеген іскерлік туризм әлеуетінің төлқұжатын пайдалана отырып, аймақтардағы іскерлік туризмнің жай-күйіне мерзімді мониторинг жүргізу туралы ұсыныс енгізілді;

- іскерлік туризмді дамытудың нақты болжамына сүйеніп, халықтың тұтынуға бейімділігінің орташа статистикалық көрсеткішін қолданып, 2025 жылға дейінгі іскерлік туризмнен түсетін болжам жасалынды.

**Зерттеу нәтижелерінің практикалық маңыздылығы.** Диссертациялық зерттеу нәтижелері, Қазақстандағы іскерлік туризмді жетілдіру бойынша ұсыныстар «Kazakh Tourism» Ұлттық Компаниясында қарастырылып, жұмысқа оң баға берілді. Тәжірибелік ұсыныстар іскерлік туризм саланы дамыту төңірегіндегі мемлекеттік саясатты жетілдіру мақсатында қолданылуы мүмкін.

Зерттеу жұмысының теориялық және әдістемелік нәтижелерін «Іскерлік туризм», «Іскерлік туризм менеджменті» пәндері бойынша оқу үдерісі барысында пайдалануға болады.

**Зерттеудің негізгі нәтижелерін теоретикалық және практикалық сынау.** Зерттеудің негізгі қорытындылары төмендегідей халықаралық ғылыми-практикалық конференцияларда баяндалды және талқыланды:

1. Тамақ және жеңіл өнеркәсіптері мен қонақжайлылық индустриясының инновациялық дамуы: халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференциясында (Алматы, 2015).

2. Uluslararası çagdaş turk lehçeleri ve edebiet bilgi şöleni bildiri özetleri kitabi (Denizli, 2017).

3. Рухани жаңғыру аясындағы киелі жерлер географиясы және мәдениет: тәжірибе мен практика: халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференциясында (Алматы, 2018).

4. XIX Сәтбаев оқулары: халықаралық ғылыми конференциясында (Павлодар, 2019).

5. XVIII Халықаралық «Gylym jane bilim-2023» ғылыми конференциясында (Астана: ЕҰУ, 2023).

**Зерттеу нәтижесі бойынша ғылыми еңбектері:** диссертацияның тақырыбы бойынша 19 ғылыми мақала – 10,61 б.т. көлемінде - жарияланды. Оның ішінде 2 мақала - Scopus ақпараттық дерекқорына кіретін журналда; 6 мақала - ҚР ҒЖБМ Ғылым және жоғары білім саласындағы сапаны қамтамасыз ету комитетінің ғылыми еңбектің негізгі нәтижелерін жариялау үшін ұсынатын ғылыми басылымдарда; 2 мақала - шетелдік ғылыми баспаларда жарияланған еңбектер; 9 мақала - ҚР-ғы ғылыми баспаларында жарияланған еңбектер. Және 2 авторлық куәлік алынды (Қосымша А).

**Диссертацияныңлық жұмыстың құрылымы мен көлемі:** Диссертация жұмысы кіріспеден, үш бөлімнен, қорытындыдан, пайдаланылған дереккөздерден тұрады. Диссертацияның негізгі мәтінінің толық көлемі 147 бет. Диссертация 42 суреттен, 38 кестеден тұрады. Пайдаланылған дереккөздер тізімі 121 атауды қамтиды. Диссертацияның құрылымына 7 қосымша кіреді.

**1 ІСКЕРЛІК ТУРИЗМНІҢ ҒЫЛЫМИ-ӘДІСНАМАЛЫҚ НЕГІЗДЕРІ**

**1.1 Іскерлік туризм саласындағы зерттеулердің ғылыми-әдіснамалық аспектілері**

Іскерлік туризм қазіргі уақытта Халықаралық туризмнің ең маңызды және барынша ірі сегменттерінің бірі болып табылады. Бүгінде әлемдегі әрбір төртінші сапар іскерлік саяхат шеңберінде жасалады. 20 ғасырдың аяғында іскерлік байланыстар саны тұрақты түрде өсе бастады. Бұл іскерлік туризм индустриясының дамуына әкелді.

Іскерлік туризм мен рекреациялық туризмнің негізгі айырмашылықтары іскерлік туризмнің негізгі клиенттері жұмыс істеу, жаңа серіктестермен және ықтимал клиенттермен танысу мақсатында белгілі бір жерге баратын іскер адамдар болып табылады. Демалушылар негізінен ерлі-зайыптылар, жаңа үйленгендер, балалары бар отбасылар немесе достар тобы. Іскерлік туризмде бәрі басқаша. Топтың мөлшері кейде мыңдаған, тіпті миллиондаған мүшелерге жетуі мүмкін.

GBTA (*Global Business Travel Association –*іскерлік туризмнің халықаралық ассоциациясы**)** мәліметтері бойынша, бизнес саяхатшылар жыл сайын 480 миллионнан астам іссапар жасайды. Сонымен қатар, тәжірибелі егде жастағы бизнес саяхатшылар жылына шамамен 12 сапар жасайды, ал жас бизнес саяхатшылар жылына шамамен 14 сапар жасайды. Бұл дегеніміз, бүгінгі бизнес саяхатшылар жасарып келеді [10].

Көп жағдайда тағайындалған орынды және төлемді таңдау басшының немесе қауымдастықтың міндеті болып табылады. Демек, біз іскер саяхатшыны "шығындарын ол жұмыс істейтін бизнес төлейтін саяхатшы" – деп анықтай аламыз [11].

БҰҰ-ның Дүниежүзілік Туристік Ұйымы негізгі глоссарийде іскер келушіні "туристік сапардың негізгі мақсаты іскерлік және кәсіби санатқа сәйкес келетін адам" деп анықтайды.

Дүниежүзілік туристік ұйым іскер адамдар демалысқа қарапайым азаматтардан үш-төрт есе көп ақша жұмсайды деп есептеді. Бұл саладағы жылдық ақша айналымы ондаған миллиард доллар деңгейінде болжануда. Нақтырақ айтсақ, 2018 жылы іскерлік туризм нарығының көлемі 1,2 трлн. АҚШ долларын құрады, ал 2026 жылға қарай 1,65 трлн. долларға дейін өседі деп пандемияға дейін болжаған [12].

Туризм шығыстарының жалпы көлеміндегі іскерлік туризмнің үлесі 21,5% құрайды (1 228,0 млрд. долл.). Іссапар шығындарының көлемі 3%-ға өседі деп күтілуде. 2019 жылы 1 265,4 млрд. долларды құрады, 2020 жылы 1,6 трлн. долл. жетті, ал 2029 жылы 1 735,1 млрд долл.-ға дейін жоғарылайды деп болжаған [13].

Көңіл көтеру турлары, мереке күндері, белгілі бір жерлерде немесе демалыс күндері маусымдық кезеңдерде өткізіледі. Ал, іскерлік туризм жыл бойы болады, ол жылдың белгілі бір күндеріне байланысты емес.

«Іскерлік туризм» және «туризм» түсініктерінің негізгі критерийлері бірдей болып келеді. Бірақ іскерлік туризм айқын көрінетін өзгешеліктерге ие. Іскерлік туризм мен туризм арасындағы айырмашылықты ажыратпас бұрын «туризм» және «турист» ұғымдарын айқындаған жөн.

Туризм - жеке тұлғалардың уақытша болатын елде (жерде) жиырма төрт сағаттан бір жылға дейін не жиырма төрт сағаттан аз уақытқа созылатын, бірақ түнейтін, ақылы қызметпен байланысты емес мақсаттағы саяхаты.

Турист – ол нақты бір шарттарды сақтай отырып саяхаттайтын жан, дәлірек айтқанда: демалу және бос уақытын өткізу мақсатындағы еңбек демалысы, денсаулықты сақтау, білім беру т.б. мақсатындағы коммерциялық іс-әрекетті жүргізуге бағытталған іскерлік демалыс [11, c. 115].

Іскерлік туризмнің классикалық туризмнен айырмашылығын төмендегі факторлармен көрсетуге болады [14]:

1) іскерлік туризм маусымдығымен ерекшеленеді.Іскерлік шараларды өткізу, олар бос уақытқа, тек маусымдық сипатқа ғана тән рекреация және демалыс, жылдың белгілі бір кезеңіндегі шарықтау шектері мен басқа айлардағы құлдыраулар мақсатында болатындай жыл мерзіміне байланысты болмайды, негізгі туристік маусым жаз (шілде-тамыз) және қыс (қаңтар-наурыз) болып табылады. Іскерлік туризмде «өлі маусым» деген түсінік жоқ;

2)сапарлардыңбұқаралығы. Іскерлік сапарларды (іс-шараларды) ұйымдастыру кезінде ұйымдастырушылар бірнеше мыңдаған адамға дейін қызмет көрсетулері мүмкін, бұл туризмнің басқа түрлеріне толықтай қайшы келеді. Атап айтқанда өңірлік өкілдерді жинақтауы мүмкін қауымдастықтарға қатысты. Көпшілік жағдайда ол «MICE» - іс-шараларға жатады;

3) іскерлік сапарлар жоғары болжамдылығыменерекшеленеді. Іскер турист сапарын бірнеше жыл бұрын болжай алады, ал ол басқа туристерге тән емес;

4) іскерлік сапарлар жалпы пайдаланудағы қонақүйлер мен отельдерді пайдаланудан басқа ерекше инфрақұрылымның болуын талап етеді. Шетелдік әдебиеттерде барлық орналастыру мен кездесулер өткізу құралдарын «venues» деп атайды, оның аудармасы «іс-шараларды өткізу және орналастыру құралдары» дегенді білдіреді. Олар: бизнес-отельдер, мақсатты және көп функционалды ғимараттар, академиялық орталықтар, экспозициялық орталықтар, конгресс залдар, яғни іс-шараларды өткізу мен орналастырудың мамандандырылған құралдары болуы мүмкін. Сондай-ақ, «unusual venues» қолданылуы да мүмкін, яғни «іс-шараларды өткізу мен орналастырудың ерекше құралдары», мысалы, бағасы қымбат яхталар, көне құрылыстар, спорт стадиондары, мұражайлар, галереялар мен концерт залдары;

5) іскерлік іс-шаралар табиғи-ауа райына қатты тәуелді болмайды. Бұл, ең алдымен, іскерлік туризмнің рекреация мен «классикалық туризмнен», әсіресе шомылу-жағажайлықтан айырмашылығын білдіреді;

6) іскерлік сапарлар тек жұмыс уақытында ғана болуы керек және болады да (бұл негізгі жұмыс уақытынан тыс бос уақыт кезіндегі сапардың түрін білдіреді);

7) кәсіпкерлік қызмет тұрғысынан, яғни туризм индустриясы тұжырымдамасында, белгілі бір мақсаттарға, қол жеткізуге бағытталған іскерлік туризмнің экономикалық құрамдас бөліктері (пайда табу, кіріс әкелу) болуы тиіс, ал туризм, қызметті тұтынушы тұрғысынан экономикалық нәтижелерді мақсат етпейді;

8) іскерлік сапарларды ұйымдастыру мен өткізуге туризмнің басқа түрлерімен салыстырғанда, әсіресе «MICE*»* саласындағы іс-шараларды дайындау үшін, ұйымдастырушы адамдардың ауқымды құрамытартылады. Мәселен, рекреациялық мақсаттағы сапарларды ұйымдастыру және өткізу кезінде турфирмалар (туроператорлар) мен тікелей туристік өнімдерді жеткізушілер атқарады, ал іскерлік сапарды ұйымдастыруға басқа да адамдар қатысады: кездесулерді реттеушілер, кәсіби ұйымдастырушылар мен белгілі бағыттағы менеджерлер.

Іскерлік туризм ерекше ұйымдастырушылық - технологиялық модельден, туристік өнімді жасаудың ерекше алгоритмінен тұрады және жаппай (массалық) туризм қажеттіліктерімен, клиенттер санатымен, сату техникасымен, күту процесімен ерекшелінеді [15].

Онда қатысушылардың алты тобы қамтылған [16]:

* туристер;
* туристік қызметті атқарушылар (орналастыру құралдары және тамақтану, көлік өндірісі, іс-шаралар, сауықтар өткізу нысандары);
* кездесулерді басқарушылар немесе жоспарлаушылар: іс-шараларды жоспарлайды және ұйымдастырушылық мәселелерді шешеді;
* бағыттаушы менеджерлер немесе кездесулерді кәсіби ұйымдастырушылар: қабылдауларды ұйымдастырады және делегацияларға қызмет етеді;
* іс-шараларды кәсіби ұйымдастырушылар – әртүрлі кездесулер (конгресстер, көрмелер, конференциялар) түрлерін ұйымдастыруға мамандырылған компаниялар, олар «конференс-пакеттерді» жеткізушілер мен делдалдардың қызмет көрсету пакетін жасайды және оны іскерлік туристке (клиентке) ұсынады;
* әртүрлі қызметтегі делдалдар, оларға бизнес туризмді ұйымдастыруда үлкен қызмет жүктеледі. Делдалдық операцияларды туризм индустриясындағы классикалық делдалдар (туроператорлар және турагенттер) мен мамандырылған делдалдар орындайды.

Іскерлік туризмнің құрылымдық бейнесіне сәйкес, зерттелген ақпарат көздеріне негізделіп, іскерлік туризм 2 сегментке бөлінеді - классикалық (жекеше) іскерлік туризм және MICE туризм. Аталғандардың әрқайсысы өз алдына өте күрделі ұғымдар және әр біреуі тыңғылықты зерттеуді талап етеді.

Отандық және шетелдік авторлардың жұмыстарында келтірілген «іскерлік туризм» түсінігі айқындамасының әртүрі болуы туристік индустрияның осы сегментіне, оның ғылыми зерттеу объектісі ретіндегі перспективасына деген қызығушылықтың өсіп отырғанын, өмірлік қызметтің экономика, саясат, әлеуметтік сала сияқты маңызды нысандарымен өзара іс-қимылы деңгейінің жоғарылығын көрсетеді.

Іскерлік туризм қызметінің келесідей түрлерін ажыратады [14, c. 98; 15, c. 11; 16, с. 156].

а) корпоративтік іскерлік сапарлар (Meetings).

Олардың негізгі мақсаттары корпоратив ішіндегі кездесулер, клиенттермен кездесу, тренингтер, даму шараларын өткізу, әртүрлі конференциялар мен көрмелерге қатысу.

Іскерлік туризм компанияның қызметін дамытумен шектелмей, қызметкердің жеке басының кәсібилігін көтермелеуге бағытталған;

ә) инсентив-туризм (Inсentives) – компанияның ең маңызды клиенттері мен серіктестері, сол сияқты мықты қызметкерлеріне деген арнайы құрметке негізделген мақсатты іссапарлар. Оған: тимбилдинг, оқиғалық-корпоративті, мадақтау сапарлар. Алғаш рет іскерлік туризмнің бұл түрі АҚШ-та қолданылған. 80 жылдардың соңына дейін бұл қызметтің көлемі бойынша Ұлыбритания көшбасшы болған, оған америкалық нарықпен тығыз байланыс, сол сияқты Ұлыбританияда америкалық фирмалардың көп болуы негізгі себеп болды. Инсентив – саяхатты европалық компаниялар, негізінен, өз қызметкерлерін мадақтау үшін, ал америкалық компаниялар оларды маркетинг құралы ретінде қолданады;

б) конгресс-туризмі (Conferences) – конгресстер, конференциялар, семинарлар, форумдар, іскерлік таңғы ас, инвесторлармен байланыс іс-шаралары, онда жұмыстардың жобалары көрсетіледі, клиенттер мен серіктестер табады:

*Конгресс* – бұл делегаттардың әдетте әртүрлі сұрақтарды саралау үшін белгілі бір саладағы арнайы зерттеулерге тартылған немесе адам қызметінің белгілі бір аясына жататын формалды түрдегі кездесуі.

*Симпозиум* – ыңғайлы жағдайда сөз алмасумен жүргізілетін іс-шара немесе мамандар бір-бірімен байланысты белгілі бір немесе бірнеше тақырыпқа қысқа хабарламалар жасайтын формалды түрдегі кездесу.

*Съезд* – бір мақсатқа ие адамдардың кездесуі, әсіресе жоғары органдарға таңдау жасау үшін және саясатты қалыптастыру үшін саяси партиялар делегаттарының жиналысы.

*Семинар* – қатысушылардың көзқарастарының алмасуымен жүргізілетін лекция.

*Конференция* кездесудегі көзқарастарымен формалды түрдегі алмасуды немесе қатысушылардың барлығына ортақ сұрақтарды талқылау үшін жиналыс.

*Саммит* – мемлекет басшыларының қатысуымен, жоғары қызмет тұлғаларының қатысуымен болатын конференция;

в) көрме туризмі (Exhibitions).

Көрмелер мен жәрмеңкелер іскерлік туризм индустриясының бір бөлігі, екі әртүрлі категориядағы адамдардың саяхаттарын біріктіреді: көрмені ұйымдастырушылар, өз өнімдерін жарнамалау және сату мақсатындағы саяхатшылар, әртүрлі танымдық мақсатпен келген көрме қонақтары, мысалы, экономиканың әртүрлі саласындағы соңғы жетістіктермен танысуға келген немесе сатып алу және келісім-шартқа отыруды жүргізуге келген қонақтар.

Соңғы уақытта көптеген елдерде мамандар нарықтың тағы бір сегментін, яғни іскерлік туризмнің қызметі түрлерін енгізді. Барлық елде білім беру мекемелерінің, мәдени-сауық мекемелерінің ақылы қызмет көрсету көлемі өсуде. Бұл еvent-қызмет көрсету нарығының тұрақты өсуін көрсетеді. Event-қызмет көрсету нарығы алуан түрлі іс-шараларды қамтиды: оған кәсіби спорттық жарыстардан бастап аймақтық мәдени іс-шараларға дейін, ұйымдық және брендті оқиғалардан бастап аймақтық және халықаралық ғылыми форумдар мен конференциялар кіреді.

Event-қызметін шешетін міндеттеріне қарай төмендегідей бөліп қарастырады [17]:

1. В2С – соңғы тұтынушыны тартуға бағытталған сыртқы іс-шаралар.

2. В2В – бизнес серіктестіктерді тартуға арналған сыртқы іс-шаралар (селлерлер мен байерлер үшін серіктестік құруға пайдалы).

3. B2G – бизнес пен мемлекет арасындағы қатынас.

4. НR – ішкі іс-шаралар (компанияның қажеттілігін өтеуге арналған шаралар).

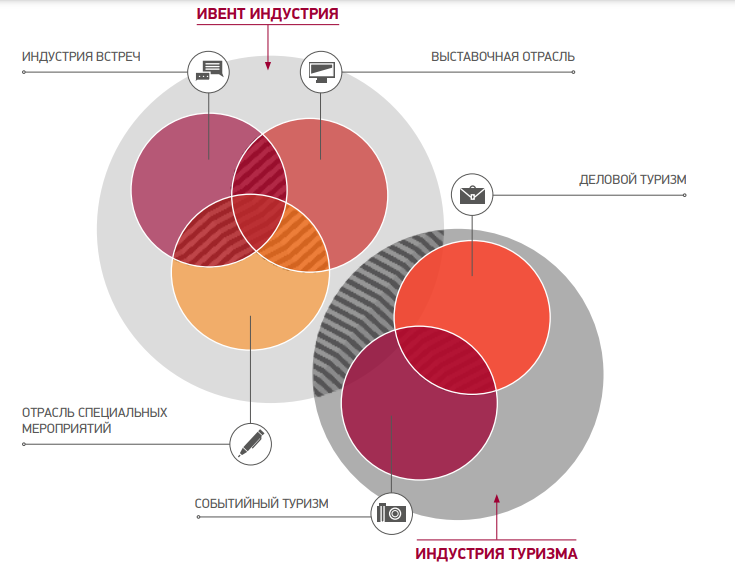
Экономиканың жарнамалық, спорттық, білім беруші, мәдени-сауықтық және туристтік сегменттерінің қиылысында тұрған event-қызмет көрсету нарығы өте күрделі зерттеу нысаны болып табылады. Бұл бүкіл саланы қамтитын тәуелсіз сала, яғни іс-шараларды өткізуге арналған қызметтер спектрі. Іс-шаралар іскерлік болуы мүмкін (көрмелер, конгрестер, ынталандыру бағдарламалары және т.б.), сондай-ақ іскерлік емес іс-шаралар бар (фестивальдар, әлеуметтік оқиғалар, мерекелер, спорт іс-шаралары және т.б.) Event индустриясы үш сегменттен тұрады: көрме саласы, кездесу индустриясы және арнайы іс-шаралар саласы.

Туризм саласында MICE – бұл кездесулер, ынталандырулар, конференциялар мен іс-шараларды білдіретін аббревиатура. Іссапарларды ұйымдастыру кезінде туристік агенттік визалық қолдауды, қонақүйлер мен авиабилеттерді брондауды жүзеге асырады және ойын-сауық бөлігі үшін жауапты болмайды. Ал MICE іс-шараларында мамандандырылған агенттік іс-шараны өткізіп қана қоймай, бүкіл ұйымды, соның ішінде тур бағдарламасының ойын-сауық бөлігін өз мойнына алады. MICE іскерлік туризмнің барлық сипаттамаларын біріктіреді және сонымен бірге сапарға шығармашылық, бірегейлік, эксклюзивтілік, өзіндік ерекшелік, ерекше рух әсерін қосады.

Туризм индустриясында іскерлік туризмнің орны және оның Event индустриясымен байланысының құрылымы төмендегі 1-суретте көрсетілген.

Көптеген шет елдерде «іскерлік туризм» деген ұғым жоқ, оның аналогы «business travel» (іскерлік және кәсіби мақсаттағы саяхат) ұғымы бар. Яғни оның мағынасы, кәсіби іс әрекетті жүргізу мақсатында жұмыс уақытында белгілі бір дестинацияға сапар шегу барысында пайда болған ұйымдастырушылық-экономикалық қатынас.

Соңғы жылдары іскерлік туризм индустриясы әлемдік экономиканың ең перспективті секторларының бірі. Бүгінде Еуразия континентінде болып жатқан интеграциялық процестерде біздің елімізде іске асырылған ауқымды жобалар Қазақстанда іскерлік туризмді дамытуға алғышарттар жасауда.



Оқиғалық туризм

Арнайы шаралар саласы

ИВЕНТ ИНДУСТРИЯСЫ

Кездесу индустриясы

Көрмелік сала

ТУРИЗМ ИНДУСТРИЯСЫ

Іскерлік туризм

Сурет 1 – Туризм индустриясында іскерлік туризмнің орны және оның ивент индустриясымен байланысының құрылымы

Ескертпе – Әдебиет негізінде құралған [18]

Іскерлік туризм түсінігін нақтылау үшін жұмыста іскерлік туризмнің жалпы белгілері, қасиеттері мен оның жалпы «туризм» түсінігінен айырмашылығы зерделенеді. Іскерлік туризм туризмнің құрамды бөлігінің бірі бола тұрып, оның қызметтерін тұтынушылары мен орындаушылары (объекті мен субъект) болады, белгілері (бағыты, бағасы, ұзақтығы) бар, заңнамалық реттеуіштерді (сақтандыру шаралары, қауіпсіздік) пайдаланады, туристік қызметтер инфрақұрылымына (орналастыру, көлік, қоғамдық тамақтану және т.б.) тәуелді болады.

Іскерлік және бизнес туризм идеялары қаржы жүйесі секторының жаһандануына байланысты пайда болды. Дамыған шет елдерде бұл 1970-1980 жылдары болды; алайда, Қазақстанда 2000 жылдардың басынан бастап іскерлік туризм ең тиімді деп таныла бастады. Дәл осы уақытта қазақстандық компаниялар әлемдік деңгейге шыға алды [19, 20].

Қазақстандағы мамандар «іскерлік туризм» терминінің орнына MICE (Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions) ағылшын аббревиатурасын жиі пайдаланады. Іскерлік туризм ұғымы жеке іскерлік сапарлар мен жүздеген халықаралық конгрестердің, симпозиумдардың, конференциялардың, көрмелер мен жәрмеңкелердің жұмысын ұйымдастыруды және қолдауды қамтиды. MICE терминін негізінен корпоративті тұтынушылар қолданады. Жеткізушілердің ұсыныстарының белгілі бір бөлігі басқа да жалпы туыстық және академиялық терминдерді - кездесулерді, демек, кездесу индустриясын қолдануды жөн көреді. Сондықтан қызмет көрсету мақсаттары бар туризм индустриясы туралы айтатын болсақ, үш терминді бірдей қолдануға болады: іскерлік туризм, MICE индустриясы және кездесу индустриясы.

Іскер туристер өздері баратын туристік орталықтың жақсы өкілдері болып табылады. Көбінесе бұл өте танымал тұлғалар, оларды бағалау өз еліндегі туристік орталықтың имиджін қалыптастыруға түбегейлі әсер етуі мүмкін.

MICE туризмі бұрын айтылғандай, барған жерден төленетін қызметті жүзеге асырумен байланысты емес ресми немесе кәсіби мақсаттары бар сапарларды қамтиды. MICE-туризмге іскер адамдар мен кәсіпкерлердің іссапарлары, конгресс-көрме, инсентив-туризм және іс-шаралар кіреді [21].

Конгресс-көрме туризмі - іскерлік саяхат нарығының бірегей сегменті. Туризмнің конгресс-көрме түрі деп конгрестерді, көрмелерді, жәрмеңкелерді, жиналыстарды және әртүрлі іс-шараларды біріктіруге байланысты қызмет түрі [22].

Жақында «bleisure» деп аталатын іскерлік бағытты демалыспен біріктіретін сапарлар сегменті айтарлықтай өсуді көрсетті. Сонымен қатар, мұндағы басымдықтар мен пропорциялар әртүрлі болуы мүмкін. Бұл, ең алдымен, іскерлік компоненті бар сонымен қатар демалуға уақыт бөлінген іссапар болуы мүмкін.

Booking.com компаниясымен жүргізілген зерттеуге сәйкес bleisure танымалдығы артып келеді. Бұл тек жұмыс пен демалысты біріктіруге ғана қатысты емес: мұндай сапарлардың мүмкіндігі қызметкерлердің адалдығына ықпал етеді. Қазір іссапарға бара жатып, адамдар тек презентациялар мен іскерлік костюмдер дайындап қана қоймайды, сонымен қатар олар баратын жермен танысу жоспарларын жасайды. Егер бұрын bleisure-ге көп көңіл бөлінбесе, кейде бұл уақытты ысырап ету және тіпті мансапқа зиян тигізуі мүмкін деп есептесе, қазір көзқарас өзгерді. Bleisure - ой-өрісін кеңейтуге, кейбір нәрселерді жаңа тәсілдермен қарауға және уақыт өте келе жұмыста көбірек жетістіктерге жетуге тамаша мүмкіндік береді. Бүгінде bleisure соншалықты тартымды, қызметкерлер саяхаттау үшін аз төленетін жұмысқа келісуге дайын.

R. Davidson мен B. Cope [23, 24] «іскерлік туризм» түсінігін «кәсіби-іскерлік, жұмыс мәселелеріне байланысты сапарлар» ретінде түсіндіреді яғни олардың пікірлері бойынша іскерлік сапарлар әртүрлі екі санаттан тұрады, оларға жеке іскерлік турлар мен бизнес-туризм жатады.

J. Swarbrook және S. Horner [25] еңбектерінде «іскерлік туризмге» – «бизнесменнің барлық тәжірибесі» деп ауқымды түсінік берілген. «Туризм» термині тұрғылықты тұратын орнын (аумақтық аспект) кез келген себеп бойынша кем дегенде бір күнге кететін адамдарға қатысты айтылады, сонымен қатар іскерлік сапарлар іскерлік мақсатта кез келген аумақты бір күнге тастап кетуге байланысты болуы да мүмкін.

Зерттелетін нысанның дербес авторлық түсінігін айқындау мақсатында іскерлік туризмді зерттеу логикасы болып табылатын іскерлік туризм мен MICE-индустрияның айқындамасын жалпы туризм кешенінің ажырамас бөлігі ретінде қазіргі таңдағы бар тәсілдерді талдауды қажет етеді.

Осы мәселеге қатысты теориялық тәсілдерді талдаудың жиынтық нәтижесі төменде 1-кестеде берілген.

Кесте 1 – Іскерлік туризм мен MICE-индустриясы айқындамасының заманауи сипатталу тәсілі

|  |  |
| --- | --- |
| Автор | Тәсілдің мазмұны |
| Іскерлік туризмнің нысаналы бағыты | |
| R. Davidson | Бизнес-туризм жұмысқа байланысты мақсаттарда қолданылатын саяхаттарға жатады.  Іскерлік туризмге қызметтік міндеттерді орындауға және ағымдағы бизнес-функцияларды орындауға, қызметкерлердің білім деңгейлерін, жұмысты қалайша тиімді орындауға болатынын қалыптастыруға бағытталған іскерлік мүдделерді іске асыру; жақсы жұмыс көрсеткіштері үшін қызметкерлерді көтермелеу мақсатындағы сапарлар жатады |
| A. Aguilera | Бизнес-туризм – қалыпты жұмыс орнынан тыс жерлердегі жұмысқа байланысты сапарлар |
| И.В. Зорин,  В.А. Квартальнов | Іскерлік туризм қызметтік мақсаттағы уақытша іссапарлар мен сапарлар ретінде түсіндіріледі (іссапарлар орнында табыс түспейтін конференцияларға, конгрестерге қатысуды қоса алғанда) |
| И.Т. Балабанов,  А.И. Балабанова | Іскерлік туризм бизнесмендердің іскерлік мақсаттағы сапарлары ретінде айқындалған |
| Іскерлік туризм мен MICE-индустрияның инновациялық сипаты | |
| Ю.К. Бронская | Көшпелі бизнес-туризм Ресейде отандық бизнесті дамытуға қолайлы әсер ететін маңызды көз ретінде ұсынылады |
| Іскерлік сапарға бастама жасау | |
| И.Н. Суворова | Іскерлік туризм туристік саланың ерекше сегменті ретінде іскерлік сапарларға, әдетте, компаниялар, ұйымдар, корпорацияларға бастама жасайды. Бұл оның негізгі ерекшелігі болып табылады |
| А.Ю. Александрова | Іскерлік туризм іссапарға барған жерінен табыс түспейтін қызметтік мақсаттағы саяхаттарды қамтиды.  Демалыс сапарынан айырмашылығы іссапар, оны қаржыландыру көздері мен мөлшері туралы шешімді, әдетте, туристердің өздері емес басқа адамдар (қызметтегі бастығы, фирманың басшысы) қабылдайды |
| Ескертпе – Әдебиет негізінде құралған [15, с. 12; 23, с. 51; 26-28] | |

«Іскерлік туризм» түсінігінің қазіргі бар айқындамаларына, оның функционалдық, құрылымдық және инновациялық бағыттарына жүргізілген талдауды ескере келе осы терминнің мазмұны туралы түсінігімізді келтіреміз.

Іскерлік туризм – бұл қызметкерлердің тұрақты тұратын жерінен жұмыс уақыты барысында компанияның бюджеті есебінен әртүрлі корпоративтік мақсаттарға (келіссөздер, конференциялар, салалық көрмелер мен жәрмеңкелер, қызметкерлерге мотивациялық бағдарламалар мен турларды ұйымдастыру шеңберіндегі оқыту семинарлары) қол жеткізу үшін қысқа және ұзақ мерзімді іссапарларға шығуы.

Іскерлік туризм өнімі туристік қызмет, туристік жұмыс және туристік тауардан құралады (2-сурет).



Сурет 2 – Іскерлік туризм өнімінің құрамы

Ескертпе – Әдебиет негізінде құралған [29, 30]

Іскерлік туризмнің ерекшелігі туристер мен іскерлік сапарларды ұйымдастырушылар-кәсіпқойлар арасындағы қарым-қатынаста, яғни іскерлік туризм өнімін құрудың алгоритмінен көрінеді (2-кесте).

Іскерлік туристік агенттіктер әдетте көптеген қызмет провайдерлерімен байланысты. Іскерлік нарығына қатысатын қызметкерлер мен бизнеске корпоративтік кездесуді жоспарлаушылар, қонақүйлердегі, конгресс орталықтарындағы немесе круиздік кемелердегі конференция бөлімдері, кейтеринг және сусын менеджерлері, логистикалық фирмалар жеке туроператорлар мен трансферлік компаниялар, туристік сауда қауымдастықтары, сату менеджерлері және т.б. кіреді. Осы салада жұмыс жасайтын агенттер үлкен және кіші топтарға туристік қызметтердің толық спектрін, сондай-ақ әртүрлі ұзақтықтағы іс-шараларды ұсынуы керек. Іскерлік орындары ретінде орналастырылған бағыттар конференция орталықтары мен келушілер бюросы арқылы іс-шараларды өткізуге сүйенеді.

Кесте 2 – Іскерлік туризмге қатысушылардың құрылымы

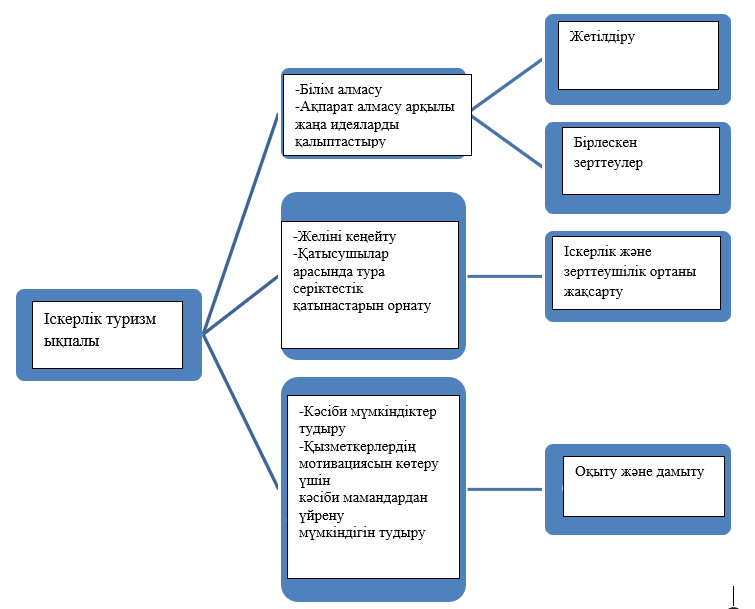
|  |  |
| --- | --- |
| Құрылымдар | Тиесілі топтар |
| Тұтынушылар (байерлер) | Корпоративті клиенттер |
| Корпоративті емес клиенттер, оған қоса ассоциациялар, мемлекеттік сектор |
| Шараларды ұйымдастырушылар | Ұйымдастырушылар (идеологтар, шараларды өткізу құқығын иеленушілер) оған қоса форумдар мен көрмелерді ұйымдастырушылар және т.б. |
| Агентстволар және делдалдар | PCO, DMC, ивент агентстволар, коммуникациялық агентстволар және т.б. |
| Жеткізушілер | Шара өткізілетін алаңдар |
| Шараларды ұйымдастыру үшін қызмет түрін ұсынушы мердігерлер онымен қоса стендтердің құрылысы және дизайны бойынша, құрал-жабдықтарды жалға алу, жарнама және жылжыту, уақытша жұмысшыларды (персонал)ұсыну және т.б. |
| Маркетингтік ұйымдастыру | Шараларды өткізу орны ретінде елді/өңірді жылжытуға жауапты ұлттық және локальды деңгейдегі ұйымдар (конгресс-бюро, туристік офис) |
| Ескертпе – Әдебиет негізінде құралған [31-35] | |

Осыған байланысы аутсорсинг іскерлік туризмі саласындағы қажетті компонент болып табылатынын атап өткен жөн [36]. Аутсорсингтік қолдау өнімнің осы түрін қалыптастыруға қатысатын бөгде ұйымдарға (оқиға ұйымдарына, авиа/теміржол компанияларына, қонақ үйлерге және т.б.) сервистер құру бойынша белгілі бір функцияларды беруде көрінеді. Аутсорсингтік компаниялар MICE агенттіктері мен қызмет провайдерлері арасындағы қарым-қатынасқа тікелей әсер етеді.

Іскерлік туризмі бүкіл әлем бойынша туристік белсенділіктің шамамен 7% құрайды. Сонымен қатар, іскерлік туристері ресурстарды аз пайдаланады, көп ақша жұмсайды және көбінесе сауда немесе көңіл көтеру мақсатында болу мерзімін ұзартады. Мұндай туристер қабылдаушы елдің экономикасына да оң әсер етеді. Ақпарат пен білім алмасу бизнес индустриясының жақсаруына, нарық қатысушылары арасында тікелей серіктестік орнатуға, зерттеу ортасының жақсаруына және қызметкерлерге қосымша жұмыс орындарының құрылуына әкеледі (3-сурет).

Жақсы реттелген инфрақұрылым іскерлік іс-шараларын жоспарлау кезінде негізгі талап болып табылады. Кездесу орны инфрақұрылымның маңызды элементі болып саналады. Көліктің қолжетімділігі, қонақ үй қызметтерінің сапасы және техникалық жарақтандыру бір орынның екіншісінен бәсекелестік артықшылығын құрайтын құрамдас бөліктер болып табылады. Іс-шараның негізгі орны конференц-орталықтар, көрме және көрме кеңістіктері бола алады.

Іс-шараларды ұйымдастыру бизнесі уақыт өте келе кеңейгені сөзсіз. Бұл табысты топтық өзара әрекеттесуді жеңілдету үшін іскерлік кездесулерді, конференцияларды және басқа да байланысты кездесулерді ұйымдастыруға сұраныстың артуына байланысты. Тұрақты кездесулерге байланысты іс-шаралардың тенденциялары белсенді нарықтарда айтарлықтай көп. Қазіргі уақытта ресми немесе ақпараттық іс-шараларды өткізуге мүдделі емес бизнес ұйымын табу сирек кездеседі. Нәтижесінде оқиға индустриясының ресурстары жеке және кәсіби іс-шараларды салтанатты етуге тырысады.



Сурет 3 – Іскерлік туризмнің қабылдаушы елге әсері

Ескертпе – Әдебиет негізінде құралған [37-39]

Оқиғаларды қарастыратын көптеген ұйымдар үшін уақыт, ақша, қызметкерлер, дағдылар және басқа ресурстар шектеулі болуы мүмкін және оқиғалардың нәтижелеріне қол жеткізу қиын болуы мүмкін. Ұйымға тұрақты негізде тиімді қызмет ететін бизнесті басқару иерархиясы сияқты ағымдағы ұйымдық құрылымдар бірегей оқиғаны жоспарлау мен басқарудың стандартты емес функциясына сәйкес келмеуі мүмкін. Кәсіби және іс-шаралар өндірісіне қатысатын ұйымдар үшін тиімді, жағымды және қауіпсіз нәтиже беретін тактиканы қолдану қажет. Көбінесе бұл бейресми жиналысқа қарағанда ұйымдасқан және құрылымдалған тәсілді қажет етеді [40].

Қолданыстағы ғылыми әдебиеттерді талдау нәтижесінде біз төрт компоненттен тұратын (кездесулер, ынталандыру, конференциялар, көрмелер) іскерлік туризм жіктелуін (классификациясын) ұсындық (3-кесте) [41].

Құрамдас бөліктердің әрқайсысы аумақтық, қаржыландыру көздері, ұйымдық нысаны, бағыттары және басқалары бойынша бөлінеді.

Кесте 3 – Іскерлік туризмнің жіктелуі

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Іскерлік туризм | Бағыты | Жіктеу белгісі | Түрлері |
| 1 | 2 | 3 |
| Кездесулер | Аумақтық | халықаралық |
| аймақтық |
| ішкі |
| Қаржыландыру көзі | коммерциялық |
| коммерциялық емес |
| Ұйымдастыру нысаны | ресми |
| бейресми |
| Бағыты | өндірістік |
| зерттеушілік |
| ғылыми |
| эксперименттік |
| Қатысушылар саны | жеке |
| коллективті |
| Кездесудің ұзақтығы | қысқа (бірнеше сағат) |
| ұзақ (бірнеше күн, апта, айлар) |
| Ынталандыру | Аумақтық | шетел |
| ел ішінде |
| Қатысушылар саны | жеке |
| ұжымдық |
| Бағдарламалар түрі | ынталандыру |
| мотивациялық |
| команда құру (team building) |
| Конференциялар | Аумақтық | халықаралық |
| аймақаралық |
| аймақтық |
| жергілікті (мектеп, ЖОО аралық, ЖОО ішілік) |
| Бағыты | ғылыми-теориялық |
| ғылыми-тәжірибелік |
| ғылыми-техникалық |
| Тақырыбы | жоғары мамандандырылған |
| кең тақырып |
| Қатысушылар құрамы | жастар |
| жетілген ғалымдар |
| Жиілігі | жыл сайын |
| бір ретті |
| мерзімді |
| кейінге қалтырылған |
| жойылған |
| күні өзгертілген |
| Өткізу нысаны | офлайн |
| онлайн |
| аралас |
| Көрмелер | Мазмұны | әмбебап |

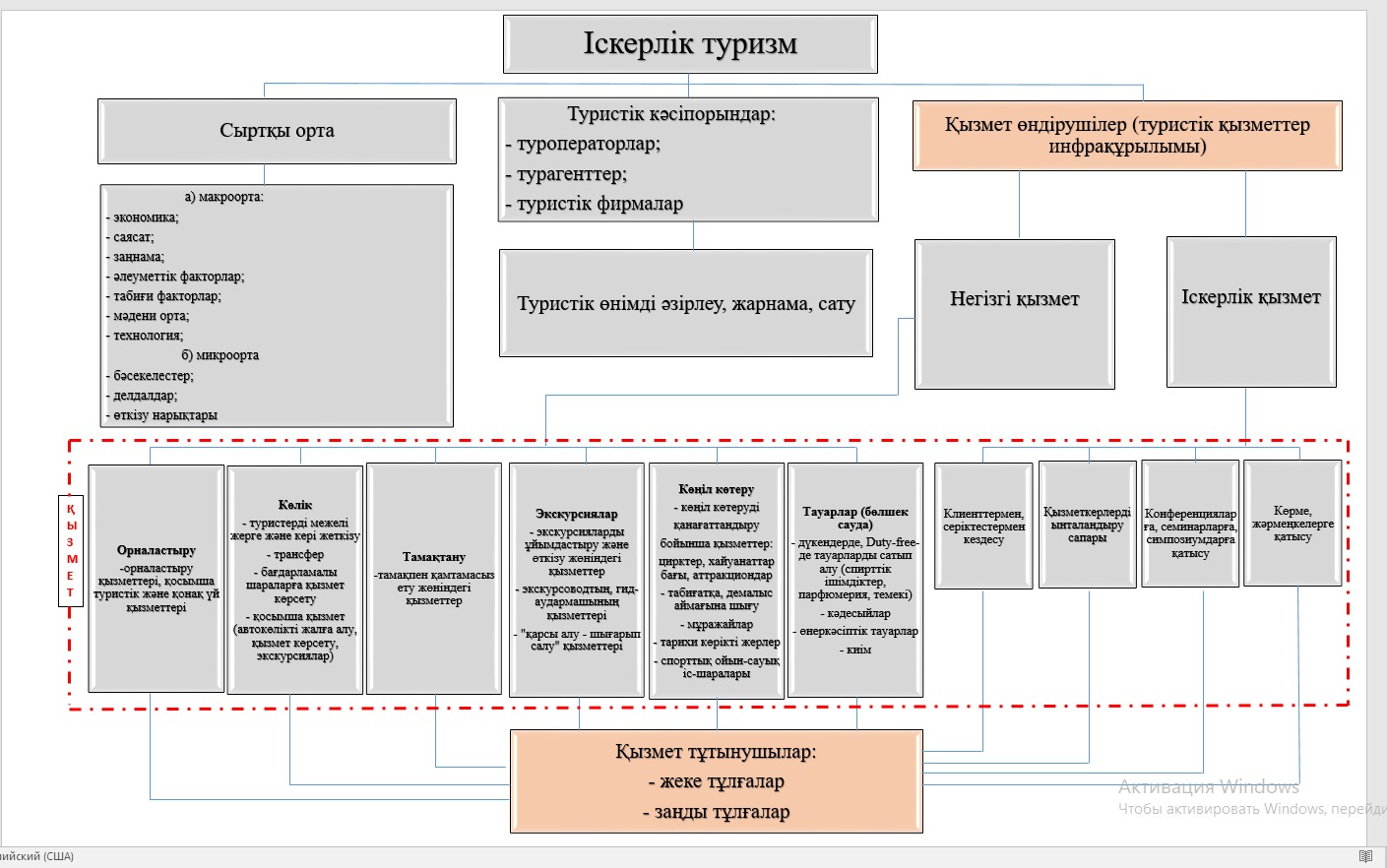
3-кестенің жалғасы

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | 1 | 2 | 3 |
|  |  | мамандандырылған |
| персоналды |
| сала аралық |
| салалық |
| Аумақтық | халықаралық |
| аймақаралық |
| аймақтық |
| ұлттық |
| жергілікті |
| Мақсат | сауда-саттық |
| демонстрациялық |
| сынақ |
| компанияның имиджін сақтау үшін |
| Жиілігі | тұрақты |
| тұрақты ретпен |
| бір ретті |
| Қол жетімділік | ақылы |
| тегін |
| Тақырып | шығармашылық |
| көркем |
| техникалық |
| ғылыми |
| өндірістік |
| сауда |
| білім |
| Ескертпе – Әдебиет негізінде құралған [42-46] | | | |

Тарихи тұрғыдан іскерлік туризм қызметтік мақсаттағы сапарлар ретінде қарастырылды, яғни іссапарлардың барлық түрлері белгілі бір уақытта белгілі бір мақсаттарға жету үшін бір жерден екінші жерге көшу тәсілі ретінде іссапарларға жатқызылды [42, с. 3-39].

Әдебиеттерді талдау барысында іскерлік туризм қызметінің құрылымдық моделін ұсынамыз (автор құрастырған) (4-сурет).

Іскерлік туризм туризмнің құрамдас бөлігі бола отырып, тұтынушылар мен қызмет өндірушілері (объект және субъект) туристік қызметтердің инфрақұрылымына (орналастыру, көлік, тамақтандыру кәсіпорындары және т.б.) байланысты болады. Туристік өнімді қалыптастыруға және сатуға арналған туроператорлық, туристік агенттік қызметті қамтиды, қаржылық қамтамасыз етуді, сақтандыру жүйесін және басқа шарттарды қамтиды. Алайда, іскерлік туризм саласында бұл қызмет түрлері көбінесе практикалық қолданылмайды, өйткені, іскерлік іс-шараларға қатысу туристік агенттіктер мен өкілдіктер арқылы делдалдарды тартуды қажет етпейді; іскерлік кездесулер туристік қызметтерді өндірушілер мен тұтынушылар арасындағы тікелей келіссөздер



Сурет 4 – Іскерлік туризм қызметінің құрылымдық моделі

Ескертпе – Әдебиет негізінде құралған [47-51]

арқылы жүзеге асырылады немесе олардың арасындағы өзара әрекеттесудің арнайы формасын құруды талап етеді.

Туризм саласы сыртқы ортаның тұрақты әсерін сезінуде. Туризмдегі сыртқы орта – бұл кәсіпорынның, аймақтың, тұтастай елдің өндірістік және қаржылық-экономикалық қызметіне тікелей әсер ететін факторлар жиынтығы. Сыртқы орта салыстырмалы түрде тәуелсіз екі ішкі жүйенің жиынтығы ретінде қарастырылады: макроорта (макроорта); тікелей орта (микроорта).

Әлеуметтік-мәдени факторлар – бұл қоғамның құндылықтарын, талғамдары мен мінез-құлық нормаларын қалыптастыруға, қабылдауға ықпал ететін процестер, құбылыстар, әлеуметтік институттар. Қоғамда қабылданған қалыптасқан нормалар, әлеуметтік ережелер жүйелері, рухани құндылықтар, адамдардың табиғатқа, еңбекке, өздері мен өздері арасындағы қатынастары үлкен күшке ие.

Макроорта – бұл жалпы табиғат пен қоғамның ұрпағы. Бұл, әрине, бизнеске қатысты, бірақ оның көп бөлігі (салықтармен байланысты саяси ішкі жүйені қоспағанда, кәсіпкерлік қызметті реттейтін заңдармен) тек туристік кәсіпорынның қызметімен жанама байланысты. Микроорта, сонымен қатар сыртқы және бақыланбайтын, бизнестің тікелей пайда болуын білдіреді, яғни бұл туристік кәсіпорынның кәсіпкерлік қызметінің өнімі.

Экономикалық орта – бұл тұтынушылардың сатып алу қабілетіне және тұтыну құрылымына әсер ететін факторлардың жиынтығы. Экономикалық орта қаржы жүйесінің жағдайын, инфляция деңгейін, жұмыссыздықты сипаттайды; халықтың сатып алу қабілеті.

Заң шығарушы органдар туристік кәсіпорындардың құрылуы мен қызметінің нормативтік базасын, фискалдық саясатты қалыптастырады, сондай-ақ туризмге қатысты саясатты айқындайды.

Табиғи факторлар (климат, экология, шикізат ресурстарының болуы) туристік дестинацияға туристерді тарту үшін аттрактор ретінде әрекет етеді.

Мәдени орта білім деңгейі жоғары және танымдық қажеттіліктері бар туристер үшін үлкен маңызға ие.

Технология ұйымға әсер ететін ғылыми-техникалық даму деңгейін көрсетеді, мысалы, автоматтандыру, ақпараттандыру және т.б. салаларда туризмді дамытуға әсіресе күшті әсер көлік, сонымен қатар қонақ үй және мейрамхана техникасы, коммуникация техникасы сияқты технологиялармен сипатталады.

Бәсекелестер – бірдей мақсаттарға қол жеткізуге таласатын, бірдей ресурстарға, тауарларға ие болуға, нарықта орын алуға ұмтылатын адамдар, адамдар тобы, ұйымдар, кәсіпорындар.

Делдалдар – материалдарды, капиталды, еңбек ресурстарын жеткізушілер.

Іскерлік туризмнің заманауи нарығы - бұл бизнеске бағытталған түрлі іс-шараларды ұйымдастыруға арналған қызметтердің кең жиынтығы. Бұл ретте іскерлік туризм екі қызмет түрлерін біріктіреді: негізгі (классикалық, жеке) қызмет және іскерлік қызмет (корпоративті). Негізгі қызметтерге орналастыру, көлік, тамақтану, экскурсияларды ұйымдастыру, көңіл көтеруді қанағаттандыру бойынша қызметтер, тауарлар сату, т.б. жатады. Іскерлік қызметтерге клиенттермен кездесу кезінде, қызметкерлерді ынталандыру сапары кезінде, конференцияларға, көрмелерге қатысу кезінде көрсететін қызметтер, аудармашылар, күзет қызметтері және т.б. жатады.

Көрсетілетін қызметтердің ерекшелігін ескере отырып, осы терминнің *авторлық түсінігін келтіреміз*. Іскерлік туризм – іскерлік сипаттағы сапарлармен байланысты (корпоративтік кездесулер, семинарлар, конференциялар және т.б.) клиенттерге қызмет көрсететін классикалық туристік қызметтермен (орналастыру, тамақтандыру, көлік, мәдени-ойын-сауық кәсіпорындарының, сауда қызметтері) қатар келетін туристік индустрияның жеке бір саласы.

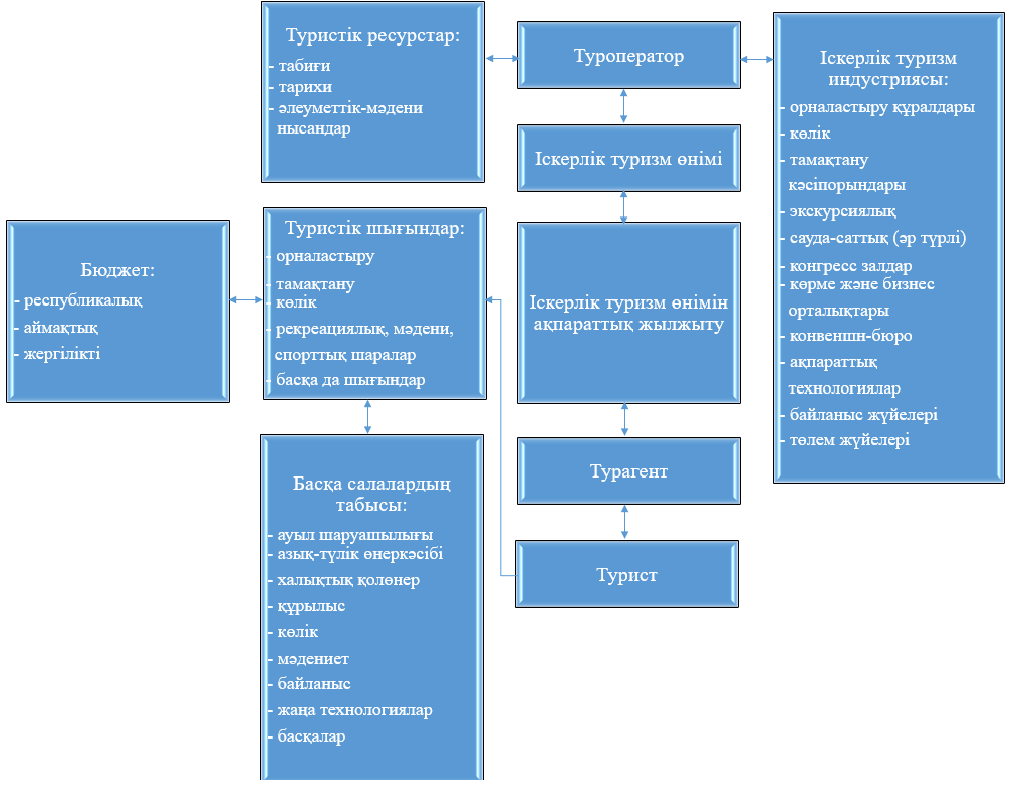
Конференциялар, форумдар, семинарлар, жиналыстар (Conventions) –ортақ мақсаттары, бірыңғай іс-қимыл бағдарламасы, қонақ үй, көлік және өзге де қызметтермен қамтамасыз ету тәсілдері бар, сервистік қызметтердің дамыған инфрақұрылымын талап ететін алдын ала шақырылған қатысушыларды біріктіру нысандары.

Көрмелер (Exhibitions) – көрме туризмі – сатуды ынталандыру мақсатында өнімдер мен қызметтерді ұсыну үшін көрмелерге, сауда жәрмеңкелеріне, биржаларға баруды ұйымдастыру. Көрмелер іскерлік туризм индустриясының бөлігі бола отырып, екі түрлі санаттағы адамдардың саяхатын ынталандырады: көрмеге қызмет көрсететін, өз өнімдерін жарнамалау және сату мақсатында саяхаттайтын және көрмеге келушілерді (кәсіпкерлер, сатып алу және сауда ұйымдары) сатып алуды жүзеге асыратын, жеткізілім шарттарын жасасатындарды. Көрмелер – конференциялар, семинарлар, симпозиумдар, форумдар, конгресстер өткізу процесінде қолданылады [52].

Іскерлік туризм әлеуметтік-экономикалық жүйе – адамдардың тұрақты тұрғылықты жерінен басқа жерлерде болу кезінде туындайтын қатынастар, байланыстар мен құбылыстардың жиынтығы, олардың еңбек қызметіне байланысты іссапар мақсатында саяхаттауы.

Кез-келген экономикалық жүйе сияқты, іскерлік туризм жүйесінің негізі екі ішкі жүйеге негізделген (5-сурет): туризм субъектісі, яғни оның қажеттіліктері мен мінез - құлық мотивтерінің алуан түрлілігімен туристік қызметтерді тұтынушы - турист; үш элементтен тұратын туризм объектісі: туристік аймақ, туристік кәсіпорындар және туристік ұйымдар.

Туристерге қызмет көрсетуді «туризм объектісі» ішкі жүйесінің маңызды элементі болып табылатын кәсіпорындар қамтамасыз етеді. Бірыңғай нысаналы мақсатпен біріктірілген туристік қызметтер кешенін қалыптастыруды, ілгерілетуді және іске асыру қызметі тек туризмге қызмет ететін және оның өмір сүруінің негізін құрайтын туристік кәсіпорындар (туроператорлар мен турагенттер) қамтамасыз етеді. Туристік кәсіпорындар жұмыс істеу барысында туристік қызметтерді өндірушілермен (қонақ үйлер, көлік ұйымдары, тамақтану кәсіпорындары және т.б.) өзара әрекеттеседі, олар үшін туристерге қызмет көрсету көп жағдайда олардың коммерциялық қызметінің бір ғана бағыты болып табылады. Туристерге қызмет көрсетумен туристік аймақтың барлық тұрғындарына қызмет көрсететін кәсіпорындар (сауда, байланыс, тұрмыстық және медициналық қызмет көрсету кәсіпорындары, мәдени - ағарту мекемелері және т.б.) айналысады.



Сурет 5 – Іскерлік туризм әлеуметтік-экономикалық жүйе ретінде

Ескертпе – Әдебиет негізінде құралған [53-55]

Туристік қызметтерді ұсыну процесіне ұйымдар да қатысады. Оларға аймақтағы туризмнің дамуын реттейтін және үйлестіретін, туризм жүйесінің тиімді жұмыс істеуі үшін жағдайларды (инфрақұрылым, ақпарат, қауіпсіздік, қозғалыс еркіндігі, туристік объектілердің қол жетімділігі мен сақталуы, аймақтың туристік имиджін қалыптастыру және т.б.) қамтамасыз ететін мемлекеттік және қоғамдық ұйымдық-құқықтық құрылымдар жатады. Аталған ұйымдар туристік саясатты қалыптастырады және қолда бар туристік ресурстарды ұтымды пайдалану және туристерге қызмет көрсетудің жоғары сапасын қамтамасыз ету кезінде адамдардың әртүрлі демалыс және саяхат түрлеріне деген әртүрлі қажеттіліктерін қанағаттандыруға бағытталған өз қызметін ұлттық, өңірлік және жергілікті деңгейлерде жүзеге асырады. Іскерлік сапар үрдісінде турист әр түрлі шығындар жұмсайды.

Іскерлік туризм саласында кешенді турларға шығындар аса көп болмайды, өйткені іскерлік іс-шараларға қатысу туристік агенттіктер атынан делдалдарды тартуды қажет етпейді. Әдетте іскерлік кездесулер туристік қызметтерді өндірушілер мен тұтынушылар арасындағы тікелей келіссөздер арқылы жүзеге асырылады немесе олардың арасындағы өзара әрекеттесудің арнайы формасын құруды талап етеді.

Шығын құрамына орналастыру, тамақтану және сусындар шығындары; жергілікті және халықаралық көлік; рекреациялық, мәдени және спорттық іс-шараларға қатысу; шопинг; сақтандыру төлемдерін, комиссиялық алымдарды және т.б. кіреді.

Туризм елдің бюджетіне пайданың едәуір бөлігін әкеліп қана қоймайды, сонымен қатар ауыл шаруашылығы, тамақ өнеркәсібі, халық кәсіпшілігі, құрылыс, көлік, мәдениет, байланыс және т.б. сияқты экономиканың көптеген салаларының дамуына және табыс табуына ықпал етеді. Осылайша, іскерлік туризмнің субъектісі мен объектісі оның әлеуметтік-экономикалық жүйесінің негізін құрайды.

**1.2 Халықаралық іскерлік туризм ұйымдары және Қазақстанның әлемдік рейтингі**

Әлемде іскерлік туризм саласында әртүрлі салалардың мамандарын біріктіретін екі жүзден астам халықаралық бірлестіктер бар. Олардың ең ауқымды және танымалдары төменде аталған (4-кесте).

IBTA - *International Business Travel Association* - Халықаралық іссапарлар қауымдастығы 25 жылдан астам уақыт бойы жұмыс істейді және Австралия, Австрия, Дания, Финляндия, Франция, Люксембург, Нидерланды, Норвегия, Испания, Швеция, Ұлыбритания және АҚШ-тан 13 ұлттық қауымдастықты біріктіреді. IBTA - бұл федерацияның бір түрі, соның арқасында іскерлік туризм саласындағы 4000-нан астам маман ұлттық қауымдастықтардың мүшелері тәжірибе алмасып, олардың қызметіне қажетті ақпаратты ала алады.

Кесте 4 – Әлем бойынша ауқымды және танымал қауымдастықтар

|  |  |
| --- | --- |
| Қауымдастықтар | Аббревиатура |
| International Business Travel Association | IBTA |
| National Business Travel Association | NBTA |
| International Congress and Convention Association | ICCA |
| International Association of Professional Congress Organisers/ | IAPCO |
| Meetings Professionals International | MPI |
| Society of Incentive & Travel Executives | SITE |
| International Association of Convention Centres | AIPC |
| International Association of Convention and Visitors Bureau | IACVB |
| International Association of Exhibition Managers | IAEM |
| Society of Incentive Travel Executives | SITE |
| Global Association of the Exhibition Industry | UFI |
| International Federation of Exhibition and Event Services | IFES |
| Professional Convention Management Association | PCMA |
| International Association of Exhibitions and Events | IAEE |
| Ескертпе – Әдебиет негізінде құралған [56-58] | |

IBTA құрамына кіретін ең ірі ұлттық қауымдастық-американдық NBTA –National Business Travel Association 2000-нан астам мүшесі бар ұлттық іскерлік саяхат қауымдастығы. Қауымдастықта мүшеліктің 2 түрі бар: толық және қауымдастырылған. Толық мүшелер (Direct members) фирмалар мен ұйымдар болып табылады, олар көбінесе өз қызметкерлерін іссапарға жібереді. Қауымдастырылған мүшелер (Allied Members) – іссапарларды ұйымдастыруға қажетті әр түрлі қызметтерді жеткізушілер.

Бүгінде қауымдастықта 1300-ге жуық Direct Members пен 750 Allied Members бар.

Direct Members арасында ірі өнеркәсіптік корпорациялар және телекоммуникациялық компаниялар (3m Company, AT & T, Ford Motor Co., Panasonic, Apple Computer, Reynolds Tobacco, Bell Helicopter, Shell Oil Co., BP Amoko, The Boing Co.); сақтандыру компаниялары (American Family Insurance, Health Care Service, Republic Mortage Insurance Corp., Insurance Specialists IPS.); консалтингтік және аудиторлық фирмалар (Andersen Consulting, KPMG, Deloitte & Touche, Price water house Coopers, Ernst & Young); банктер (Bank of America, Bank One, Deustche Bank, City Bank, The World Bank); оқу орындары - АҚШ-тың барлық ірі университеттері; қоғамдық ұйымдар (American Red Cross, American Management Ass., International Monetary Fund, World Health Organization); басқа ұйымдар, оның ішінде авиакомпаниялар, қонақ үй желілері, жер үсті тасымалдаушылары және т.б.

NBTA шеңберінде The Institute of Business Travel Management бар, оның міндеті – Қауымдастық мүшелерінің табысты жұмыс істеуі үшін қажетті іскерлік туризм бойынша зерттеулер жүргізу, осы бизнес саласы үшін кәсіпқойларды оқытуды ұйымдастыру және оған қажетті қаржылық ресурстарды іздеу.

Конгресс және көрме бизнесі саласында келесі қауымдастықтар ең танымал және жоғары беделге ие [56; 57, с. 62; 58, с. 120].

ICCA – International Congress and Convention Association - Халықаралық конгресстер мен конференциялар қауымдастығы. Штаб-пәтері Нидерландыда орналасқан. 1963 жылы халықаралық конгрестер мен конвенциялар туралы ақпарат алмасу үшін туристік агенттіктер тобын құрды. ICCA 88 түрлі елде 950-ден астам мүшені қамтиды. Мүшелер мақсатты жарнаманы, жиналыстарды басқаруды, кездесулерді қолдауды, көлік мәселелерін шешуді және т.б. қамтитын экономиканың әртүрлі секторларындағы компаниялардың түрлері бойынша бөлінеді. Компанияларды секторларға бөлудің мақсаты - саладағы іскерлік белсенділігін арттыру мақсатында ортақ аспектілері бар компаниялар арасындағы өзара байланысты қамтамасыз ету.

IAPCO – International Association of Professional Congress Organizers-конгресстердің кәсіби ұйымдастырушыларының халықаралық қауымдастығы, саны жағынан салыстырмалы түрде аз, бірақ өз мүшелерінің жоғары кәсібилігімен және оқу курсымен танымал. Штаб-пәтері Бельгияда орналасқан.

MPI – Meeting Professional International - шағын жиналыстардан бастап ірі Конгрестерге дейін әртүрлі көлемдегі іс-шараларды ұйымдастырушы мамандарды, сондай-ақ бизнестің осы саласы үшін қызмет көрсетуші ұйымдардың өкілдерін біріктіретін қауымдастық: қонақ үйлер, авиакомпаниялар және т.б. басқа қауымдастықтардан айырмашылығы корпоративтік емес, жеке мүшелікке ие. Қазіргі уақытта 15 мыңға жуық мүшесі бар. Штаб-пәтері АҚШ-та, Еуропалық филиалы - Бельгияда.

AIPC – International Association of Convention Centres-Халықаралық конгресс - орталықтар қауымдастығы - оның қазіргі уақытта 120 мүшесі бар. Мүше болып 43 әлем елдерінің жетекші конгресс-орталықтары табылады. Штаб-пәтері Бельгияда орналасқан.

IACVB-International Association of Convention and Visitors Bureau –Халықаралық конгресс бюросы қауымдастығы 1914 жылы құрылған, 32 елдің 410 мүшесі бар. Штаб-пәтері АҚШ-та. 20 мыңнан астам халықаралық ғылыми, экономикалық және саяси қауымдастықтар мен өнеркәсіптік корпорацияларға және іскерлік туризм индустриясы үшін 15 мың қызмет көрсетушіге бай деректер базасы бар.

IAEM – International Association of Exhibition Managers - халықаралық көрмені ұйымдастырушылар қауымдастығы. 3200-ден астам мүшесі бар. Штаб-пәтері АҚШ-та орналасқан.

SITE – Society of Incentive Travel Executives - инсентив-туризм басшыларының қоғамы. 1975 жылы құрылған, бүкіл әлем бойынша 23 филиалы бар. Өз мүшелерінің қызметтерін белсенді түрде насихаттайды.

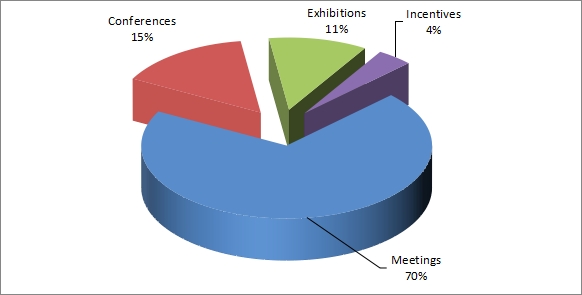
UFI-Global Association of the Exhibition Industry - Дүниежүзілік көрме индустриясы қауымдастығы, көрме индустриясы саласындағы халықаралық және Ұлттық қауымдастықтарды, сондай-ақ олардың серіктестерін қамтитын бүкіл әлем бойынша жұмыс істейтін салалық көрме индустриясы ұйымы. UFI 6 құрлықтағы 85 елдің 239 қаласында 684 ұйым мүшелерін біріктіреді. Қауымдастық 1925 жылы құрылды. Ол өз мүшелері ұйымдастырған 827-ден астам көрмелер мен экспозицияларға сапа белгісін береді. Бас кеңсе Парижде орналасқан. Аймақтық кеңселер Гонконгта және Біріккен Араб Әмірліктерінің үшінші үлкен қаласы Шарджада да бар.

IFES – International Federation of Exhibition and Event Services –халықаралық көрме және оқиға сервисі Федерациясы. Бұл көрмелер, жәрмеңкелер мен іс-шараларға дизайн, тұжырымдама, өндіріс және қызмет көрсетумен айналысатын ұлттық қауымдастықтар мен компаниялардың халықаралық қауымдастығы. IFES желілерді құру және білім алмасу арқылы халықаралық ынтымақтастық платформасын ұсынады. 1984 жылы құрылған.

PCMA – Рrofessional Convention Management Association – кәсіби Конгрессті басқару қауымдастығы іскерлік іс-шараларды, конференциялар мен конвенцияларды ұйымдастыруды ұсынады. Оның 8400-ден астам мүшесі бар және Солтүстік Американың, Еуропаның, Азияның, Таяу Шығыстың, Австралияның және Жаңа Зеландияның 37 елінде филиалдары бар.

IAEE – International Association of Exhibitions and Events – Халықаралық көрмелер мен іс-шаралар қауымдастығы 1928 жылы көрмелер мен экспозиция менеджерлерінің мүдделерін білдіру үшін ұлттық көрме менеджерлерінің қауымдастығы ретінде құрылды. Дүниежүзілік өнеркәсіптік көрмелердің жетекші қауымдастығы болып табылады.

Іскерлік саяхат пен туризмнің Бүкіләлемдік Кеңесінің (World Travel and Tourism Council, WTTC) бағалауы бойынша, 2019 жылы корпоративті іскерлік іс-сапарлар (Meetings) іскерлік туризмнің қызмет көрсетуінің жалпы көлемінің 70% құрады (6-сурет). Конгреске баратын іскерлік туристер іс-сапарының үлесі қазіргі таңда классикалық корпоративті іс-сапардан әлдеқайда төмен. Ол 15% ғана құрады. Ал көрмелер мен жәрмеңкелер (Exhibitions) 11%, инсентив турлар (Incentives) іс-сапардың 4% құрады [59].



Сурет 6 – Әлемдегі MICE – қызмет көлемінің қатынасы

Ескертпе – Әдебиет негізінде құралған [57, с. 112; 59, с. 17]

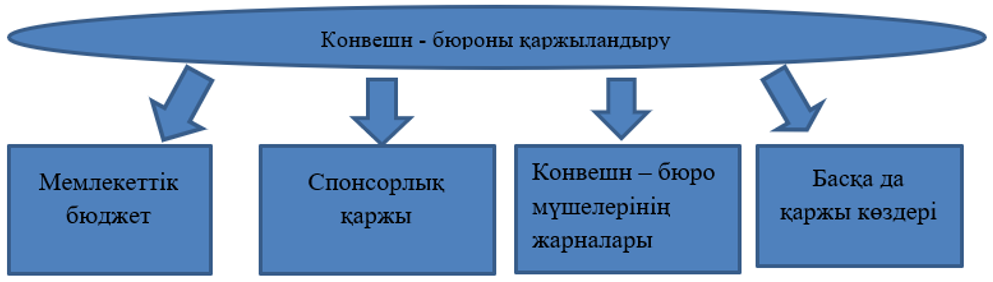
Іскерлік туризм 140 елде белсенді түрде дамып келеді. ICCA рейтингі бойынша 2019 жылы осы сегменттің халықаралық іс-шаралар өткізу бойынша елдер арасында АҚШ, Германия, Испания жетекші орында.

Іскерлік туризм әлем бойынша біркелкі дамымаған, оның негізгі лектері жоғарыда атағандай, инфрақұрлымын құру, шараларды өткізу мүмкіндігі бойынша озық әлемдік полюстер: (Батыс) Еуропа (Евроодақ), Солтүстік Америка (АҚШ), Азия-Тынық мұхиты, Оңтүстік-Шығыс Азия, Біріккен Араб Әмірлігі. Соңғы үшеуі іскерлік туризмдегі жаңа полюс. Олардың іскерлік туризмі сыртқы лек туристеріне қызмет көрсетуге бағытталған және заманауи іскерлік туризм инфрақұрлымын жасаған.

Оларға тән ерекшелік, шетел инвестициясын тарту, заманауи технология, қызмет көрсетудің жоғарғы стандарттарын қолдану есебінде іскерлік туризмді экономиканың бөлек саласы ретінде дамытқан. Luxury класына сәйкес халықаралық іскерлік туризмге бағытталу саясаты жүргізіледі.

Конгрестік және келу бюролары (Сonvention & Visit bureaus – CVBs) өңірлік және әсіресе мемлекеттік деңгейлерде нақты дестинациялық кездесулер нарығын стратегиялық дамыту, оның халықаралық имиджін жақсарту, конгрестік және көрмелік іс-шаралар өткізу, көрме-конгресс қызметін бірыңғай орталықтан – конвеншн-бюроға үйлестіру, конгрестік қызметтер нарығына инвестициялар тарту және т.б. бойынша әмбебап құрал болып табылады. Бүгінгі күнге, әлемдік MICE индустрияда 400-ден астам конвеншн-бюро бар, солардың 70% қалалық деңгейде, 17% – өңірлік және 13% – ұлттық деңгейде жұмыс істейді [58, с. 84; 60].

Осындай құрылымдардың қызметін қаржыландыру жергілікті муниципалдық органдардың бюджет қаражаты, конвеншн-бюро мүшелерінің жарнасы, демеушілік қаражат және басқа да көздер есебінен жүзеге асырылады. Конвеншн-бюроны қаржыландыру жүйесі 7-суретте көрсетілген.



Сурет 7 – Конвеншен-бюроны қаржыландыру жүйесі

Ескертпе – Әдебиет негізінде құралған [60]

Конгресс-бюролардың негізгі міндеттері іскерлік кездесулер индустриясы өнімін ілгерілету және іскерлік кездесулерді ұйымдастырудың практикалық жағын іске асыруға жәрдемдесу болып табылады. Конгресс-бюро функцияаралық үйлестірулерді жүзеге асыра отырып, әмбебап, үйлестіруші ұйымдардың функцияларын орындайды.

Конгресс-бюро:

1) іскерлік туризм жүйесінің барлық деңгейлерінде нарық ақпараттарын (MICE іс-шаралары туралы, іс-шараларға қатысушылар, туристік нарықтың инфрақұрылымы, туризм объектілері, делдалдар және т.б. туралы) формалды және формалды емес жүйелі таратуды;

2) іскерлік туризм, ивент және конгресс-көрме қызметі жүйелерінің барлық деңгейінде тұтынушылармен тікелей өзара іс-қимылды;

3) ақпараттар мен нарықтық үрдістерді талқылау үшін іскерлік туризм, ивент және конгресс-көрме қызметі нарығының әртүрлі субъектілері өкілдерінің жалпы жиналысын ұйымдастыруды;

4) іскерлік туризм, ивент және конгресс-көрме қызметі жүйесінің әртүрлі субъектілерінің нарықтық стратегиясын әзірлеуге қатысуды;

5) іскерлік туризм, ивент және конгресс-көрме қызметі жүйесін дамытуда маркетингтік стратегияны мақсатты түрде қолдануды;

6) іскерлік туризмнің кешенді қызметтерін пайдаланушыларды қанағаттандыруда әрбір функцияның үлесін шынайы бағалауды жүргізуді жүзеге асыра алады.

Дестинацияларды (Destination marketing organizations) ілгерілетуді ұйымдастыру іскерлік кездесулер индустриясы кәсіпорындарының бір түрін білдіреді, олар да маркетингтік зерттеулермен айналысады, туристік дестинацияларды дамыту жөніндегі жобаларды әзірлейді және іске асырады. Дестинацияларды басқаруды ұйымдастыруда өз қызметін ұйымдастыру нысандары бойынша ол жеке шағын және орта бизнес компанияларын, жеке мемлекеттік әріптестікті және қоғамдық ұйымдарды білдіреді.

Дестинацияларды басқару ұйымы (Destination management company) – бұл жергілікті жер туралы түсінігі, тәжірибесі мен ресурстары мол, іс-шараларды, кездесулерді, турларды, тасымалдауды және бағдарламаларды жоспарлауды әзірлеуге және жүзеге асыруға мамандандырылған кәсіби мамандар компаниясы. Осындай компанияларды қаржыландыру коммерциялық қызмет пен мемлекеттік келісімшарттар негізінде жүзеге асырылады. Ірі кәсіпорындардың қатарына жылына 20-дан астам іс-шара өткізетін DМС жатады, оның жергілікті жерлерде іс-шаралар өткізуге арналған орын-жайларды таңдайтын және резервке алатын, сондай-ақ жұмысты сапалы орындауға жауап беретін іс-шаралар менеджменттері жөніндегі департаменттері болады [14, с. 62].

Халықаралық конгресстер мен конференциялар қауымдастығы (The International Congress and Convention Association) 1963 жылы құрылған және жаһандық қауымдастық және Дүниежүзілік кездесу индустриясының білім орталығы болып табылады. Мүшелер экономиканың әртүрлі секторларындағы компаниялардың түрлері бойынша бөлінеді: мақсатты жарнама, жиналыстарды басқару, кездесулерді қолдау, көлік мәселелерін шешу және т.б. ICCA халықаралық кездесу индустриясымен және MICE саласымен өзара әрекеттесетін жетекші жеткізушілерді ұсынады және қазіргі уақытта әлемнің 100-ге жуық елінде 1100-ден астам мүше компаниялар мен ұйымдар бар.

«Kazakh Tourism» Ұлттық компаниясы АҚ және «AstanaInvest» қалалық инвестицияларды дамыту орталығы» ЖШС 2020 жылы, ал «Алматы қаласының туристік ақпараттық орталығы» ЖШС 2022 жылы ICCA мүшелері болды.

2022 жылғы 28-30 қарашада Сауд Арабиясының Эр-Рияд қаласында Дүниежүзілік туризм және саяхат кеңесінің (World Travel and Tourism Council) жаһандық саммиті өтті, оған «Kazakh Tourism» ҰК» АҚ қатысты.

WTTC жыл сайынғы саммиті туризм саласындағы ең маңызды іс-шаралардың бірі болып табылады, онда саланың әлемдік көшбасшылары мен әртүрлі елдердің үкімет өкілдері жиналады.

WTTC сонымен қатар саяхат пен туризмді дамыту индексіне сәйкес таңдалған елдерді бағалайтын Дүниежүзілік экономикалық форумның есебі үшін ел көрсеткіштерін ұсынады.

«Kazakh Tourism» ҰК» АҚ-ның WTTC мүшелерінің құрамына кіру мүмкіндігі пысықталуда [61].

Соңғы 10 жылда өткізілген іскерлік іс-шаралардың саны келесі суреттерде көрсетілген (8, 9-суреттер).

Сурет 8 – Соңғы жылдары әлемде өткізілген іскерлік

іс-шаралар саны, 2009-2019 жж.

Ескертпелер:

1. Әдебиет негізінде құралған [62]

2.2019 ж. – соңғы мәліметтер

ICCA жыл сайын өткізілген халықаралық іс-шаралар саны бойынша халықаралық конференциялар мен конгресстерді өткізу үшін ең тартымды елдер мен қалалардың рейтингін жариялайды. Іскерлік іс-шаралар үш критерий бойынша іріктеледі: кезеңділік, кем дегенде үш ел арасындағы ротация және қатысушылар саны (50-ден астам). Көрсеткіштер қалада өткізілген іскерлік іс-шаралардың саны және оларға қатысқан адамдардың саны болып табылады.

\*– мәліметтер көрсетілмеген

Сурет 9 – Соңғы жылдары Қазақстанда өткізілген іскерлік

іс-шаралар саны, 2009-2019 жж.

Ескертпе – Әдебиет негізінде құралған [60]

Алғашқы 5 орынды алып жатқан елдер, оның ішінде ТМД-ға мүше елдер мен қалалар туралы 5, 6-кестелерде мәліметтер берілген.

Кесте 5 – Іскерлік іс-шараларды өткізу бойынша елдердің рейтингі

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Орын | Ел | Іс-шаралар саны |
| 2017 жыл | | |
| 1 | АҚШ | 941 |
| 2 | Германия | 682 |
| 3 | Ұлыбритания | 592 |
| 4 | Испания | 564 |
| 5 | Италия | 515 |
| 41 | Ресей | 87 |
| 73 | Грузия | 17 |
| 82 | Украина | 13 |
| *89* | *Казақстан* | *11* |
| 94 | Әзірбайжан | 10 |
| 103 | Беларусь | 7 |
| 2018 жыл | | |
| 1 | АҚШ | 947 |
| 2 | Германия | 642 |
| 3 | Испания | 595 |
| 4 | Франция | 579 |
| 5 | Ұлыбритания | 574 |
| 42 | Ресей | 83 |
| 75 | Грузия | 18 |
| 82 | Украина | 14 |
| 85 | Әзірбайжан | 13 |
| *99* | *Казақстан* | *9* |
| 110 | Армения | 5 |
| Беларусь | 5 |
| Молдова | 5 |
| 2019 жыл | | |
| 1 | АҚШ | 934 |
| 2 | Германия | 714 |
| 3 | Франция | 595 |
| 4 | Испания | 578 |
| 5 | Ұлыбритания | 567 |
| 35 | Ресей | 117 |
| *79* | *Казақстан* | *18* |
| 84 | Украина | 15 |
| 90 | Әзірбайжан | 12 |
| 98 | Армения | 10 |
| 114 | Беларусь | 5 |
| Ескертпелер:  1. 2022 ж. мәліметтері әлі шыққан жоқ  2. Әдебиет негізінде құралған [63-65] | | |

АҚШ жиырма жылдан астам уақыт бойы халықаралық конференциялар мен конгресстердің саны бойынша көшбасшылықты сақтап келеді. Көшбасшылар тобында Германия, Испания, Ұлыбритания бар. Оларға тән ерекшелік, шетел инвестициясын тарту, заманауи технология, қызмет көрсетудің жоғарғы стандарттарын қолдану есебінде іскерлік туризмді экономиканың бөлек саласы ретінде дамытқан. Luxury класына сәйкес халықаралық іскерлік туризмге бағытталу саясаты жүргізіледі.

Кесте 6 – Іскерлік іс-шараларды өткізу бойынша қалалардың рейтингі

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Орын | Қала | Іс-шаралар саны |
| 2017 жыл | | |
| 1 | Барселона | 195 |
| 2 | Париж | 190 |
| 3 | Вена | 190 |
| 4 | Берлин | 185 |
| 5 | Лондон | 177 |
| 78 | Мәскеу | 34 |
| 86 | Санкт Петербург | 31 |
| 193 | Тбилиси | 14 |
| *286* | *Астана* | *9* |
| 325 | Киев | 7 |
| 358 | Минск | 6 |
| 2018 жыл | | |
| 1 | Париж | 212 |
| 2 | Вена | 172 |
| 3 | Мадрид | 165 |
| 4 | Барселона | 163 |
| 5 | Берлин | 162 |
| 79 | Мәскеу | 35 |
| 208 | Тбилиси | 14 |
| 302 | Киев | 8 |
| *335* | *Нұр-Сұлтан* | *7* |
| 409 | Минск | 5 |
| 2019 жыл | | |
| 1 | Париж | 237 |
| 2 | Лиссабон | 190 |
| 3 | Берлин | 176 |
| 4 | Барселона | 156 |
| 5 | Мадрид | 154 |
| 70 | Мәскеу | 39 |
| 79 | Санкт-Петербург | 36 |
| *221* | *Нұр-Сұлтан* | *12* |
| 307 | Киев | 8 |
| *337* | *Алматы* | *6* |
| 424 | Минск | 5 |
| Ескертпелер:  1. 2022 ж. мәліметтері әлі шыққан жоқ.  2. Әдебиет негізінде құралған [63; 64; 65] | | |

ТМД елдері әлемдік көшбасшылардан едәуір артта қалып Ресей ғана жақсы көрсеткіштер көрсетуде. Қазақстан 2019 жылы өзінің жағдайын алдыңғы, 2018 жылмен салыстырғанда бірден 20 позицияға (тиісінше 99 және 79 орын) жақсартты.

Іскерлік іс-шараларды өткізу бойынша қалалардың рейтингі төмендегі кестеде көрсетілген.

Париж екі жыл қатарынан (2018, 2019) іскерлік іс-шараларды өткізу бойынша ең танымал қалалар рейтингінде бірінші орынды иеленді. 2017 ж. Париж мен Вена екінші орынды бөлісті (содан кейін екі қалада да 190 кездесу өтті). 2017 жылғы көшбасшы Барселона 2018 ж. төртінші орынға түсіп, Мадрид 2015 жылдан бері бірінші рет үшінші орынға ие болды. Берлин тағы да үздік 5-ке жетті, бірақ 2017 жылдан бастап төртінші орыннан бесінші орынға төмендеді. ТМД қалалары өткізілетін іс-шаралар саны бойынша көшбасшылардан бірнеше есе артта қалды. ТМД қалалары арасында көшбасшы - Мәскеу. Елордамыз 2019 жылы тарихымызда ең үздік орынға ие болды – 221 орын, 2018 ж. салыстырғанда (335 орын) 114 позицияға көтерілді. 2019 ж. рейтингте екінші қазақстандық қала – Алматы - пайда болды - 337 орын.

2019 ж. Қазақстанда 18 халықаралық ассоциациялардың шаралары өткізіліп, ел экономикасының 6 млн долл. мөлшерін құрады, оның 12-сі - Нұр-Сұлтан қаласында, 6 - Алматыда өтті [8].

Пандемия тудырған жағдайларға байланысты ICCA 2020 жылы жыл сайынғы елдер/қалалар рейтингін жарияламады. Кездесулер өзгертілмеген, кейінге қалдырылған, біріктірілген, жойылған, ауыстырылған (басқа жерге), виртуалды деп жіктелді.

Пандемияға дейінгі кезеңде ICCA-ның елдер/қалалар бойынша рейтингі тек сол жерде өткізілген кездесулерді, яғни "әсер етпеген, өзгермеген" кездесулерді қамтыды.

Алайда, пандемияға байланысты «зардап шекпеген» кездесулердің пайызы 10%-дан аз. Бұл мәселені шешу үшін ICCA дестинациялардың COVID-ті жеңуге, бейімделуге және оқиғаларды виртуалды/гибридті іс-шараларға айналдыруға арналған технологиялық мүмкіндіктерге қатысты күш-жігерін мойындау және марапаттау үшін дестинацияның тиімділік индексін (DPI) әзірледі, осылайша бизнестің үздіксіздігін сақтай алды.

2021 жылы ICCA тек үздік 50-ге енген елдер мен қалалардың рейтингін жариялады (7-кесте).

Кесте 7 – Тиімділік индексі (DPI) үздік 50-ге енген алғашқы бес дестинация, 2021 ж.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Орын | Дестинация | Жоспарлан-ған | Өзгеріссіз | Вирту-алды | Бірікті-рілген | Сандық | Бизнестің үздіксіздігі |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| Елдер | | | | | | | |
| 1 | АҚШ | 512 | 32 | 268 | 54 | 322 | 354 |
| 2 | Испания | 369 | 38 | 173 | 52 | 225 | 263 |
| 3 | Германия | 354 | 31 | 177 | 42 | 219 | 250 |
| 4 | Франция | 331 | 30 | 128 | 48 | 176 | 206 |
| 5 | Италия | 331 | 18 | 165 | 46 | 211 | 229 |
| Қалалар | | | | | | | |
| 1 | Вена | 113 | 9 | 61 | 22 | 83 | 92 |
| 2 | Лиссабон | 123 | 7 | 59 | 25 | 84 | 91 |
| 7-кестенің жалғасы | | | | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3 | Афина | 87 | 10 | 40 | 16 | 56 | 66 |
| 4 | Барселона | 90 | 9 | 41 | 13 | 54 | 63 |
| 5 | Сингапур | 102 | 3 | 56 | 13 | 72 | 75 |
| Ескертпе – Әдебиет негізінде құралған [66] | | | | | | | |

Рейтингке Қазақстан мен еліміздің қалалары кірмеген.

Дүниежүзілік экономикалық форумның (ДЭФ) 2019 жылғы туризм саласындағы әртүрлі елдердің бәсекеге қабілеттілігін бағалауы 8-кестеде көрсетілген.

Кесте 8 – Туризм үшін елдердің тартымдылығын бағалау, 2019 ж.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Орын | Ел | Көрсеткіштер | | | | | | | | |
| жалпы балл | іскерлік орта | қауіпсіздік | денсаулық және  гигиена | адами ресурстар | саяхатпен  туризм бойынша ба-сым бағыттары | халықаралық ашық-тық | табиғи ресурстар | мәдени ресурстар және іссапарлар |
| 1 | Испания | 5,4 | 4,5 | 6,1 | 6,2 | 4,9 | 5,9 | 3,9 | 4,8 | 6,7 |
| 2 | Франция | 5,4 | 4,8 | 5,7 | 6,5 | 5,1 | 5,1 | 4,2 | 4,9 | 6,8 |
| 3 | Германия | 5.4 | 5,4 | 5,8 | 7,0 | 5,7 | 5,0 | 4,3 | 4,1 | 6,5 |
| 4 | Жапония | 5,4 | 5,4 | 6,2 | 6,4 | 5,3 | 5,3 | 4,6 | 4,1 | 6,5 |
| 5 | АҚШ | 5,3 | 5,8 | 5,6 | 5,8 | 5,8 | 5,5 | 4,0 | 5,0 | 4,7 |
| 6 | Ұлыбритания | 5,2 | 5,8 | 5,8 | 5,8 | 5,5 | 4,9 | 4,2 | 4,4 | 5,6 |
| 7 | Австралия | 5,1 | 5,1 | 5,1 | 6,2 | 5,1 | 5,3 | 4,9 | 5,5 | 4,4 |
| 8 | Италия | 5,1 | 4,0 | 4,0 | 6,3 | 4,6 | 4,8 | 4,1 | 4,9 | 6,5 |
| 9 | Канада | 5,1 | 5,2 | 5,2 | 5,7 | 5,5 | 5,1 | 3,6 | 4,8 | 4,0 |
| 10 | Швейцария | 5,1 | 6,0 | 6,4 | 6,5 | 5,8 | 5,6 | 4,1 | 3,7 | 2,8 |
| 80 | *Казақстан* | 3,7 | 4,7 | 5,6 | 6,5 | 4,7 | 4,3 | 2,5 | 2,6 | **1,7** |
| Ескертпе – Әдебиет негізінде құралған [67] | | | | | | | | | | |

Іскерлік туристер үшін 140 елдің ішіндегі ең тартымдысы Испания, Франция, Германия, Жапония (5,4 ұпай) және АҚШ (5,3 ұпай) болып танылды. Қазақстан 3,7 балл жинап, 80-ші орынға тұрақтады [67].

Туризм үшін тартымдылықта бірінші орында тұрған Испания «саяхат және туризм бағыттарының басымдығы» көрсеткіші бойынша жетекші орында. Франция «денсаулық және гигиена», «Табиғи ресурстар», «мәдени ресурстар және іссапарлар» сияқты көрсеткіштер бойынша бәсекелес елдерді басып озды. Швейцария 10-шы орында тұрса да, «іскерлік орта», «қауіпсіздік», «денсаулық және гигиена», «адами ресурстар» бойынша 4-ші орында.

Қазақстан бұл рейтингте Франция мен Швейцариямен «денсаулық және гигиена» көрсеткіші бойынша 6,5 балл бойынша көш бастап тұр. Алайда, жалпы алғанда, біздің еліміз көшбасшы елдерден едәуір артта қалып, 80-ші орында тұрақтады. Сарапшылардың пікірінше, Қазақстанның «мәдени ресурстар және іскерлік сапарлар» көрсеткіші бойынша позициясы төмен - небәрі 1,7 балл, ал Францияда – 6,8 балл.

«Мәдени ресурстар және іскерлік сапарлар» көрсеткіші елдегі іскерлік туризмнің жай-күйін сипаттайды. Біздің зерттеулеріміз көрсеткендей, Қазақстанға осы көрсеткішті жақсарту және жалпы елдегі іскерлік туризмнің жұмыс істеуін жетілдіру бойынша үлкен және жауапты жұмыс күтіп тұр.

Бірқатар көрсеткіштер бойынша, атап айтқанда, «Мәдени ресурстар және іскерлік саяхат» Қазақстан өзінің көрсеткішін алдыңғымен салыстырғанда 10 позицияға жақсартты. «Туристік сервис инфрақұрылымы» көрсеткіші бойынша – 7 позицияға, «Бағалардың бәсекеге қабілеттілігі», «Жер үсті және порт инфрақұрылымы» – 4-ке, «Табиғи ресурстар» – 3-ке, «Туризмнің басымдылығы» – 2 позицияға жақсартты.

Дегенмен, өкінішке орай позициялардың төмендеуі де байқалды: «Экологиялық тұрақтылық» – 19-ға, «Қолайлы бизнес-орта» – 13-ке, «Адами ресурстар және еңбек нарығы» – 10-ға, «ИКТ дайындығы» – 8-ге, «Денсаулық және гигиена» – 6-ға, «Қауіпсіздік және құқық тәртібі» 5-ке, «Әуе көлігі бойынша инфрақұрылым» – 4 позицияға (9-кесте).

Кесте 9 – Дүниежүзілік экономикалық форумның туризм мен саяхаттардың бәсекеге қабілеттілік рейтингіндегі Қазақстанның позициясы

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Көрсеткіштер | 2017 | 2019 | Өзгеруі |
| Туризм мен саяхаттың бәсекеге қабілеттілік рейтингі | 81 | 80 | Жақсарту  1 тармаққа |
| *Көрсеткіштер есебінен рейтингті жақсарту:* | | | *Жоғарылау* |
| Мәдени ресурстар және іскерлік саяхат | 75 | 65 | 10 тармаққа |
| Туристік сервис инфрақұрылымы | 97 | 90 | 7 тармаққа |
| Бағалардың бәсекеге қабілеттілігі | 8 | 4 | 4 тармаққа |
| Жер үсті және порт инфрақұрылымы | 91 | 87 | 4 тармаққа |
| Табиғи ресурстар | 92 | 89 | 3 тармаққа |
| Туризмнің басымдылығы | 93 | 91 | 2 тармаққа |
| *Көрсеткіштер есебінен рейтингтің нашарлауы:* | | | *Төмендеу* |
| Экологиялық тұрақтылық | 99 | 118 | 19 тармаққа |
| Қолайлы бизнес-орта | 36 | 49 | 13 тармаққа |
| Адами ресурстар және еңбек нарығы | 47 | 57 | 10 тармаққа |
| ИКТ дайындығы | 52 | 60 | 8 тармаққа |
| Денсаулық және гигиена | 6 | 12 | 6 тармаққа |
| Қауіпсіздік және құқық тәртібі | 58 | 63 | 5 тармаққа |
| Әуе көлігі бойынша инфрақұрылым | 71 | 75 | 4 тармаққа |
| Халықаралық ашықтық | 113 | 113 | өзгеріссіз |
| Ескертпе – Әдебиет негізінде құралған [67] | | | |

Рейтингте заңнама мен инфрақұрылымнан басқа Қазақстанда туризмнің әлсіз маркетингі байқалады. Мәселен, Қазақстанға туристерді тарту үшін маркетинг пен брендинг тиімділігінің көрсеткіші және елдің бренд-стратегиясының рейтингі бойынша Қазақстан Республикасы тек 99-орында тұр [67].

2021 жылы Дүниежүзілік экономикалық форум «Саяхат пен туризмнің бәсекеге қабілеттілік» индексін «Саяхат пен туризмді дамыту» индексімен алмастырды. Индексті санау формасына кейбір өзгерістер енгізілді. «Саяхат пен туризмді дамыту» индексі мен «Саяхат пен туризмнің бәсекеге қабілеттілік» индексі арасындағы құрылым мен әдістемедегі ең маңызды айырмашылықтардың кейбірі жаңа компоненттерді, соның ішінде әлеуметтік-экономикалық тұрақтылықты, туризмнің қоршаған ортаға әсерін қатарға қосты және туристерді тарту үшін маркетинг пен брендингтің тиімділігі сияқты кейбір компоненттерді алып тастады [68].

Қазақстан рейтингтегі позициясын жақсартып, 117 елдің ішінен 66-шы орынды иеленді (10-кесте). Осы рейтингтегі қолбасшы 10 елдің қатарына Жапония, АҚШ, Испания, Франция, Германия, Швейцария, Австралия, Ұлыбритания, Сингапур, Италия сияқты елдер кірді. Жаңартылған рейтингте 23 ел ескерілмеген, оның ішінде посткеңестік елдерден Ресей мен Украина ғана бар.

Баяндамада жаңартылған рейтинг бес индекстен, 17 негізгі көрсеткіштен (+3 жаңа) және әртүрлі негізгі көрсеткіштерге бөлінген 112 жеке көрсеткіштен тұрады. "Қайта қаралған индекс әр елдің/экономиканың күшті жақтары мен даму бағыттары туралы бірегей ақпарат беру арқылы саланың болашақ дамуына ықпал ету үшін саясатты (туризм саласында) қалыптастыратындар үшін стратегиялық салыстырмалы талдау құралы ретінде қызмет етеді", – делінген Жекелеген ішкі индекстер бойынша жалпы рейтингте елдің жоғары әлеуеті байқалады.

Мысалы, баға бәсекеге қабілеттілігі бойынша Қазақстан 1-ші орында. Бағаның бәсекеге қабілеттілігі белгілі бір елге сапарлардың немесе инвестициялардың қаншалықты қымбат екенін өлшейді. Елге саяхаттауға байланысты төмен шығындар оның көптеген саяхатшылар үшін тартымдылығын арттырады, сонымен қатар оның туристік секторын инвесторлар үшін тартымды етеді.

Осы құрамдас бөлікте ескерілетін баға бәсекеге қабілеттілігінің аспектілеріне мыналар жатады: әуе билеттеріне және әуежай алымдарына салынатын салықтар, олар әуе билеттерін едәуір қымбаттатуы мүмкін (5 орын); қонақ үйлердің салыстырмалы құны және қысқа мерзімді тұрғын үйді жалға алу (12 орын); сатып алу қабілеттілігі паритетімен ұсынылған өмір сүру құны (20 орын); және жанармай шығындары сапар құнына тікелей әсер етеді (4 орын) [69].

Кесте 10 – ТОП-10 және Қазақстанның Саяхат және туризмнің дамуы индексі, 2021 жыл

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Ел | Орын | Жұмыс ортасы | | | | | Туризм үшін саясат және қо лайлы жағдайлар | | | Инфрақұрылым | | | Туристік сұранысты ілгерілету үшін қозғаушы күш | | | Туризмнің тұрақтылығы | | |
| Ұпайлар | Бизнес- орта | Қауіпсіздік | Денсаулық және гигиена | Адами ресурстар және еңбек нарығы | Ақпараттық техноло-  гиялардың және коммуни-кациялардың қолжетімділігі | Туризм индустриясы үшін басымдық деңгейі | Халықаралық ашықтық дәрежесі | Баға бойынша бәсекеге қабі-леттілік | Авиациялық инфрақұрылым | Жер үсті және порт инфрақұрылымы | Туристік қызмет инфрақұрылымы | Табиғи ресуртар | Мәдени ресурстар | Көңіл көтермейтін ресурстар | Экологиялық тұрақтылық | Әлеуметтік-экономикалық тұрақтылық | Туристік сұраныстың әсері |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 |
| Жапония | 1 | 15 | 15 | 9 | 31 | 29 | 42 | 39 | 96 | 4 | 6 | 28 | 12 | 4 | 3 | 38 | 11 | 41 |
| 5,2 | 5,0 | 6,1 | 6,1 | 4,8 | 5,8 | 4,3 | 4,7 | 4,2 | 5,6 | 6,3 | 4,5 | 4,9 | 6,4 | 6,2 | 4,3 | 5,7 | 4,3 |
| АҚШ | 2 | 7 | 68 | 48 | 2 | 7 | 40 | 27 | 110 | 2 | 24 | 7 | 4 | 11 | 1 | 56 | 44 | 3 |
| 5,2 | 5,4 | 5,4 | 5,3 | 5,8 | 6,1 | 4,3 | 5,1 | 3,6 | 5,8 | 4,7 | 5,7 | 6,2 | 5,1 | 6,4 | 4,1. | 4,5 | 4,9 |
| Испания | 3 | 47 | 18 | 25 | 38 | 17 | 22 | 5 | 90 | 8 | 16 | 3 | 11 | 3 | 11 | 39 | 25 | 81 |
| 5,2 | 4,2 | 6,0 | 5,8 | 4,7 | 5,9 | 4,6 | 5,8 | 4,4 | 5,3 | 5,1 | 6,1 | 5,1 | 6,5 | 4,9 | 4,3 | 5,3 | 3,8 |
| Франция | 4 | 29 | 47 | 6 | 30 | 20 | 79 | 7 | 101 | 10 | 10 | 13 | 9 | 7 | 9 | 14 | 10 | 108 |
| 5,1 | 4,7 | 5,6 | 6,2 | 4,9 | 5,9 | 3,9 | 5,7 | 4,0 | 5,1 | 5,6 | 5,4 | 5,4 | 5,9 | 5,1 | 4,7 | 5,7 | 3,4 |
| Германия | 5 | 36 | 49 | 2 | 22 | 34 | 54 | 1 | 98 | 9 | 14 | 21 | 32 | 6 | 7 | 13 | 8 | 73 |
| 5,1 | 4,8 | 5,6 | 6,5 | 5,0 | 5,7 | 4,2 | 5,9 | 4,1 | 5,1 | 5,4 | 4,9 | 3,4 | 5,9 | 5,2 | 4,7 | 5,9 | 3,9 |
| Швейцария | 6 | 2 | 4 | 5 | 1 | 6 | 34 | 13 | 115 | 16 | 3 | 15 | 44 | 34 | 12 | 3 | 14 | 65 |
| 5,0 | 5,7 | 6,5 | 6,3 | 6,0 | 6,2 | 4.4 | 5,4 | 2,8 | 4,9 | 6,5 | 5,3 | 3,0 | 2,9 | 4,6 | 5,2 | 5,6 | 4,0 |
| Австралия | 7 | 24 | 24 | 21 | 24 | 16 | 43 | 25 | 112 | 17 | 47 | 11 | 1 | 15 | 6 | 65 | 26 | 4 |
| 5,0 | 4,9 | 5,9 | 5,9 | 4,9 | 5,9 | 4,2 | 5,2 | 3,6 | 4,9 | 3,8 | 5,6 | 6,4 | 4,1 | 5,3 | 4,0 | 5,3 | 4,9 |
| 10-кестенің жалғасы | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 |
| Ұлыбри тания | 8 | 21 | 44 | 17 | 20 | 15 | 76 | 8 | 116 | 7 | 15 | 20 | 29 | 9 | 5 | 8 | 27 | 31 |
| 5,0 | 4,9 | 5,6 | 5,9 | 5,0 | 5,9 | 3,9 | 5,7 | 2,8 | 5,3 | 5,3 | 5,0 | 3,6 | 5,2 | 5,7 | 4,9 | 5,3 | 4,4 |
| Сингапур | 9 | 1 | 1 | 47 | 4 | 13 | 1 | 3 | 79 | 3 | 2 | 60 | 101 | 43 | 18 | 58 | 22 | 23 |
| 5,0 | 5,9 | 6,8 | 5,3 | 5,5 | 6,0 | 5,6 | 5,8 | 4,9 | 5,7 | 6,6 | 3,7 | 1,6 | 2,6 | 4,4 | 4,0 | 5,4 | 4,5 |
| Италия | 10 | 59 | 52 | 16 | 34 | 42 | 55 | 12 | 100 | 19 | 18 | 6 | 15 | 1 | 19 | 40 | 20 | 91 |
| 4,9 | 3,9 | 5,5 | 6,0 | 4,8 | 5,5 | 4,2 | 5,5 | 4,0 | 4,8 | 4,8 | 5,8 | 4,8 | 6,5 | 4,3 | 4,3 | 5,4 | 3,7 |
| *Қазақстан* | *66* | 90 | 77 | 33 | 59 | 62 | 68 | 103 | 1 | 73 | 80 | 76 | 33 | 63 | 61 | 104 | 34 | 52 |
| *3,9* | 3,5 | 5,1 | 5,6 | 4,3 | 5,0 | 4,0 | 2,4 | 6,6 | 2,9 | 3,1 | 3,1 | 3,4 | 2,2 | 2,3 | 3,6 | 4,8 | 4,2 |
| Ескертпе – Әдебиет негізінде құралған [68] | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Қазақстанда туризмді дамыту бойынша жоғары әлеует рейтингтің келесідей көрсеткіштерінде байқалды: туризм саласындағы еңбек нарығының субиндексі бойынша ел 59 – орынды; мәдени ресурстар көрсеткіші бойынша – 63 – орынды; ЮНЕСКО-ның Бүкіләлемдік Мәдени мұра объектілерінің саны бойынша-42-орында, халықаралық келулердің маусымдылығы бойынша (26 орын) шетелдік туристердің болу ұзақтығы бойынша (52 орын) мәдени көрікті жерлерге қызығушылық бойынша (37 орын).

Бұдан басқа, «Туризм саласына басымдық беру» (+15, 68 орын) (елдің бренд стратегиясының рейтингі және т. б. көрсеткіштер) сияқты бағыттар бойынша оң динамика байқалады, осы көрсеткіш бойынша Қазақстан Малайзия, Польша, Катар, Әзірбайжан, Қырғызстан, «Халықаралық ашықтық» (+4, 103 орын) рейтингінде жоғары (визалық талаптар, қаржылық ашықтық дәрежесі және т.б.), «Табиғи ресурстар» (+2, 33 орын) (табиғатта демалуға цифрлық сұранысты ұлғайту; қорғалатын аумақтардың жалпы алаңы және т.б.), «Туристік қызметтер инфрақұрылымы» (+2, 76 орын) (орналастыру орындарындағы бөлмелер саны, банкоматтар саны және т.б.), Әзірбайжан, Индонезия және Египет сияқты елдердің алдына шықты.

Сонымен қатар есепте сұраныс динамикасының өзгеруі бейімделу мүмкіндіктері мен қажеттілігін тудырды делінген. Мысалы, ішкі және экологиялық туризмнің белсенді өсуі, цифрлық көшпенділер (digital nomads) және «bleisure», яғни іскерлік сапарды болу орнындағы демалыспен сабақтастыратын бизнес-туристер санының өсуі байқалады.

Еуропада және АҚШ-та іскерлік кездесулер индустриясы институционалдық құрылым қалыптастыруды аяқтады. ТМД елдерімен қатар Қазақстанда да іскерлік кездесулер индустриясының институционалдық құрылымы қалыптасуда, іскерлік туризм кәсіпорындары қызметін бірыңғай даму бағдарламасы шеңберінде біріктіруге арналған конгресс бюролар желісі қалыптасқан жоқ.

**1.3 Іскерлік туризмді дамытудың әлемдік тәжірибесі**

Пандемияға дейін саяхат пен туризм (олардың тікелей, жанама және индукциялық әсерін қоса алғанда) әлемде құрылған барлық 4 жаңа жұмыс орнының 1-ін, барлық жұмыс орындарының 10,3% – (333 миллион) және әлемдік ЖІӨ-нің 10,3% – (9,6 триллион доллар) құрады). Шетелдік келушілердің шығындары 2019 жылы 1,8 трлн долларды құрады (экспорттың жалпы көлемінің 6,8%).

WTTC (World Travel and Tourism Council - Дүниежүзілік туризм және саяхат кеңесі) бойынша соңғы жыл сайынғы зерттеулер келесідей [1].

Шамамен 4,9 триллион доллар шығыннан кейін. 2020 жылы (50,4%-ға төмендеу), ЖІӨ-ге саяхат пен туризмнің үлесі 2021 жылы 1 трлн долларға өсті (өсім 21,7%).

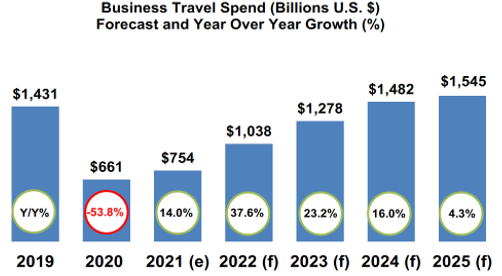
2019 жылы әлемдік ЖІӨ-дегі саяхат және туризм секторының үлесі 10,3% құрады. Ұтқырлық шектеулерінің жалғасуына байланысты бұл көрсеткіштің мәні 2020 жылы 5,3%-ға дейін төмендеді, ал 2021 жылы үлес 6,1%-ға дейін өсті.

2020 жылы 62 миллион жұмыс орны жабылды, бұл 18,6% төмендеді, яғни бүкіл әлемде 271 миллион жұмыс орнын қалдырды, 2019 жылғы 333 миллион жұмыс орнымен салыстырғанда.

Жалпы алғанда, саяхат пен туризмнің әлемдік ЖІӨ-ге қосқан үлесі 5,81 трлн долларды құрады. 2021 жылы бұл шамамен 1 трлн долларға өсуді білдіреді. 2020 жылмен салыстырғанда, бірақ пандемияға дейінгі көрсеткіштерден төмен болуда.

COVID-19 пандемиясының салдары ұлттық шекаралардың ашылуының кешеуілдеуіне, компаниялар мен іскер саяхатшылардың сапарларда әдеттегі қызметін қайта бастауға деген құлықсыздығына, сондай-ақ жойылған немесе онлайн режиміне немесе аралас формаға ауыстырылған ауқымды кездесулер мен іс-шараларға әкелді. Бұл жағдай 2021 жылдың екінші және үшінші тоқсандарында жалғасты және 2020 жылғы деңгейден 14%-ға жаһандық іссапар шығындарының қалпына келуімен аяқталды.

10-суретте 2019 жылдан бастап 2025 жылға дейінгі жылдарға арналған іскерлік саяхат шығындарын ұсынады (болжам). Егер пандемияға дейін 2019 жылы іссапар шығындары 1431 млрд. долл.-ды құраса, содан кейін белгілі себептерге байланысты 2020 жылы шығындар 53,8%-ға күрт төмендеп, 661 млрд долл. болды. Келесі, 2021 жылы шығындар шамалы болса да, 14,0%-ға өсіп, 754 млрд долл. 2022 жылдан бастап WTTC бұл көрсеткіштің өсуін болжайды: 2022 жылы – 37,6%-ға (1038 млрд. долл.), 2023 ж. – 23,2%-ға (1278 млрд. долл.), 2024 ж. – 16,0% (1482 млрд долл.), 2025 ж. – 4,3% (1545  лрд. долл.).



Сурет 10 – Іссапар шығындары (млрд долл.)

Ескертпе – Әдебиет негізінде құралған [1]

Іскерлік сапарларды қалпына келтіру әр елдегі жағдайға байланысты әр түрлі болды: вакцинация жағдайы, ұлттық саяхат саясаты және халықаралық іскерлік сапарларға салыстырмалы тәуелділік. Оны Солтүстік Америка қалпына келтіруді басқарды, атап айтқанда АҚШ, 2021 жылы Латын Америкасындағы, Таяу Шығыстағы, Африкадағы және Азия-Тынық мұхиты аймағындағы (АТР) іскерлік саяхат нарықтарында 27% қалпына келді, 2021 жылы өсім 15%-дан 20%-ға дейін болды. 2021 жылы еуропалық нарықтар басқа аймақтардан артта қалып, тек 10%-ға өсті.

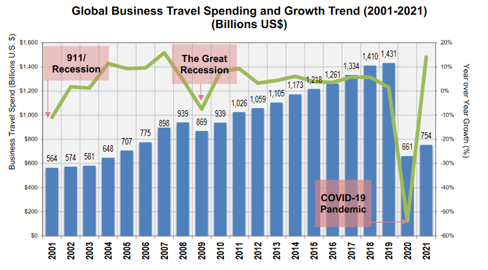
WTTC 2022 жылы тұрақты қалпына келтіруді күтеді, бұл іскер саяхатшылар мен туризм менеджерлері арасындағы салыстырмалы түрде күшті көңіл-күйге ықпал етеді. WTTC шекаралардың ашылуының кешігуіне және көптеген Азия нарықтарына халықаралық іссапарларға тәуелділіктің жоғары деңгейіне байланысты АТР-да баяу қалпына келуді күтуде. Бұл пікір GBTA1-дің жақында жүргізген сауалнамасында көрсетілген, оған сәйкес АТР іскер саяхатшыларының 29%-ы қалпына келтіру екі жыл немесе одан да көп уақытты алады деп күтеді.

Латын Америкасындағы іскерлік сапарлар салыстырмалы түрде жақсы жұмыс істейді, бұл мемлекеттік шектеулердің аздығымен, саяхатшылардың іссапарға оралуға деген ұмтылысы мен сенімділігімен байланысты. Бірақ, мемлекеттік қарыздың өсуінің, несиелік ұпайлардың төмендеуінің, пайыздық мөлшерлемелердің ықтимал өсуінің және вакцинация деңгейінің төмендеуінің негізгі шарттары алдағы бірнеше жылда Латын Америкасына іскерлік сапарларға қауіп төндіреді.

Іскерлік сапарларды қалпына келтіру әлі де салаға байланысты.

Кәсіптік және іскерлік қызметтер мен жылжымайтын бағыттардағы іс-сапар шығындары тұрақты болды, ал басқалары, мысалы, көтерме сауда қиынға соқты. Пандемия кезінде қатты зардап шеккен тұрғын үй және тамақтану қызметтері, өнер, ойын-сауық және демалыс және бөлшек сауда салалары болжамды кезеңде күрт қалпына келеді деп күтілуде.

2020 жылы әлемдік шығыстар 53,8%-ға төмендеген яғни 661 млрд. долларға дейін, ал 2021 жылы 14%-ға өскен яғни 754 млрд. долларға дейін (11-сурет).



Сурет 11 – Іссапарларға арналған әлемдік шығындар

Ескертпе – Әдебиет негізінде құралған [1]

2022 жылы іссапарларға арналған әлемдік шығыстардың 38%-ға, 1 трлн. АҚШ долларынан асатын мәнге дейін өсуі болжануда. Қалпына келтіру 2023 жылы жалғасады, әлемдік шығындар 23%-ға өседі, өйткені халықаралық және топтық саяхаттар желіге қайта оралады. 2024 жылы әлемдік іссапарлар толығымен қалпына келеді деп күтілуде, пандемиялық шығындарға дейін 1,4 трлн. 2025 жылы іссапарлардың жаһандық өсуінің 4,3%-ға дейін баяулауы болжануда, бұл оның орташа ұзақ мерзімді өсу қарқынынан сәл төмен және жыл соңына дейін 1,5 трлн. АҚШ долларын құрайды.

Кесте 11 – Әлемдік іскерлік туризмнің үздік 15 нарығының BTI индекс көрсеткіштерінің болжамы, 2019-2025 жж.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Елдер | 2021 жыл дәреже | 2019 жыл | 2020 жыл | 2021 жыл | 2022 жыл | 2023 жыл | 2024 жыл | 2025 жыл |
| Қытай | 1 | 689 | 404 | 532 | 608 | 669 | 723 | 757 |
| Өсу, % | 0,9 | -41,4 | 31,7 | 14,4 | 10,0 | 8,0 | 4,8 |
| АҚШ | 2 | 134 | 52 | 68 | 99 | 123 | 144 | 149 |
| Өсу, % | 2,7 | -61,1 | 30,2 | 46,3 | 24,3 | 16,6 | 3,8 |
| Германия | 3 | 200 | 77 | 71 | 125 | 169 | 205 | 210 |
| Өсу, % | 1,1 | -61,6 | -7,4 | 75,5 | 35,3 | 21,5 | 2,2 |
| Франция | 4 | 159 | 69 | 70 | 108 | 139 | 164 | 169 |
| Өсу, % | 2,0 | -56,6 | 1,3 | 55,3 | 28,3 | 18,0 | 2,9 |
| Жапония | 5 | 114 | 49 | 31 | 65 | 98 | 130 | 134 |
| Өсу, % | 0,4 | -57,2 | -36,7 | 109,9 | 51,4 | 32,0 | 3,4 |
| Ұлыбритания | 6 | 145 | 58 | 48 | 89 | 125 | 156 | 163 |
| Өсу, % | 2,1 | -60,0 | -17,0 | 85,7 | 40,0 | 24,9 | 4,4 |
| Ундістан | 7 | 452 | 188 | 161 | 252 | 343 | 426 | 474 |
| Өсу, % | 4,8 | -58,5 | -14,2 | 56,4 | 36,0 | 24,2 | 11,5 |
| Бразилия | 8 | 249 | 111 | 108 | 150 | 199 | 236 | 248 |
| Өсу, % | 2,1 | -55,5 | -2,4 | 38,3 | 33,0 | 18,4 | 5,2 |
| Италия | 9 | 124 | 47 | 45 | 79 | 106 | 133 | 136 |
| Өсу, % | -1,3 | -62,3 | -3,9 | 74,9 | 36,9 | 23,5 | 2,4 |
| Оңт.Корея | 10 | 177 | 70 | 60 | 104 | 141 | 173 | 179 |
| Өсу, % | -1,3 | -60,5 | -13,2 | 72,1 | 35,8 | 22,7 | 3,0 |
| Испания | 11 | 165 | 71 | 80 | 119 | 149 | 173 | 179 |
| Өсу, % | 0,9 | -57,3 | 12,9 | 49,2 | 25,3 | 16,0 | 3,6 |
| Түркия | 12 | 199 | 132 | 141 | 155 | 165 | 170 | 177 |
| Өсу, % | 4,5 | -33,6 | 6,9 | 9,8 | 6,7 | 3,1 | 4,2 |
| Канада | 13 | 164 | 75 | 67 | 1,9 | 144 | 173 | 177 |
| Өсу, % | 0,3 | -54,5 | -9,8 | 61,9 | 32,0 | 20,1 | 2,4 |
| Австралия | 14 | 184 | 72 | 80 | 119 | 154 | 179 | 181 |
| Өсу, % | 1,1 | -60,2 | 11,4 | 48,4 | 29,1 | 16,1 | 1,4 |
| Ресей | 15 | 221 | 87 | 112 | 142 | 174 | 200 | 209 |
| Өсу, % | 2,0 | -60,2 | 29,6 | 26,3 | 23,0 | 14,6 | 4,7 |
| GBTA Global BTI |  | 202 | 93 | 107 | 147 | 181 | 210 | 218 |
| Өсу, % |  | 1,5 | -53,8 | 14,0 | 37,6 | 23,2 | 16,0 | 4,3 |
| Жаһандық сату индексі |  | 197 | 190 | 223 | 238 | 252 | 265 | 279 |
| Ескертпе – Әдебиет негізінде құралған [1] | | | | | | | | |

11-кестеде 2019-2025 жылдардағы әлемдік іскерлік туризмнің 15 жетекші нарықтарының арасында BTI (Business Travel Index - іскерлік саяхат индексі) көрсеткіштері көрсетілген. Кейбір елдерде көрсеткіштер 2021 жылы одан да төмендейді, содан кейін 2022 жылы күрт секіріс болады деп мәлімдейді. Іскерлік сапарлардың 2019 жылғы пандемиялық деңгейге дейін күтілетін қалпына келуі елдегі жағдайға байланысты. 2024 жылға қарай 9 елдің, 2025 жылға қарай екі елдің көрсеткіштері қалпына келеді деп болжануда.

WTTC өз зерттеулерінде әлемдік іскерлік сапарларды толық қалпына келтіру үшін қажетті 4 шартты көрсетеді [1].

1-ші шарт – әлемдік ауқымдағы вакцинация бойынша күш-жігер. Іскерлік сапарларды қалпына келтіру қарқыны мен бағыттарын анықтайтын ең маңызды фактор әлем халқын вакцинациялау бойынша күш-жігер болып қала беретіні сөзсіз.

2-ші шарт – ұлттық саяхат саясаты. Іскерлік туризмді толығымен қалпына келтіру үшін қажет екінші маңызды шарт-адамдарға өз елдері арқылы қауіпсіз жүруге және шекарадан өтуге мүмкіндік беретін ұлттық саяхатқа тыйым салуды жеңілдету. Бұл, әсіресе, пандемияға дейін әлемдік іссапар шығындарының төрттен бірін құрайтын халықаралық іссапарларды қалпына келтіру үшін өте маңызды.

3-ші шарт – іскер саяхатшының көңіл-күйі. Саяхатшылар пандемияға дейінгі саяхат деңгейлеріне дайын болғанға дейін және пандемияға дейінгіге қайтып оралғысы келгенше, толық қалпына келуді күтудің қажеті жоқ.

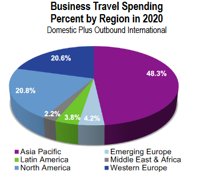
Қазіргі жағдайды бағалау үшін GBTA 2021 жылдың қазан айында әлемнің түкпір-түкпірінен 400 іскер саяхатшыға сауалнама жүргізді. Сауалнама көрсеткендей, саяхатшылардың 54%-ы саяхатты сағынып, болашақта жиі саяхаттауға үміттенеді. Тағы 32%-ы саяхатты сағынады, бірақ пандемияға дейінгіден аз саяхаттауға үміттенеді. 11%-ы саяхаттауды жалғастыратынын және болашақта саяхаттауға қарсы емес екенін хабарлады. Сауалнамаға қатысқандардың 86%-ы өздерінің бизнес мақсаттарын орындау үшін сапар қажет екенін айтты. Сауалнамаға қатысқандардың тек 3%-ы іссапарлардың пандемияға дейінгі деңгейге ешқашан оралмайды деп жауап берді.

4-ші шарт – іссапарларды басқару саясаты және қаржы директорларының көзқарасы. Әлемдік іскерлік туризмді қалпына келтіруге әсер ететін тағы бір маңызды айнымалы-басқару саясаты.

Туризм менеджерлері үшін бұл ең қиын уақыт болды. Өте қауіпті саяхат жағдайларын ескере отырып, қызметкерлердің денсаулығы мен әл-ауқатына қамқорлық жасау міндеттері алдыңғы қатарда болды. Туризм менеджерлеріне әлемдік саяхат саясатының айналасындағы үнемі өзгеріп отыратын күрделілікті бақылау және қызметкерлердің іскерлік саяхат кезінде өздерін қауіпсіз сезінуін қамтамасыз ету тапсырылды. Туризм менеджерлеріне саяхатқа байланысты шығындар мен тәуекелдерге салыстырма қажет болды. Мұның бәрі саяхат бағасының өсуі, жеткізу тізбегінің жетіспеушілігі, энергия бағасының өсуі және көліктің барлық түрлерінің өткізу қабілетінің төмендеуі аясында жүргізілді.

2021 жылдың қазан айында жүргізілген сауалнамаға сәйкес, компаниялардың 51%-ы ішкі іссапарларын, 17%-ы халықаралық сапарларын қайта бастады.

2020 жылы іссапарларға әлемдік шығындар 661 млрд АҚШ долларын құрады. Бұл 2019 жылмен салыстырғанда шамамен 54%-ға аз (1,430 трлн долл.). АТР әлемдегі іссапарлардың ең көп үлесін құрайды - 48,3%, одан кейін Солтүстік Америка (20,8%) және Батыс Еуропа (20,6%) (12-сурет). Осы үш аймақ 2020 жылы әлемдік іссапарлардың шамамен 90% құрады.



Сурет 12 – Әлемдік іссапар шығындарының арақатынасы, 2020 ж.

Ескертпе – Әдебиет негізінде құралған [1]

WTTC алдағы бес жылда (2020 жылғы құлдырауды қоса алғанда) әлемдік ауқымдағы іскерлік сапарлар орташа есеппен 18,5%-ға артады деп болжайды. Солтүстік Америка мен Батыс Еуропада, пандемиядан ең көп зардап шеккен екі аймақта 2025 жылға қарай жылдық жиынтық өсіммен сәйкесінше 22,9% және 21,4% күрт қалпына келеді деп күтілуде [1].

Әлемдік ауқымда 2020 жылы іссапар шығындары 661 млрд АҚШ долларын құрады, 2019 жылғы деңгеймен салыстырғанда 53,8%-ға төмендеді. WTTC 2021 жылы әлемдік іссапар шығындарының 14%-ға 754 млрд. долларға дейін өсуін болжайды.

Қалпына келтіру жоғарыда айтылғандай, халықтың вакцинация деңгейіне, ұлттық саяхат саясатына, іскер саяхатшылардың көңіл-күйіне және саяхатты басқару саясатына байланысты.

WTTC іссапар шығындары 1,48 трлн. долл. асады деп болжайды. 2024 жылы (2019 жылғы көрсеткіштерден асып – 1,43 трлн. долл.), 2025 жылы – 1,54 трлн. долл. (13-сурет).

Бұрын келу саны бойынша әлемде жетекші орынға ие болған Еуропа іскерлік туризм нарығының өсу қарқыны бойынша әлемнің басқа аймақтарынан артта қала бастайды [70].

Еуропадағы іскери туристердің негізгі «жеткізушісі» – Германия. Жыл сайын 5 миллионнан астам немістер іссапарға барады, олардың 3%-ы шетелге кетеді, 21%-ы ішкі және сыртқы туризммен айналысады, ал 76%-ы Германияда қызметтік мақсаттармен саяхаттайды. Әдетте, іскерлік туризм кезінде қызметтік іссапардың орташа ұзақтығы басқа континентте 12-13 күнді, аймақ ішінде орналасқан елдерге – 5-6 күнді, тұрғылықты елі бойынша – 3-4 күнді құрайды.

Изображение выглядит как стол

Автоматически созданное описание

Сурет 13 – Іссапарларға арналған әлемдік шығындар

Ескертпе – Әдебиет негізінде құралған [1]

Іскери туристер ағынын үнемі қабылдайтын Еуропа мемлекеттерінің ішінде Германия, Ұлыбритания, Франция, Нидерланды, Италия, Швеция, Швейцария бар. Бельгия Еуропалық Одақтың астанасы болып табылатын басты қаласы – Брюссельмен ерекше орын алады. Бельгия мен Францияда әрбір оныншы келу қызметтік мақсатта жүзеге асырылады.

Ірі іскерлік іс-шаралар, әдетте, астаналарда емес, Шанхай (Қытай), Ванкувер (Канада), Майндағы Франкфурт (Германия) аймақтарында өтеді. Бүгінгі таңда іскерлік туризмнің көшбасшы елдері: АҚШ, Германия, Франция, Ұлыбритания, Италия және Испания. Іскерлік туризм саласындағы ең мықты елдердің ондығына кіретін Қытай барған сайын маңызды рөл атқара бастады [71].

Америка континентінде іскерлік туризм қарқынды дамып келеді. Әрбір сегізінші сапар бизнес мақсаттарымен жасалады. Іскери саяхатшылардың негізгі ағымы АҚШ, Канада және Мексикаға бағытталады, олар туристік нарықтың барлық сегменттерінде Батыста көшбасшы болып табылады.

Латын Америкасында іскерлік туристер ағыны артып келеді. Экономиканың өркендеуімен, коммерциялық байланыстардың кеңеюімен және нығаюымен бірге осы өңірдің елдері іскерлік туризм нарығындағы өз позицияларын нығайтуда. Парагвай, Коста-Рика, Гватемала сияқты елдерден қызметтік мақсаттармен келетін туристер саны артып келеді.

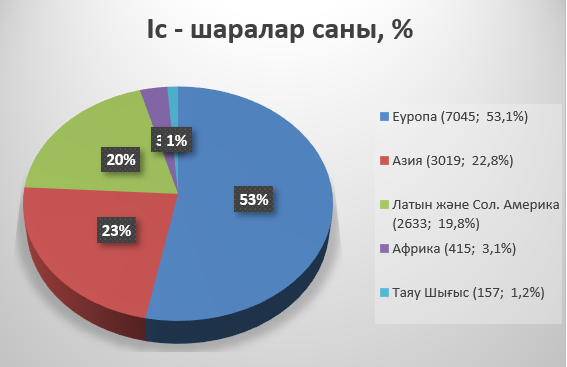
Оңтүстік-Шығыс Азияда әрбір 5-ші сапар іскерлік болып табылады. Іскерлік келулердің үштен бірі келетін елдер Гонконг, Сингапур және Тайвань [72].

Таяу Шығыста негізгі ағындар Сауд Арабиясына, сондай-ақ Иордания мен Израильге бағытталған. Бүгінгі таңда Таяу Шығыс пен Африкада іскерлік туризмді дамыту перспективалары байқалмайды.

Іскерлік туризмнің өсу тенденциясы айқын. Шетелдік сарапшылардың пікірінше, 2023 жылға қарай халықаралық іссапарлар саны үш есеге − 564 млн − нан 1,6 млрд-қа дейін өседі, бұл ретте іскерлік туризм секторының айналымы бес есеге - 400 млрд-тан 2 трлн. долларға дейін ұлғаяды деп болжаған. Американдық «Іскерлік туризмнің дөңгелек үстелі» ұйымының ақпараты бойынша осы саладағы айналымның 1 млрд. доллары 100 мың жұмыс орнын құруға әкеледі.

Қазіргі уақытта іскерлік туризм әлемнің 115 елінде белсенді дамып келеді. Жыл сайын әлемде бүкіл әлем бойынша 100 млн.-нан астам бизнес-сапарлар жасалады.

Бүгінгі таңда іскерлік туризм нарығында өткізілген іс-шаралар саны бойынша Еуропа елдері көшбасшы болып табылады (14-сурет).



Сурет 14 – 2019 жылы өткізілген іс-шараларды әлемдік өңірлер бойынша бөлу

Ескертпе – Әдебиет негізінде құралған [65]

Еуропада 2019 жылы әртүрлі іскерлік іс-шаралардың 53,1% өтті. Еуропалық мемлекеттерге іскерлік саяхаттар әртүрлі мақсаттармен жүзеге асырылады: бизнесмендердің іссапарлары, конгресстік турлар, көрмелер мен жәрмеңкелерге сапарлар, фирма қызметкерлеріне арналған инсентив-турлар және т.б.

Іскерлік мақсатта саяхаттайтын туристердің негізгі ағымын Еуропа мемлекеттері – Германия, Франция, Испания, Ұлыбритания, Италия, Нидерланды, Португалия, Бельгия, Швеция, Австрия, Швейцария қабылдайды (15-сурет). Еуропалық қалалардың ішінде Париж (237 іс-шара) ерекше көзге түседі. Статистикалық мәліметтерге сүйене отырып, Франция мен Бельгияға әрбір оныншы келу іскерлік мақсатта, ал Ұлыбританияда әрбір үшінші келу жүзеге асырылады деп айтуға болады.



Сурет 15 – Іскерлік туризм нарығындағы жетекші еуропалық елдер

Ескертпе – Әдебиет негізінде құралған [65]

Екінші орынды АТӨ алады. Өңірдегі іскерлік туризм нарығы соңғы жылдары ең жылдам қарқынмен дамып келеді. Азия-Тынық мұхиты мемлекеттерінің аумағында барлық өткізілетін іскерлік іс-шаралардың 22,8%- ы тиесілі және жыл сайын өткізілетін іс-шаралардың пайызы артып келеді.

АТӨ әлемдік іскерлік туризм нарығында бәсекеге қабілетті аймақ болып табылады. Мұнда әр түрлі деңгейдегі (халықаралық, аймақтық, ұлттық) конгрестер, конференциялар, семинарлар, көрмелер және басқа да іс-шаралар үнемі өткізіліп тұрады. Аймаққа Солтүстік Америка мен Батыс Еуропаның іскер туристерінің қызығушылығы тұрақты түрде артып келеді. Кездесу индустриясының даму деңгейі бойынша АТР-да Сингапур (148 іс-шара) және Токио (131 іс-шара), ел көрсеткіші бойынша - Қытай (Гонконг) - 539 іс-шара және Жапония (527 іс-шара) бөлінеді.

Үшінші орынды Солтүстік Америка елдері, ең алдымен АҚШ алады, олар 2019 жылы аймақ бойынша барлық іскерлік саяхаттардың 35,5% құрады. Америка континентіне әрбір сегізінші сапар қызметтік мақсатта жасалады. Іскер адамдардың негізгі ағындары батыс жарты шардағы туристік нарықтың барлық сегменттерін басқаратын АҚШ пен Канадаға бағытталған.

Қатысушылардың есептелген жалпы саны бойынша рейтингтер: Барселона екінші жыл қатарынан ең көп делегаттарды қабылдайды, АҚШ бірінші орында тұр.

Кездесулер саны бойынша рейтингте 4-ші орында тұрған Барселона 157 000 делегатқа тең қатысушылардың болжамды жалпы саны бойынша тізімді басқарады. Париж екінші орында, одан кейін Мадрид пен Лиссабон, айырмашылық небәрі 500 делегат.

АҚШ 357 000 делегаты бар елдер рейтингінде бірінші орында қалды және 2018 жылғы сияқты елдердің тәртібімен үздік бестікке кірді: Испания, Германия, Франция. Италия 2018 жылы Канаданың орнына 5-ші орынға ие болды. Ұлыбритания 6-шы орында, ал Жапония, Қытай, Канада және Нидерланды алғашқы ондықта қалды.

Таяу Шығыс жалпы шығындарға қатысты ең үлкен өсуді көрсетеді. ICCA дерекқорындағы барлық халықаралық кездесулердің орташа жалпы шығындары 2019 жылы шамамен 11 миллиард АҚШ долларын құрады. 88% (+96 миллион) көрсеткішімен Таяу Шығыс соңғы онжылдықтағы болжамды жалпы шығындардың ең үлкен өсуін көрсетті.

Статистикалық мәліметтерге сүйене отырып, Сингапур іскерлік мақсатта саяхаттайтын туристерді қабылдайтын елдер арасында көшбасшы екені анық. Қазіргі заманғы инфрақұрылым, жақсы қолжетімділік, сондай-ақ аумақтың тартымдылығы осы елде туризмнің осы бағытын дамытуға ықпал етеді. Сингапурда Азиядағы ең жақсы деп саналатын заманауи көрме алаңдарымен жабдықталған көптеген жоғары деңгейлі қонақүйлер бар, сонымен қатар ел азаматтарының өмір сүру деңгейі, ұқыптылығы мен ұйымшылдығы іскерлік мақсатта саяхаттайтын көптеген туристерді тартады. Жақсы дамыған инфрақұрылым мен өмір сүрудің жоғары деңгейінен басқа, ел аумағында көптеген конференциялар мен көрмелер өтеді. Сондай-ақ, осы елдің аумағында бай экскурсиялық бағдарлама, ең үлкен хайуанаттар бағы, ботаникалық бақтар, теннис, гольф, картинг алаңдары, Сингапурда корпоративтік іс-шараларды өткізуге өте ыңғайлы ойын-сауық саябақтары үшін тамаша жағдайлар жасалған.

Сингапурда заманауи конгресс орталықтарының, көрме залдарының, Конгресс қонақүйлерінің және басқа да іскерлік іс-шараларға арналған орындардың және әртүрлі қажеттіліктер мен бюджеттерге сәйкес келетін инсентивтік сапарлардың әсерлі таңдауы бар. Елдің шағын көлеміне байланысты қонақтарды іскерлік іс-шаралар өтетін жерден ең аз қашықтықта орналастыру мүмкіндігі бар. Іскерлік мақсатта келетін көптеген қонақтарды көптеген әлемдік марапаттарға ие «Resorts World Sentosa» қонақ үйі қабылдай алады. Мұнда Оңтүстік–Шығыс Азиядағы ең үлкен тірек бағанасы жоқ бал залы орналасқан. Оны үш бөлек немесе тоғыз кең залға бөлуге болады. Ауқымды халықаралық көрмелер мен конференциялар «Marina Bay Sands Expo & Convention Center», «Suntec Singapore Convention &Exhibition Center» және «Singapore Expo» конгресс-көрме орталықтарында өткізіледі.

Германия іскерлік мақсатта саяхаттайтын туристерді жеткізетін елдер арасында айқын көшбасшы болып табылады. Германия барлық көрмелер мен конференциялардың арқасында Іскерлік туризм орталығы ретінде тартымды. Германияда жыл сайын орта есеппен 150 халықаралық және аймақаралық көрмелер мен жәрмеңкелер өткізіледі, бұл Еуропада ұйымдастырылғандардың үштен екісіне жуығын құрайды. Іскерлік іс-шараларды өткізу үшін елде 11 мыңнан астам алаң бар - қонақ үйлер, конгресс-орталықтар, университеттер, әуежайлар, монастырьлар, құлыптар, мұражайлар және тақырыптық саябақтар.

Берлинде нумизматикалық көрме, вегетариандық тамақтану көрмесі, плюс өлшемді киім өндірушілерінің көрмесі және басқа да көптеген іс-шаралар бар, олар іссапардан алыс және алыс туристерді қуантады [73].

Көрмелер саны бойынша екінші орында Франция, жылына 700-ге жуық өткізеді. Ірімшік, шарап, жоғары сәнді маталар өндірушілері және т.б. тақырыптарында. Сондай-ақ, көрме туризмі аз болса да Италияда дамыған (автомобильден тоқыма өнеркәсібіне дейін) және Ұлыбританияда дамыған.

Іскерлік туризм тек көрмелер мен тақырыптық іс-шараларға бару туралы емес. Кәсіпкерлер үнемі Германияға, Швейцарияға, Австрияға, Бельгияға, Нидерландыға және басқа елдерге қаржы мәселелерімен айналысуға да барады.

Шығыс - Оңтүстік Корея, Сингапур, Гонконг және Тайваньның дамып келе жатқан экономикалары әлемнің дамыған экономикалық жүйелерімен сәтті бәсекелеседі. Мұнда бірнеше тақырыптық көрмелер бар: олар үшін электронды құрылғылар мен дисплейлер, кеме жасау, спорттық киім, аяқ киім және құрал-жабдықтар (Тайвань), мұнай өңдеу, компьютерлендіру және роботтандыру (Сингапур), атом энергетикасы, машина жасау, кеме жасау (Оңтүстік Корея) көрмелері.

Іскерлік туризмнің бағыты ретінде бұл елдер Шығыста көшбасшылықты жалғастыруда, тіпті 90-шы жылдардағы ауқымды дағдарыс "жолбарыстар" үшін құрдымға әкелмеді. Гонконг жыл сайын жүзге жуық көрмені өткізетін Аsiaworld Expo заманауи көрме орталығымен мақтана алады, олардың орасан үлесі Азиядағы ең үлкен және әлемдегі ең маңызды болып табылады.

Туристер Жапонияға ең алдымен көрмелерге барады: ең танымалдары автоөнеркәсіп, компьютерлік технологиялар және медицина саласы. Қытай кез-келген іскерлік қызығушылықтың бағыты болып табылады – электр компоненттері мен ауыр өнеркәсіп жабдықтарын өндіруден бастап жиһазға, ойыншықтарға, тоқыма бұйымдарына және сәнге дейін.

АҚШ - отандық кәсіпкерлер үшін іссапарлардың басым бағыттарының бірі. АҚШ-қа іс сапарлар - ең алдымен өнеркәсіптік жабдықтар, компьютерлік технологиялар, медицина және басқа да көптеген салалардың көрмелеріне қатысуға бағытталған. Мұндай сапарлардың үлкен пайызы қызметкерлерді оқытуға арналған: АҚШ-тағы бірқатар мамандықтар бойынша (авиация, құрылыс, IT) біліктілікті арттыру-табысты мансаптың кепілі.

Іскерлік туризм бағыттарының арасында Үндістан танымал болып келеді-мұнда дамыған фармацевтика өнеркәсібі бар және көптеген қазақстандық дәріхана дистрибьюторлары Үндістаннан дәрі-дәрмек сатып алуды жөн көреді. Араб әлемінің елдері де өте маңызды: қазақстандық бизнесмендер капиталды шоғырландыру бойынша әлемдік көшбасшылардың бірі – БАӘ-ге көптен бері және табысты келіп келеді. Мұнай мен газ араб мемлекеттерінде де шоғырланған: Ирак, Ливия және т.б., қазақстандық компаниялардың осы елдерде өздерінің тұрақты өкілдіктері бар және пайдалы қазбаларды өндіруді жүргізеді.

Көрмелерге бару-іскерлік туризмнің негізгі сегменттерінің бірі. Жыл сайын әлемде өндірістің барлық мүмкін салалары бойынша – автоқұрастыру мен мұнай-газ индустриясынан бастап зергерлік өнеркәсіпке, косметикаға, сән мен ойыншықтарға дейін бірнеше мың көрме өтеді.

Ұйымдастырылған іссапарларға жиі тапсырыс беретін ең танымал көрмелер – автомобиль және көлік, Ақпараттық технологиялар және коммуникациялар, мұнай-газ және химия, өнеркәсіптік (пластмасса, ағаш өнеркәсібі, автоматтандыру, шыны, энергетика және сумен жабдықтау және т.б.), ауылшаруашылық, құрылыс және жылжымайтын мүлік көрмелері [74].

Сондай-ақ бизнес, экономика, қаржы және қауіпсіздік, қалалық инфрақұрылым, Жиһаз, сауда және кеңсе жабдықтары, медицина және фармацевтика, жарнама және маркетинг, спорт, туризм, хобби және ойын-сауық туралы көрмелер бар және, әрине, үй жануарларының көрмелері мен мәдениет және өнер көрмелері бәріне ұнайды.

Еуропалық көрмелердің басты бағыты – ең алдымен Германия, онда маусым ішінде өндіріс пен қызмет көрсету саласындағы жаңалықтардың жетістіктеріне 1700-ден астам тақырыптық байқаулар өтеді. Ең танымалдарының қатарына Франкфурттағы халықаралық автосалон және Эссендегі мотосалон кіреді, сонымен қатар оны өндірушілер ғана емес, Octoberfest тұтынушылары да жақсы көреді.

Германияда барлығы 30-дан астам қала көрмелер өткізеді.

Францияның елуден астам қаласы кәсіпкерлер мен тұтынушыларды сән, косметика, парфюмерия, туризм, тоқыма өнеркәсібі, зергерлік бұйымдар, интерьер дизайны және шарап өнеркәсібі жабдықтарының көрмелеріне шақырады.

Басқа танымал бағыттардың қатарына Австрия (мұнда зергерлік бұйымдар көрмелерін көруге тұрарлық), Швейцария Люцерндегі ауқымды ауылшаруашылық көрмесімен және Цюрихтегі әлемдегі ең ірі заманауи өнер көрмесімен, Италия сән көрмелерімен, Испания – тамақ өнеркәсібі бойынша бірінші, Португалия, Польша, Сербия және басқа елдер.

Гонконг пен Шанхай – Азиядағы көрме бизнесінің екі «алпауыты». Мұнда олар үшін электронды құрылғылар мен дисплейлер, кеме жасау, спорттық киім, аяқ киім, мұнай өңдеу, компьютерлендіру және роботтандыру, атом энергетикасы, машина жасау, кеме жасау және өзге де ғылымды қажетсінетін өнеркәсіп салалары қойылады. Гонконгтағы ең жаңа Аsiaworld EXPO көрме кешені демалыс күндерінсіз жұмыс істейді-мұнда көрмелер қатары үзілмейді. Жапония автомобиль өнеркәсібі, медицина және компьютерлік технологиялар бойынша Азияда көш бастап тұр.

Мысал ретінде әлемге әйгілі көрме орталықтарын келтірейік [75].

ExCeL (Лондон, Ұлыбритания) – жыл сайын көптеген түрлі көрмелер мен конференциялар, жаңа өнімдердің тұсаукесерлері, банкеттер мен спорттық іс-шаралар өткізетін халықаралық көрме конгресі орталығы. Орталықтың көрме алаңы әрқайсысы шамамен 44 546 м2 болатын екі тікбұрышты залдан тұрады. Сондай-ақ, жиналыстар, конференциялар мен семинарлар өткізуге арналған үш көпфункционалды зал бар. Кешеннің жалпы ауданы шамамен 100 000 м2 құрайды. ExCeL London 400 000 м2 аумақты алып жатыр (0,40 км2) және Лондон Royal Victoria Dock солтүстік жағалауында, Canary Wharf пен Лондон Сити әуежайы арасында орналасқан.

Messe Berlin (Берлин, Германия) 1822 жылдан бастап Халықаралық көрмелер мен конгрестерді ұйымдастырумен айналысады және Еуропадағы ең ірі болып табылады. Жыл сайын 100-ден астам аймақтық, ұлттық және халықаралық іс-шаралар өткізіледі. Messe Berlin бірнеше ерекше орындарды қамтиды. Berlin ExpoCenter city, ауданы 160 000 м2, көптеген көрмелер үшін негізгі көрме орталығы болып табылады және оның иелігінде 26 павильон бар. Ауқымды іс-шаралар үшін Берлин-Бранденбург әуежайының жанында орналасқан Berlin Expo Center Airport қолданылады. Сондай-ақ, Messe Berlin ICC Berlin мультифункционалды орталығын пайдаланады, оған 80 зал және 6000 м2 City Cube Berlin және оған 2 павильон кіреді. Бүкіл Messe Berlin кешені қала орталығында қалалық магистральдардың жанында орналасқан, бұл Берлин халықаралық әуежайымен және теміржол вокзалымен тікелей байланысты және мұнда көлікпен жылдам жетуге мүмкіндік береді.

Hamburg Messe (Гамбург, Германия) жыл сайын 40-тан астам түрлі көрмелер мен форумдар өткізеді, оларға 12000-ға жуық экспоненттер қатысады. Орташа келушілер саны – 700 000 қонақ пен мамандар. Көрме орталығында 87000 шаршы метр көрме алаңы және 11 павильон бар. Hamburg Messe Гамбургтің қақ ортасында орналасқан және ең заманауи инфрақұрылымға ие. Орталық екі теміржол вокзалымен, үш автобанмен байланысты, бұл оны келушілер үшін оңай қол жетімді етеді. Сонымен қатар, ол "Әлемге қақпа" деген атпен танымал Гамбург портынан және дүкендері, бутиктері мен қонақ үйлері бар қала орталығынан жаяу қашықтықта орналасқан. Мұның бәрі әйгілі Рипербан ауданында орналасқан.

Deutsche Messe (Hannover Exhibition Grounds) (Ганновер, Германия)-әлемдегі көрмелерді ұйымдастырушы ірі компания. Оның 110-нан астам елде өз өкілдіктері бар және инфрақұрылымы жақсы көрме орталығы бар. Экспоцентрдің жалпы ауданы шамамен 1 000 000 м2 құрайды және 466 100 м2 жабық кеңістікті, 58 000 м2 ашық алаңдарды, 26 зал мен павильондарды, кез келген биіктіктегі, пішіндегі және өлшемдегі әртүрлі құрылымдарды салу мүмкіндігін қамтиды – мұның бәрі Deutsche Messe-ні әлемдегі ең үлкен көрме орталығына айналдырады. ЭКСПО орталығына ыңғайлы орналасуы мен дамыған автобан жүйесінің арқасында, сондай-ақ кешеннен 400 метр қашықтықта орналасқан Hannover Messe/Laatzen станциясына ұшақпен немесе пойызбен оңай жетуге болады.

50 Халықаралық көрмені жыл сайын Messe Dusseldorf (Дюссельдорф, Германия) ұйымдастырады, олардың жартысына жуығы әлемдік премьералар. Бұл әлемдегі барлық маңызды көрмелердің бестен бір бөлігі Дюссельдорфта өтеді дегенді білдіреді. Жыл сайын орталыққа шамамен 1 500 000 қонақ келеді және 1 000 000-нан астам конгресстер мен форумдарға қатысады. Messe Dusseldorf кеңістігінде кез келген пішін мен өлшемдегі құрылымдарды салу мүмкіндігі бар. Павильондардың ауданы 4000 м2-ден 25000 м2-ге дейін. Көптеген маршруттармен барлық дерлік жолдар көрме орталығына апарады. Осындай жақсы орналасуының арқасында мұнда көлікпен, автобуспен немесе таксимен оңай жетуге болады. Конрад-Аденауэр-Платц Теміржол вокзалы Дюссельдорфтың дәл орталығында орналасуында, бұл пойызды пайдалануға мүмкіндік береді. Koelnmesse-Cologne Exhibition Center (Кельн, Германия) жыл сайын шамамен 75 көрме мен 2000 конференция өткізеді. Көрме орталығына шамамен 340 000 қатысушы келеді, бұл Cologne Exhibition орталығын өз аймағындағы ең ірі көрме ұйымдастырушысы ретінде танытады.

Koelnmesse-де жалпы ауданы 284 000 м2 және 100 000 м2 ашық алаңдары бар 11 павильон бар. Koelnmesse павильондары Кельннің қақ ортасында және сонымен бірге Еуропаның ең ірі іскери аймағында орналасқан. Жақсы реттелген жол инфрақұрылымы көрме орталығына автомобильмен де, пойызбен тез және ыңғайлы жетуге мүмкіндік береді.

Hong Kong Convention & Exhibition Center (Гонконг, Қытай) – Азиядағы ең ірі көрме орталықтарының бірі. Экспоцентрдің мүмкіндіктері ірі, жергілікті кез келген көлемдегі және күрделіліктегі көрмелер мен іс-шараларды өткізуге мүмкіндік береді. Көрме кеңістігі 66 000 м2 құрайды, оған 20 000 м2 мультифункционалды алаң және 5 500 м2 қосымша аумақ кіреді. Hong Kong Convention & Exhibition Center қаланың қақ ортасында, керемет Виктория айлағының жағасында орналасқан.

Shenzhen World Exhibition & Convention Center (Шэньчжэнь, Қытай) жаңа көрме кешені конгресс-көрме іс-шараларын өткізу үшін әлемдегі ең ірі алаң болуға арналған. Көрме кеңістігінің өзінен басқа, кешен көптеген қонақүйлер мен коммерциялық нысандарды, соның ішінде сауда және ойын-сауық кешенін қамтиды. Құрылыстың 2-ші кезегі аяқталғаннан кейін Shenzhen World Exhibition & Convention Center көрме алаңының 500 000 м2 жетті. Мұнда орталық дәліз бойымен симметриялы орналасқан 19 зал бар. Shenzhen World Exhibition & Convention Center Гуандун, Гонконг және Макаоны біріктіретін үлкен шығанақта, Інжу өзенінің жағалауында Гуандун еркін сауда аймағының орталығындағы Shenzhen Airport new town аэротрополисінде орналасқан.

Helsinki жәрмеңке орталығы (Хельсинки, Финляндия) Хельсинки Мессукескус - Финляндияның ең үлкен көрме орталығы. Мұнда өтетін көрмелер мен конференцияларға жыл сайын миллионнан астам адам қатысады. Хельсинки көрме орталығының жалпы ауданы 130 000 м2 құрайды, іс-шараларды өткізу үшін орталық 8-ден 100 адамға дейін 7 павильон мен 40 сөйлесу бөлмесін ұсынады. Келушілерге 20-дан астам кафе мен мейрамхана, банкоматтар, балалар ойын бөлмесі қызмет көрсетеді. Messukeskus-қа жақын жерде Holiday Inn орналасқан.

Егер іскерлік туризмді ұйымдастыру тәжірибесіне тоқталсақ, Берлин мен Дубай сияқты қалалардың тәжірибесі ең тиімді болып табылады. Дәл осы қалалар әлемдік іскерлік туризм нарығында жетекші орынға ие. Бұл қалалардың экономикасына іскерлік туризмнің әсері орасан зор. Іскерлік туризмнің маңыздылығы өткізілетін MICE-іс-шаралар санымен емес, өткізілген бір іс-шарадан алынатын ұлттық табыс көлемімен түсіндіріледі. Сонымен, Берлиннің конгресстік туризм нарығы ел экономикасына айтарлықтай әсер етеді: әрбір жаңа конференция 636 850 еуро, 181 960 еуро салық және 10 жаңа жұмыс орны көлемінде табыс әкеледі. Берлинде серпімділікті есептеу арқылы жүргізілетін корпоративтік оқиғалар нарығын талдау жүргізіліп жатқан корпоративтік оқиғалар санының 1%-ға артуы ЖІӨ-нің 1,4%-ға, салық сомасының 1,2%-ға және жұмыс орындарының санының шамамен 1,7%-ға артуына әкелетінін көрсетті [76].

Біріккен Араб Әмірліктері – үлкен кеңсе ретінде: бұл елдегі сауда, іскерлік кездесулер мен көрмелер бір-бірін үздіксіз ауыстырады. Тек Дубайда 500-ден астам қонақүйлер бар, бөлмелері жыл сайын 5-тен 10%-ға дейін өседі. Аймақта жаңа Көрме және іскерлік орталықтар ашылуда, елге келушілердің шамамен 30%-ы жұмысқа келеді [77].

Дубай құбылысының маңызды құрамдас бөлігі – бұл жерде қонақжайлылық инфрақұрылымын дамытуға жұмсалатын орасан зор қаражат.

Жергілікті қонақжайлылық индустриясының тағы бір ерекшелігі - баға мен сапаның оңтайлы үйлесімі. Әбден қолайлы бағамен әмірліктің қонақтары ең заманауи қызметтердің толық жиынтығын алады. Жергілікті қонақ үйлер мен бизнес-орталықтарда ультра заманауи телекоммуникациялардың барлық түрлері бар, ал ақпараттық қызметтер саяхатшы бизнесмендерге кез келген қызмет көрсетуге дайын.

Бүгінде Дубайдағы ірі іс-шаралар үшін тамаша орын – International Convention Center (DICC). Конгресс-орталықта жалпы ауданы 42 мың шаршы метр болатын сегіз көрме залы, сондай-ақ сыйымдылығы 1000 адамға дейінгі al multaqua банкет залы бар. DICC Dubai World Trade Centre (DWTC) құрамына кірді, ол әлі күнге дейін конференц - залдар, мейрамханалар, қабылдауға арналған пальма бағы, ойын-сауық және спорт орталықтары бар өте ыңғайлы көп функциялы бизнес кешені болып табылады. DWTC Дубай бүкіл бизнес әлеміне танымал халықаралық көрмелер мен жәрмеңкелердің көпшілігін өткізеді. Ірі экспонаттарды көрсету үшін (мысалы, авиа, автошоу) Дубай халықаралық әуежайының Солтүстік секторында орналасқан Airport Expo Dubai көрме кешені пайдаланылады.

Соңғы жылдары Дубайда іскери туристерге бағытталған 4-5 жұлдызды санаттағы қонақүйлер саны айтарлықтай өсті. Бүгінгі таңда Дубайға көптеген бағдарламалармен келетін инсентивтік турларға қонақүйлер ұсынылады: Crowne Plaza, Dusit, Fairmont, Hilton, Hyatt Regency, Inter-Continental, Le Meridien, Lotus Hotel, Marriott, Ramada, Renaissance, Ritz Carlton, Rotana, Sheraton, Sofitel, Taj, және Burj Al Arab, Emirates Towers, Metropolitan, World Trade Center Hotel [77, с. 22].

Қазіргі уақытта қонақүйлер MICE индустриясын жоғары және ең бастысы тұрақты, маусымға тәуелді емес табыс көзі ретінде жоғары бағалайды. Сондықтан олар сервисті жетілдіруге, іс-шараларды өткізу үшін жаңа үй-жайлар салуға және бұрыннан барларын жаңғыртуға қаражатты аямайды.

Көптеген қонақүйлер әртүрлі тақырыптық іс-шараларды-ғылыми конференциялар мен іскерлік форумдардан бастап, іскерлік кездесулер мен шағын ауқымды оқу семинарларына дейін оларға қандай экономикалық пайда әкелетінін түсінеді. Мұндай іс-шараларға тапсырыс берушілерді тарту кезінде әрбір қонақ үй өзінің мүмкіндіктеріне - нөмірлік қорға, отырыстарға арналған залдардың саны мен сыйымдылығына, қажетті көмекші үй-жайлардың болуына, мейрамхана кешенінің қуатына негізделеді.

Соңғы тапсырманы орындау үшін Конгресс бизнесінің мамандары әзірлеген белгілі бір стандарттарды сақтау керек. Конгресс-орталықтардың халықаралық қауымдастығы (AIPC) іскерлік және ғылыми сипаттағы іс-шараларды өткізуге арналған үй-жайларға сәйкес келетін стандартты талаптарды анықтады. Бұл талаптар әртүрлі мақсаттағы үй-жайлардың, арнайы жиһаздар мен жабдықтардың, қажетті қызметтер жиынтығының, қызмет көрсетуші персоналдың біліктілігінің, қауіпсіздік шараларының қажетті санына қатысты. Бұл осындай іс-шараларға қатысушылардың мүдделері мен олардың нәтижелі жұмыс істеуімақсатында жағдай жасау үшін жасалады [78].

Іс-шараларды өткізуге арналған үй-жайлар қонақ бөлмелерінен, қонақ үй лоббилерінен, барлардан және осы іс-шараға қатыспайтын адамдар көп жиналатын басқа орындардан біршама қашықтықта болғаны жөн. Ең дұрысы, егер қонақ үй конференц-орталығы бөлек қанатта орналасқан болса және қонақ үйдің кіреберісінен басқа, көшеден тікелей кіреберіс болса, бұл ағындардың қажетсіз айналымын азайтады.

Жақсы жобаланған конференц-орталықта үлкен және кіші мәжіліс залдарының оңтайлы арақатынасы сақталуы керек. Сонымен қатар, ұйымдастыру комитетін, баяндамашыларды, бағдарламалық комитетті, хатшылықты орналастыру үшін, бұқаралық ақпарат құралдары өкілдерінің жұмысы үшін, сондай-ақ синхронды аудармашылардың демалуы үшін (егер конференцияда бірнеше жұмыс тілдері қарастырылған болса) көмекші үй-жайлар қажет [78].

Конгресс қонақүйлерінің бір-бірінен көлемі, орындар саны, интерьері бойынша ерекшеленетін көптеген залдар бар. Конференциялар, салтанатты және мерекелік іс-шаралар өткізу үшін үлкен үй-жайлар, бал залдары пайдаланылады. Іскерлік жеке кездесулер үшін-шағын, жайлы залдар (камин залдары, бильярд бөлмелері, жиналыс бөлмелері).

Кез-келген халықаралық іс-шараны ұйымдастырушылардың басым көпшілігі өз мақсаттары үшін төрт, бес жұлдыз деңгейіндегі жайлы қонақүйлерді таңдайды. Қонақ үйді таңдаудағы ең маңызды критерийлердің ішінде ұйымдастырушылар әдетте оның орналасқан жерін, бағасын, тамақтану сапасын, қауіпсіздігін, техникалық қызмет көрсетудің жоғары деңгейін және мәжіліс залдарының болуын атайды.

Конгресс қонақ үйлері тек әлемдік астаналарда және іскерлік белсенділігі жоғары қалаларда ғана емес, сонымен қатар бизнес қызметтері төмен маусымда тұру құралдарын жүктеуге мүмкіндік беретін курорттық аймақтарда да кең таралған. Астаналарда конгресс қонақ үйлері әдетте «төрт жұлдыз» санатына жатады, ал корпоративтік іс-шараларға қатысушылар жұмыстан басқа әлі де демалып, демалатын курорттарда – «бес жұлдыз» және «де люкс» класына жатады. Ең жаңа бизнес-қонақ үйлер - бұл Конгресс орталығы, қонақ үй, мейрамханалар мен барлар, спорттық-сауықтыру және сауда-ойын-сауық кешендері, кейде тіпті казино мен кинотеатрлар-мультиплекстерді қамтитын тұтас конгломерат.

Қонақ үйлер бірқатар қосымша қызметтер мен мүмкіндіктерді қамтитын іс-шараларды жоспарлаушыларға арналған арнайы MICE бағдарламаларын әзірлеуде. Мысалы, қонақ үйде жоғары өкілеттіктері бар үйлестірушінің қызметтері, VIP клиенттердің жұбайы мен жұбайына арналған жеке бағдарлама, кездесу аяқталғаннан кейін шиеленісті жеңілдететін қызметтер кешені және т.б.

Іскерлік кешендер сонымен қатар көптеген орналасу орындары бар мейрамханалардың болуымен сипатталады.

Іскерлік іс-шараларды, кездесулерді жоспарлайтын немесе іссапарға баратын кәсіпкерлер дәл осы жерде қалуы үшін қонақ үй қандай болуы керек екендігі туралы сараптамалық пікір: бизнес-қонақ үй, соңғы шыққан техникамен жабдықталған және оның иелігінде бизнес орталығы және мәртебесіне сәйкес келетін қызметтер спектрі болуы керек.

Еуропа мен Американың ең жақсы 10 іскери қонақ үйіне бес жұлдызды қонақүйлер кіреді: Claridge's Hotel (Лондон, Ұлыбритания), Four Seasons Washington D. C. (Вашингтон, АҚШ), Four Seasons Hotel George V Paris (Париж, Франция), Swissotel Red Hills (Мәскеу, Ресей), The Westin Grand Berlin (Берлин, Германия), the Peninsula Beverly Hills (Лос-Анджелес, АҚШ), Park Hyatt Milano (Милан, Италия), Le Meridien Barcelona (Барселона, Испания0, Vancouver Marriott Pinnacle Downtown (Ванкувер, Канада), Movenpick Hotel Izmir (Измир, Түркия) [79].

Іскерлік туризмді дамытуда Конвеншен бюро ерекше рөл атқарады. Мамандандырылған маркетингтік компаниялар туристік аумақты саяхат нарығында ілгерілетеді. MICE делдалдарында іскерлік туризм инфрақұрылымы, қонақжайлылық индустриясы, мамандандырылған компаниялар туралы толық ақпаратқа ие және іскерлік туристерге қызмет көрсету және осы жерде өтетін барлық іс-шаралар туралы ақпарат бар. Олардың қызмет аясы өте кең: консалтинг, персоналды оқыту, өнімді жылжыту және жарнамалау, маркетинг, көрме және конгресс қызметі және инвестиция тарту. Мұндай бюроларды қаржыландыру негізінен муниципалды және федералды бюджеттерден, сондай-ақ сауда-өнеркәсіп палаталарының қаражатынан (жылдық бюджеттің шамамен 75%) жүзеге асырылады. Табыстың шамамен 10-15%-ы мүшелік жарналардан құралады. Конвенциялық бюролар әртүрлі деңгейде жұмыс істейді: қалалық (барлық бюролардың 70%), аймақтық (17%) және ұлттық (13%). АҚШ, Дания, Австрия, Бельгия, Германия, Жапония, Нидерланды, Сингапур, Сянган (Гонконг) және Филиппин конвенциялық бюролары әлемдік нарықта ең белсенді. Іскерлік туризм индустриясының барлық қатысушылары әртүрлі технологиялар арқылы бір-бірімен тығыз байланыста және ақпарат ағындарымен алмасады. Іскерлік туризм индустриясы субъектілері арасындағы тығыз және сапалы өзара қызмет инновациялық шешімдердің, ақпараттық технологиялар мен байланыс жүйелері саласындағы жетістіктерді кеңінен пайдаланудың арқасында қамтамасыз етіледі.

**Бірінші бөлім бойынша тұжырым**

1.Іскерлік туризмнің тұжырымдамалық аппаратын зерттеу барысында оны анықтаудың әртүрлі тәсілдерінің болуы анықталды. Классикалық (бұқаралық) туризм мен іскерлік туризм белгілерін салыстырмалы бағалау негізінде іскерлік туризмнің нақтыланған түсінігі және қызметінің құрылымдық моделі ұсынылды.

Іскерлік туризм ұғымының нақтыланған сипаттамасы ұсынылды (автор тарапынан). Іскерлік туризм – іскерлік сипаттағы сапарлармен байланысты (корпоративтік кездесулер, семинарлар, конференциялар және т.б.) клиенттерге қызмет көрсететін классикалық туристік қызметтермен (орналастыру, тамақтандыру, көлік, мәдени-ойын-сауық кәсіпорындарының, сауда қызметтері) қатар келетін туристік индустрияның жеке бір саласы.

Автормен іскерлік туризм қызметінің құрылымдық моделі нақтыланды.

Іскерлік туризмнің объектісі (өнімді немесе қызметті өндіруші) және субъектісі (өнімді немесе қызметті тұтынушы) оның әлеуметтік-экономикалық жүйесінің негізін құрайды. Өндіруші мен тұтынушының өзара әрекеттесу процесі белгілі бір уақыт аралығында туристік өнімді (қызметті) тұтынушының негізгі орналасқан жерінен тыс өндірушіден тұтынушыға (іскерлік кездесу кезінде) ақпарат беру және алу процесін қамтиды.

Бұл ретте іскерлік туризм екі секторды және қызмет түрлерін біріктіреді: кездесу индустриясын және корпоративтік саяхат индустриясын.

Корпоративтік саяхат индустриясының инфрақұрылымына: орналастыру, көлік, тамақтану, экскурсиялық кәсіпорындар, ойын-сауық және бөлшек сауда қызметтері кіреді.

Қызметтер кешені жеке және заңды тұлғалар ұсынған тұтынушыларға көрсетіледі.

Туристік сала тұрақты түрде сыртқы ортаның әсеріне ұшырайды, ол салыстырмалы түрде өз алдына екі тәуелсіз жүйенің жиынтығы ретінде қарастырылады: макро қоршаған орта (макроорта) және тікелей қоршаған орта (микроорта).

2. Қолданыстағы ғылыми әдебиеттерді талдау нәтижесінде іскерлік туризмнің жіктелуі ұсынылды. Іскерлік туризмнің құрамдас бөліктерінің әрқайсысы – кездесулер, интенсив, конференциялар, көрмелер - әртүрлі сипаттамаларға бөлінеді: аумақтық, қаржыландыру көздері, ұйымдастырушылық нысаны, бағыттары және басқалары. Жіктеу іскерлік туризмнің құрамдас бөліктерін жалпылауға, жүйелеуге және ретке келтіруге олар туралы ең толық ақпаратты қорытындылауға мүмкіндік берді.

3. Іскерлік іс-шараларды өткізу рейтингін талдау әлемдік рейтингте жалпы ел (2019 ж. – 79 орын), сондай-ақ екі перспективалы қалалар - Астана (221 орын) және Алматы (337 орын) - төмен позицияларды иеленетінін көрсетті. Дегенмен бұл позициялар жыл сайын жақсарып келеді.

Қазақстан 2021 жылы ДЭФ рейтингінде (саяхат және туризмді дамыту индексі) позициясын жақсартып, 117 елдің ішінен 66-шы орынды иеленді. Жекелеген ішкі индекстер бойынша жалпы рейтингте елдің жоғары әлеуеті байқалады. Мысалы, баға бәсекеге қабілеттілігі бойынша Қазақстан 1-ші орынды иеленді.

4. Әлемдік іскерлік туризмнің қазіргі жағдайы қарастырылды. Қазіргі уақытта іскерлік туризм әлемнің 115 елінде белсенді дамып келеді. Жыл сайын бүкіл әлем бойынша 100 миллионнан астам бизнес-сапарлар жасалады. COVID-19 пандемиясының салдары ұлттық шекаралардың ашылуының кешеуілдеуіне, компаниялар мен іскер саяхатшылардың сапарларда әдеттегі қызметін қайта бастауға деген шарасыздығына, сондай-ақ жойылған немесе онлайн режиміне немесе аралас формаға ауыстырылған ауқымды кездесулер мен іс-шараларға әкелді.

Қалпына келтіру, WTTC болжағандай, халықтың вакцинация деңгейіне, ұлттық саяхат саясатына, іскер саяхатшылардың көңіл-күйіне және саяхатты басқару саясатына байланысты.

WTTC іссапар шығындары 1,48 трлн. доллардан асады деп болжайды. 2024 жылы (2019 жылғы көрсеткіштерден асып – 1,43 трлн.), 2025 жылы – 1,54 трлн.

GBTA (Іскерлік туризмнің халықаралық ассоциациясы) 2026 жылға қарай іскерлік сапарлардың толық қалпына келуін болжайды.

5. Іскерлік туризмді дамытуда конвеншен бюро ерекше рөл атқарады – мамандандырылған маркетингтік компаниялар, туристік аумақты саяхат нарығында ұсынады және ілгерілетеді. Бұл MICE делдалдары іскерлік туризм инфрақұрылымы, қонақжайлылық индустриясы, мамандандырылған компаниялар туралы және іскерлік туристерге қызмет көрсету және осы жерде өтетін барлық іс-шаралар туралы толық ақпаратқа ие.

6. Берлин және Дубай сияқты қалалардың іскерлік туризмді ұйымдастырудағы тәжірибесі үлгі аларлық болып табылады. Дәл осы қалалар әлемдік іскерлік туризм нарығында жетекші орынға ие. Бұл қалалардың экономикасына іскерлік туризмнің әсері орасан зор. Мұндай құбылыстың маңызды құрамдас бөлігі – қонақжайлылық инфрақұрылымын дамытуға жұмсалатын орасан зор қаражат.

7. Әлемде конгресс-орталықтар мен бизнес-қонақүйлерде іскерлік кездесулер өткізу тәжірибесі кең қолданыста. Конгресс орталықтарының халықаралық қауымдастығы (AIPC) іскерлік іс-шараларға қатысушылардың мүдделері үшін өнімді жұмыс істеу жағдайын қамтамасыз ету үшін іскерлік сипаттағы іс-шараларды өткізуге арналған сәйкес келуі керек стандартты талаптарды анықтады. Бұл талаптар әртүрлі мақсатқа арналған іс-шараны өткізетін оқшауланған бөлмелер санының болуы, арнайы жиһаз бен жабдыққа, қажетті қызметтер жиынтығына, қызмет көрсетуші персоналдың біліктілігіне, қауіпсіздік шараларына қатысты.

**2 ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДАҒЫ ІСКЕРЛІК ТУРИЗМНІҢ ЖАЙ-КҮЙІ**

**2.1 Іскерлік іс-шараларды ұйымдастыру** **жағдайы**

Іскерлік туризм экономикалық қатынастарды, интеграциялық процестерді дамытудың тиімді құралы. Экономиканың көптеген салаларымен байланыста болғандықтан ол жоғарғы кумулятивті әлеуетке ие және жалпы өңірдің тұрақты әлеуметтік-экономикалық дамуына әсері зор.

Іскерлік туризмнің дамуы аймақтар экономикасына оң ықпалын тигізуде:

– экономиканың өсуіне, іскерлік айналымның ұлғаюына, шағын және орта бизнесті қолдауға, жаңа жұмыс орындарын құру және бюджетке салық аударымдарын ұлғайту;

– аймақтың экономикасына инвестиция тарту;

– аймақ тұрғындарының өмір сүру сапасын арттыру;

– іскерлік, мәдени-танымдық, тұрақты туризм көлемінің өсуі;

– аймақтың брендін қалыптастыру, жылжыту-ілгерлету;

– ішкі және сыртқы нарықтарда тауарларды, қызметтерді және ғылыми-зерттеу нәтижелерін, кәсіпорындардың, ұйымдар мен мекемелердің білім беру қызметін ілгерілету;

– халықаралық және аймақаралық байланыстарды нығайту;

– іскерлік туризм бойынша қазіргі даму тенденцияларына жауап беретін инфрақұрылым құру.

Іскерлік туризм ҚР-ың аймақтары мен шет мемлекеттер, ең алдымен шекаралас мемлекеттер арасында мәдениеттің барлық салаларында экономикалық байланысты дамытуда белсенді көмек көрсете алады, сонымен қатар ел үшін туризм секторында дамыған экономикалық қызметтің жаңа түрі инновацияларды дамытуға және енгізуге, бизнес-байланыстарды кеңейтуге ықпал етеді және Қазақстан экономикасына шетел капиталын тарту үшін тиімді құрал болып табылады.

Іскерлік туризмнің әр аймақтың ерекшеліктеріне қарамастан барлығына ортақ талаптары бар [80]:

1) табиғи, мәдени көрікті жерлерде, архитектуралық ерекшелігі бар аймақтарда өтуі;

2) заманауи инфрақұрылымның болуы. Ол сол аймаққа байланысты халықаралық ұйымдардың, басқару органдардың, сауда орындарымен фирмалардың хал ақуалына қарай анықталады. Инфрақұрылымның дамуы мемлекеттік және жеке меншік серіктестіктің негізінде дамуы;

3) іскерлік туризмнің объектілерін салу кезінде заманауи техникамен құралдарды қолдану;

4) шараның жиынтықты болуы (конгресс, конференция, көрме, семинарлардың бір тақырыпқа тиесілігі).

Қазақстанның іскерлік туризм нарығы инновациялық және белсенді даму мен стихиялық дамуымен сипатталады [81]. Нақты статистикалық ақпараттың болмауынан Қазақстанның іскерлік туризмінің жетекші нарықтарын сапалы талдау мүмкін емес. Алайда, бүгінгі күні қолда бар ақпараттың өзі еліміздегі іскерлік туризм нарығы әлеуетінің маңыздылығы туралы қорытынды жасауға мүмкіндік береді. Бұл сала еліміздің ірі қалалары – Астана мен Алматыда дамуда, оны біріншіден, іскерлік туризм бойынша қажетті инфрақұрылымның бар екендігімен, екіншіден – көліктің қолжетімді болуымен түсіндіруге болады. Сол өңірлердің туризмнің бұл түрін қолдау мен дамыту үшін қаржылық мүмкіндіктерінің мол болуының да маңызы зор. Осылармен қатар дәстүрлі туристік орталықтар өңірлерде белсенді түрде игерілуде, бұл да, сөзсіз, экономиканың мегаполистан тыс дамуымен байланысты болуда.

Қазақстанда іскерлік туризмнің барлық түрінің дамуы белең алуда, алайда көрмелер мен форумдар, конференциялар аса қарқынмен дамуда.

Іскерлік туризм бойынша шараларды ұйымдастырушы компаниялардың көбі Қазақстан нарығында жиырма жылдан астам қызмет атқаруда. Олардың барлығы дерлік Астана мен Алматы қалаларында шоғырланған [82]. Олардың ең ірілері 12-кестеде көрсетілген.

Кесте 12 – ҚР-да іс шараларды ұйымдастырушы көрмелік, конгрестік компаниялар тізімі

|  |  |
| --- | --- |
| Компания | Компания туралы қысқаша сипаты |
| 1 | 2 |
| Iteca (<https://iteca.kz/ru/>) | ITE Group Plc. (Ұлыбритания) халықаралық көрмелік компания серіктесі. Қазақстанмен қоса көбіне Орталық Азияда жұмыс жасайды. Қазақстандық компания ITECA – өзін көрме, конференциялар ұйымдастыратын жетекші компания ретінде нарықта ұсынады. Шаралардың тақырыбы әр түрлі 17 экономикалық секторларды қамтиды. |
| TNT Productions, Inc.  (<https://www.tntexpo.kz/index-ru.html>) | Халықаралық көрме ұйымдастырушылары - негізгі офисі Вашингтон қаласында орналасқан американдық компания. Көрмелерді Тәуелсіз Орналастыру қоғамдастығының (SISO) мүшесі және Көрмелерді Басқару бойынша Халықаралық Ассоциациясының (IAEE) мүшесі. Ресей, Өзбекістан, Қырғызстан, Армения, Грузия, Румыния, Қазақстанмен қоса 100-ден аса шаралар өткізген. Қазақстанда 1995 ж. бастап жұмыс жасайды. |
| "Атакент-Экспо" Халықаралық көрме компаниясы" ЖШС  (<https://www.atakentexpo.kz/>) | Халықаралық көрмелерді, жәрмеңкелерді ұйым дастыру бойынша Қазақстандағы жетекші компания. Компания мемлекеттік корпорациялар мен алып компаниялар тапсырысымен қоса шағын және орта бизнес кәсіпорындарына да қызмет көрсетеді. |
| «Астана Экспо» көрме компаниясы  (<https://astana-expo.com/>) | Көрмелерді ұйымдастырудың ажырамас бөлігі – презентация, симпозиум, конференциялар, семи нарлар, дөңгелек столдарды жетекші мамандардың қатысуымен ұйымдастыру. |

|  |  |
| --- | --- |
| 12-кестенің жалғасы | |
| 1 | 2 |
|  | Өткізілетін шаралар нысаны – кәсіпорын қызме тінің ғылыми-техникалық аспектілерін талқылау. Жалпы саланың қосалқы даму жолдарын қарастыру. |
| «Fair Expo» көрме компаниясы» ЖШС (<https://www.fairexpo.kz/>) | Халықаралық көрмелерді, жәрмеңкелерді ұйымдастыру бойынша жетекші компания. 1999 жылдан бастап дербес жұмыс жасайды. |
| «КАЗЭКСПО» Халықаралық көрме компаниясы» ЖШС  (<http://www.kazexpo.kz/>) | Қазақстандығы халықаралық конгресс пен көр мелерді және шетелдегі қазақстандық көрмелерді ұйымдастырушы болып табылады. Шетел мемле кеттерінің елшіліктерімен, сауда өкілдерімен тығыз байланыс арқасында семинарлар, тренингтер, презинтациялар ұйымдастырады. |
| «NS EXPO» көрме компаниясы» ЖШС (<http://ns-expo.kz>) | Қазақстанда мамандандырылған көрмелер ұйымдастырады. 2017 ж. құрылған. |
| Алматы қаласының сауда және инвестиция палатасы (<https://alcci.kz/kk/> ) | Жетекші қызмет бағыттарының бірі – іскерлік іс-шараларды ұйымдастыру. 350 - астам өткізілген іс-шараларға 26250 - астам адам қатысты. |
| **«ExpoGroup»** Халықаралық көрме компаниясы  (<https://eldala.kz/dannye/kompanii/6863-expogroup>) | Халықаралық, аймақтық көрмелер мен жәрмеңкелерді ұйымдастыру және өткізу болып табылатын халықаралық көрме компаниясы. 2010 ж. құрылған. |
| **«TNT EXPO» компаниясы» ЖШС (**<https://www.tntexpo.kz/index-ru.html>) | Халықаралық көрмелер, семинарлар, конферен циялар ұйымдастыруға, көрме стендтерін әзірлеуге және салуға маманданған компания |
| Ескертпе – Автор құрастырған | |

Компаниялардың тақырыптық іс-шаралары экономиканың 22 түрлі секторын қамтиды, олардың ішінде: мұнай және газ, энергетика, тау-кен және металлургия, құрылыс, туризм, көлік және логистика, тамақ өнеркәсібі және ауыл шаруашылығы, медицина, т.б. бар.

Іс-шаралар Қазақстан Республикасы Үкіметінің, Индустрия және инфрақұрылымдық даму министрлігінің, Энергетика министрлігінің, Денсаулық сақтау министрлігінің, Еңбек және халықты әлеуметтік қорғау министрлігінің, Ауыл шаруашылығы министрлігінің, Ішкі істер министрлігінің және Қазақстан Республикасының басқа да бейінді министрліктері мен комитеттерінің, облыстық/қалалық әкімдіктердің (әкімшіліктердің) және салалық қауымдастықтардың ресми қолдауымен өтеді.

Алматы сауда және инвестициялар палатасының деректері бойынша 2022 жылы Қазақстанда 70 Халықаралық көрме өтті [83]. Категориялар бойынша олар келесідей жайғасым тапты (%): Үй және офис, Ауыл шаруашылығы – 11,4; Құрылыс, Медицина – 8,6; Көлік, логистика, қала, Туризм – 4,3; Мәдениет, өнер, қолөнер – 5,7.

2023-2024 жылдары World Expo қамқорлығымен 8348 іс-шара өткізу жоспарлануда. Олардың – 77 – Қазақстанда: көрме – 75, 1 конференция (Астанада) және 1 форум (Алматыда). Қазақстан өңірлерінде өткен халықаралық көрмелер саны: Алматыда - 39, Астанада - 31, Атырауда, Павлодарда – 2-ден, Қарағандыда, Шымкентте, Өскеменде – 1-ден [84].

Іскерлік туризмдегі тақырыптық көрмелердің құрылымдық сала бағыттары көбінесе мына категорияларға жатады: Үй және офис; Өнеркәсіптік инженерия; Ауыл шаруашылығы, агро; Құрылыс; Көлік, логистика, қала; Медицина; Туризм; Қауіпсіздік және қорғау; Автомобильдер, мотоциклдер; Энергетика, электро жабдықтау; Мәдениет, өнер, қолөнер; Азық-түлік тағамдары мен сусындар жатады (16-сурет).



# Сурет 16 – Қазақстан аймақтарында 2023 жылы өткізілетін халықаралық көрмелердің жиілігі бойынша көшбасшы салалардың құрылымдық үлесі

Ескертпе – Әдебиет негізінде құралған [85]

Қазақстанда «Astana Travel Expo» және «Туризм және саяхат» халықаралық көрмесі (KITF) тұрақты түрде өткізіліп тұрады.

«Astana Travel Expo» өз жұмысы барысында 2004 жылдан 2021 жылға дейін «Astana Leisure» атаумен өткен көрме. Күзгі-қысқы туристік маусым қарсаңында маңызды кәсіби шара ретінде және тұтастай алғанда саланың өзекті трендтерін талқылау және жұмыс істеу үшін тиімді нетворкинг құру алаңы ретінде өзін көрсетті. Іс-шараны ұйымдастырушының мәртебесі 2019 жылы PATA Travel Mart ірі халықаралық іс-шарасының операторы болуға мүмкіндік берді.

Көрменің экспоненттері ұлттық және өңірлік туристік ұйымдар, туроператорлар, туристік агенттіктер, авиакомпаниялар, қонақ үйлер, санаторийлер, демалыс орталықтары болып табылады. Көрменің негізгі апгрейді- күшейтілген іскерлік бағдарлама, ол өз алдына нарықтың ең өзекті мәселелері мен ұсыныстарын қамтиды, және көкейкесті сұрақтарына жауап береді, астаналық алаңның ресурстарын қолдана отырып сапалы кадрлар даярлауға түрткі.

«Astana Leisure» көрмесіне қатысушылар жаңа бизнес байланыстар орнатуға, халықаралық, қазақстандық, орталық азия, ресейлік, кавказдық және басқа да туристік компаниялармен келісімшарттар жасасуға, туризм саласындағы инновацияларды білуге және бөлісуге бірегей мүмкіндік алады.

Көрменің негізгі бөлімдері: Ұлттық және аймақтық туристік ұйымдар; Туроператорлар мен турагенттер; Авиакомпаниялар; Қонақ үйлер, пансионаттар, санаторийлер; Сауда бірлестіктері мен ұйымдары; Туризмдегі сақтандыру және банктік қызметтер; Туризмдегі ақпараттық технологиялар; Медициналық туризм.

Жұмыс істеген жылдары көрмеге 30-дан астам елден 25 мыңнан аса маман келді. Көрмеге жыл сайын 90-нан астам компания қатысады [86].

KITF Қазақстандық халықаралық көрмесі 2001 жылдан бастап Алматыда өткізілуде. Экспозиция Орталық Азиядағы туризм бойынша ең ірі кәсіби алаң және еліміздің туристік саласының басты оқиғасы болып табылады.

KITF – ол қарапайым көрме емес. Ол жалпы туристік саланың жағдайын және оның жеке трендтері мен бағытын, даму болашағын және жаңа мүмкіндіктерін көрсетуші стратегиялық маңызды кәсіби іс шара.

Жыл сайын KITF-те әлемнің түкпір түкпірінен бес мыңнан астам турбизнес мамандары кездеседі, оның ішінде туроператор, авиакомпаниялар, ұлттық және өңірлік туристік ұйымдар, орналастыру объектілерінің өкілдері – отельдер, емдеу-сауықтыру және медициналық орталықтар, туризмдегі IT-технологияларды әзірлеушілер мен жеткізушілер, шетелдегі жылжымайтын мүліктер және басқа да салалар.

KITF шеңберінде халықаралық ауқымдағы: меморандумдарға, келісімдерге, елдер арасындағы өңіраралық және шекара маңы ынтымақтастығы бағдарламаларына қол қою, сондай-ақ республикалық кеңестер, пленарлық отырыстар, роуд-шоулар, семинарлар, тұсаукесерлер және басқа да салалық іс-шараларды өткізу Қазақстан мен Орталық Азия туриндустриясы нарығы үшін көрменің тиімділігін көрсетеді.

KITF экспозициясының жыл сайынғы оң динамикасы туристік қызметтер нарығының индикаторы болып табылады. Дәл осы жерде халықаралық және жергілікті компаниялар нарықтың қажеттілігі мен тұтынушының қызығушылығын бағалайды, бәсекелестік ортаны зерттейді, пайданы арттырудың жаңа қолданыстағы құралдарын табады, одан әрі жұмыс істеу стратегиясын жасайды. 30 астам елдің өкілдері қатысады.

Көрменің негізгі бөлімдері: Халықаралық туризм, Ішкі туризм**,** Медициналық және сауықтыру туризмі, MICE-Іскерлік туризм, Шетелдегі жылжымайтын мүлік.

«Туризм және саяхат» көрмесі халықаралық және өңіраралық салалық байланыстарды нығайту үшін сенімді алаң ретінде өзін танытты. Іс-шараға мемлекеттік компаниялардың өкілдері және ұлттық стендтерін көрмеге әкелетін дипломатиялық миссиялар ерекше назар аударады.

Көрме индустриясының сарапшылары KITF көрмесіне алаңның B2B халықаралық стандарттарына сәйкестігі үшін UFI (Дүниежүзілік көрме индустриясы қауымдастығы) сапа белгісін берді. KITF шеңберінде: меморандумдарға, келісімдерге, елдер арасындағы өңіраралық және шекара маңы ынтымақтастығы бағдарламаларына қол қою, сондай-ақ республикалық келісімдер, пленарлық отырыстар, роуд-шоу, семинарлар, презентациялар және басқа да салалық іс-шаралар сияқты халықаралық ауқымдағы іс-шараларды өткізу Қазақстан мен Орталық Азия туриндустриясы нарығы үшін көрменің тиімділігін көрсетеді.

Көрмеге қатысудың әсері: клиенттік (серіктес) базаның ұлғаюы, компанияның (өнімдердің, қызметтердің) бренді туралы хабардың артуы, бар серіктестіктердің нығаюы, жаңа нарыққа шығу, жаңа өнімді (қызметті) шығару, бәсекелестердің бизнес белсенділігін зерттеу [87].

Соңғы жылдары Қазақстан халықаралық деңгейдегі, саяси және спорттық шараларды өткізетін алаң ретінде өзін әлемге танытып келе жатқаны белгілі. Соңғы жылдардағы Қазақстанда өткен Еуропадағы Қауіпсіздік және Ынтымақтастық Ұйымының саммиті (ЕҚЫҰ, 2010 ж.), әр жыл сайын (2008 ж. бастап) өткізілетін Астана экономикалық форумы (АЭФ), 3 жыл сайын (2003 ж. бастап) өткізілетін Әлемдік және дәстүрлі діндер көшбасшылары съезі, сонымен қатар, VII Қысқы Азия Ойындары немесе Азиада-2011, Универсиада-2017 (28-ші Халықаралық студенттік қысқы ойындар), EXPO –2017 сияқты әлемдік аренада мемлекеттің авторитетін нығайтатын, танымдылығын арттыратын ірі халықаралық саяси және спорттық шаралардың жиынтық тізімін келтіруге болады. Өңірлер және мемлекеттер арасындағы іскерлік, мәдени және ғылыми байланыстар да нығая түсуде.

Астана қаласы ТМД елдері арасында алғаш рет 2009 жылы қазан айында UNWTO Бас ассамблеясының XVIII сессиясын өткізді.

Іс-шара республиканы жаңа туристік бағыт ретінде танытуға және отандық туристік индустрияны дамытудың инвестициялық тартымдылығын арттыруға мүмкіндік берді. Жаһандық саммитті өткізу елорданың дамуына серпін берді, өзін дамыған инфрақұрылымымен бірге, жақсы конгресс және көрме мүмкіндіктері бар қала ретінде көрсетуге мүмкіндік берді. Сессияға әлемнің 156 елінен 700 ден астам делегат қатысты [88].

2010 жылғы желтоқсанда ЕҚЫҰ (ОБСЕ)-ның Астана Саммитіне мемлекеттер мен үкіметтердің басшылары, 56 елдің саяси қайраткерлері, 600-ге жуық халықаралық ұйымдардың өкілдері, 1500 журналист форум жұмысын жариялады.

2019 жылдың 9-11 қазаны аралығында Тәуелсіздік сарайында VIII «Ақылды қалалар - ақылды дестинациялар» атты жаһандық қалалық туризм мәселелері бойынша саммиті өтті. Нұр-Сұлтан қаласы әкімдігі мен UNWTO ұйымдастырып жатқан шарада қаланы басқару, жаңа инновациялар мен технологиялар, сондай-ақ туризм саласын тұрақты әрі инклюзивті қалаларды дамытуға септігін тигізе алатын құрал ретінде қала өміріне кеңінен енгізу жолдары қарастырылды [89].

Астана экономикалық форумы әлемнің ірі халықаралық форумдарының бірі болып табылады. 2008 жылдан бастап АЭФ жыл сайын қазіргі заманның негізгі экономикалық және әлеуметтік сын-қатерлеріне қарсы күрес бойынша шешімдерді іздестіру үшін жаһандық көшбасшыларды, сарапшыларды және бизнес-қауымдастық өкілдерін жинайды (13-кесте).

Кесте 13 – АЭФ-тің өткізілу хронологиясы

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Форум | Өткізілу жылы | Қатысушылар саны | Қатысушы елдер саны |
| I АЭФ | 2008 | 100 | 40 |
| II АЭФ | 2009 | 1150 | 59 |
| III АЭФ | 2010 | 2000 | 50 |
| IV АЭФ | 2011 | 5000 | 80 |
| V АЭФ | 2012 | 6500 | 85 |
| VI АЭФ | 2013 | 12000 | 132 |
| VII АЭФ | 2014 | 10000 | 150 |
| VIII АЭФ | 2015 | 3000 | 90 |
| IX АЭФ | 2016 | 4500 | 90 |
| X АЭФ | 2017 | 8000 | 100 |
| XI АЭФ | 2018 | 5000 | 111 |
| XII АЭФ | 2019 | 5600 | 74 |
| Ескертпе – Әдебиет негізінде құралған [90] | | | |

2020-2022 жылдар аралығында форум пандемия салдарынан өткізілген жоқ, бірақ кезекті форум 2023 жылы жоспарлануда [91].

Әлемдік және дәстүрлі діндер лидерлерінің съезі (ӘДДЛС) Астанада өткізіледі. Іс-шараларға көптеген христиан, ислам, иудаизм, буддизм, даосизм, индуизм, зороастризм және синтоизм өкілдері, сондай-ақ үкіметтік емес және мемлекеттер мен халықаралық ұйымдардың басшылары, беделді саяси, ғылым және қоғам қайраткерлері қатысады (14-кесте).

Кесте 14 – Әлемдік және дәстүрлі діндер лидерлерінің съезінің өткізілу хронологиясы

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Съезд | Өткізілу жылы | Делегациялар саны | Қатысушы елдер саны |
| I ӘДДЛС | 2003 | 45 | 13 |
| II ӘДДЛС | 2006 | 29 | 20 |
| III ӘДДЛС | 2009 | 77 | 35 |
| IV ӘДДЛС | 2012 | 85 | 40 |
| V ӘДДЛС | 2015 | 80 | 42 |
| VI ӘДДЛС | 2018 | 82 | 43 |
| VII ӘДДЛС | 2022 | 100 | 50 |
| Ескертпе – Әдебиет негізінде құралған [92] | | | |

Дамыған елдер соңғы бір жарым ғасырдан бері бір-біріне жетістіктерін көрсетіп, табыстарын таразылау үшін өзара бас қосып отыруды дәстүрге айналдырып келеді. Бұл дәстүр ел арасында халықаралық көрме немесе EXPO деп аталады, EXPO – индустриалиазацияның символы. Техникалық жетістіктер мен техниканың өзін назарға салатын халықаралық көрме яғни дүние жүзі халықтарының өмірдің түрлі саласында қол жеткізген жетістіктерін, жәдігерлерін көрсететін алаң. Бүгінде бұл көрмеге дүниежүзінің 161 мемлекеті мүше болып отыр. Оның жұмысын ұйымдастыру үшін арнайы Халықаралық Көрмелер Бюросы (ХКБ) құрылған.

Қазақстан ХКБ-ға 1997 жылы мүше болып кірді. Халықаралық Көрмелер Бюросы көрме өткізуші елдердің дамуына үнемі түрткі болуда, туристердің келуін қамтамасыз етеді, ұлттық брендтерді, жобаларды жарнамалайды, ұлттық жетістіктерді алға тартады. Атаулы көрме елдің оңтайлы туристік имиджін қалыптастыруда қуатты, белсенді құралы болып табылады. Оған миллиондаған турист келеді, сондықтан әр ел өзінің экономикалық және технологиялық деңгейін әлемге паш ететін бірегей павильон құрады.

Дүниежүзілік әмбебап EXPO көрмелері – ол елдердің экономика, ғылым, техника мен мәдениет, өнер салаларында және қоғамдық өмірдің басқа да салаларындағы өздерінің жетістіктерін көрсететін, таныстыратын халықаралық көрмелер. Индустрияландырудың белгі-нышаны және техникалық, технологиялық жетістіктердің ашық алаңы бола отырып, дүниежүзілік EXPO көрмелері өрлеудің ғана емес, сонымен қатар әлемде туризмді дамытудың да өзіндік қозғалтқышына, серпініне айналған.

2014 жылы Қазақстан EXPO-2017 халықаралық мамандандырылған көрмені өткізуші мемлекет ретінде ресми рұқсат алды: Париждегі 155 Халықаралық көрмелер Бюросы Бас Ассамблеясының 155-ші сессиясында EXPO туы Қазақстанға табысталды.

EXPO-2017 көрмесі ТМД-ға мүше елдердің ішінде Қазақстанда алғаш өтті. Көрменің Астана қаласында өтуі жалпы республиканың туризм саласына, оның ішінде іскерлік туризмнің дамуына жаңа серпіліс берді.

Еліміздің бас қаласында үш жыл ішінде жалпы көлемі 174 га қамтитын аумақта құрылыс жұмыстары жүргізілді, көрме территориясы 25-га қамтыды.

ЭКСПО-2017 халықаралық көрмесін өткізу үшін бес жыл дайындық барысында республикалық бюджет Заңына сәйкес 565,1 млрд. тг. немесе 2,1 млрд. долл. бөлінді. Оның ішінде, Астана қаласының бюджетінен –1,58 млрд. тг. бөлінді [93].

ЭКСПО-2017 көрмесі елдің мәдени өміріне оң серпіліс берді, отандық туристік саланың дамуына септігін тигізді, елдің экономикасына ауқымды үлес қосты.

1400 шағын және орта бизнес кәсіпорындары 640 млрд теңге сомасына тауар және қызмет жеткізуге тапсырыс алды. Астаналақ дүкендердің тауар айналымы 20%-ға өсті, сауда-ойын-сауық орталықтарына келушілер екі есе өсті. Астанада кәсіпкерлік субъектілері саны 10%-дан астамға көбейді. Астанадағы қызмет саласынан бюджетке түсім 1,2 есеге ұлғайды [94].

115 ел мен 22 халықаралық ұйым өз жетістіктерін көрсеткен көрмеге 4 миллионға жуық адам қатысты, олардың үштен екісі жастар мен мектеп оқушылары болды. Күн сайын ЭКСПО-2017 кешеніне 40-50 мың адам келді. Ең көп барған қазақстандық «Нұр Әлем» павильоны болды, онда 1 миллион 300 мың адам болды. Көрмеге 600 мың шетелдік келді [94].

Қонақтар халықаралық көрмені өткізу кезінде «Этноауыл» ұлттық-мәдени кешеніне барды, онда қазақ этносының өмірі мен тұрмысы көрнекі түрде көрсетілді. Кешен аумағында «The Spirit of Astana» заманауи этникалық музыка фестивалі өтті. «Астана опера» мемлекеттік опера және балет театры көрме жұмысының 93 күнінде 50-ден астам спектакль өткізді. Дүниежүзілік опера әншілерінің «Опералия Пласидо Доминго» байқауы өтті, оның негізін қалаушы және жетекшісі-әлемдік опера аңызы Пласидо Доминго. Байқау Астанада әлемнің 40 үздік вокалистін жинады [95].

Көрмемен қатар Ұлттық музейде «Цинь Шихуандидің терракоталық армиясы», «Шамбаланы іздеу: Николас Рерихтің Нью-Йорк мұражайынан шедеврлер», «АҚШ-тың жеке коллекцияларынан орыс өнерінің шедеврлері» сияқты бірегей экспозициялар әкелінді, көрменің 93 күнінде мұражайға 3,5 миллион адам келді [95].

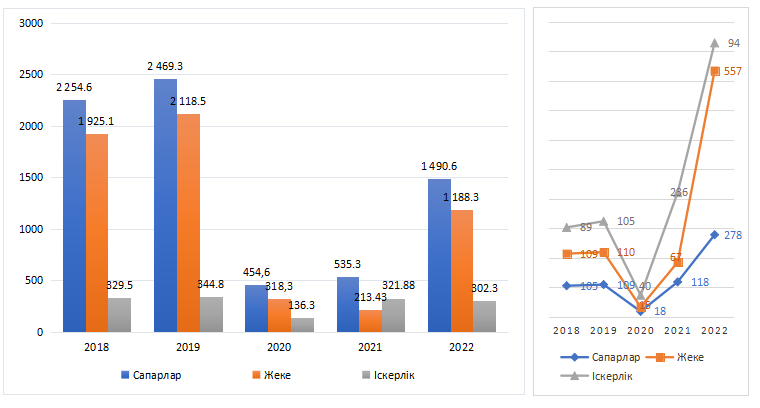
Көрме барысында «Еуразия» кинофестивалі өтті және бұл фестиваль Канн, Берлин, Венеция сияқты кинофестивальдермен қатар халықаралық продюсерлік қауымдастықтар Федерациясымен аккредиттелді. Осының нәтижесінде, Астана ЭКСПО-2017 кезінде әлемдік мәдениеттің орталығына айналды, бұл елдің имиджіне өте жақсы әсер етті, біріншіден, көрмеге келген шетелдіктер осы елде тұратын халықтың тұрмысы мен мәдениетін өз көздерімен көре алды, ұлттық ойындар белсенді өткізілді, «Қыз Жібек» сияқты ұлттық қойылымдар қойылды, ұлттық музыка ойнады, екіншіден, мұның бәрі елдің жоғары зияткерлік және мәдени дамуының көрсеткіші болды.

Көрмені өткізу туристік саланың дамуына айтарлықтай импульс берді. Туроператорлардың қызметіне сұраныс шамамен екі есеге өскенін көрсетті. Көрмеге келушілердің ағыны Қазақстанның Азаматтық авиация көрсеткіштеріне де оң әсерін тигізді. Ішкі бағыттар бойынша жолаушылар ағыны 88%, халықаралық бағыттар бойынша – 30% өсті, Астана әуежайы үш айда 1,5 млн адамға қызмет көрсетті [94].

Қазақстанда өткізілетін саяси, мәдени іс-шаралар елдің іскерлік рейтингін одан әрі арттыруға, тек мегаполистерде ғана емес, аймақтарда да іскерлік туризмді дамытуға ықпал етеді (Қосымша Б).

**2.2 Туристік ағындар мен іскерлік туризм инфрақұрылымын талдау**

Сапарлармен байланысты операциялар – қызмет көрсету сауда-саттығындағы басты компоненттердің бірі. 2020-2021 жылдары осы көрсеткіштің динамикасына, оның географиялық орналасқан жері және шетел азаматтарының Қазақстанға келу және қазақстандықтардың шетелге шығу бойынша пандемия кезіндегі шектеу әсер етті. Нәтижесінде 2020 жылы елдің төлем балансы «Сапарлар» бабы бойынша қызметтер экспорты (яғни келушілерге қызмет көрсетілгені) 5,42 есеге қысқарды, сәйкесінше 454,6 млн. долл. құрады [96]. 2019 жылы осы көрсеткіш 2463,3 млн. долларға тең болды. 2021 жылы өткен жылмен салыстырғанда осы көрсеткіш 18%-ға (17,7%) көтеріліп, 535,3 млн. долл. құрады (17-сурет).



а ә

а – абсолютті өзгеріс, ә – салыстырмалы жыл сайынғы өзгеріс

Сурет 17 – Сыртқы экономикалық сапарлар қызметтердің экспорты,

2018-2022 жж., млн. долл.

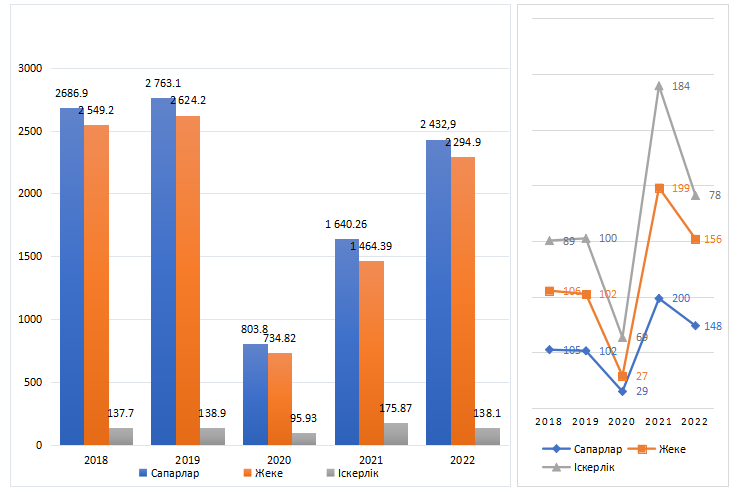
Ескертпе – Әдебиет негізінде құралған [96, б. 60; 97]

ҚР Ұлттық статистика бюросының деректері бойынша, біздің елге келуші туристерге көрсетілген қызмет 2019 жылмен салыстырғанда 2020 жылы 5,4 есеге төмендеген – 454,6 млн. долл. құраған. 2021 жылы, 2019 жылмен салыстырғанда – 4,6 есеге төмендеді, яғни 535,3 млн. долл. құрады. Іскерлік мақсаттағы келген туристерге көрсетілген қызмет, 2019 жылдың көрсеткішімен салыстырғанда, сәйкесінше: 2020 жылы - 2,5 есеге, 2021 жылы – 1,07 есеге (7%-ға) төмендеді. 2021 жылы 2020 жылдың мәліметтерімен салыстырғанда 2,36 есеге өскен.

2022 жылы жағдайдың одан әрі жақсаруы байқалды. Жалпы келуші туристерге көрсетілген қызмет 2022 жылы 2019 жылдың 60,4%-ын, жеке мақсатпен келген туристерге – 56,1%-ын, іскерлік мақсатпен келген туристерге – 87,7%-ын құрады. Жыл ішінде жағдай жақсара берді. 2021 жылмен салыстырғанда көрсеткіштер өсті: жалпы келуші туристерге көрсетілген қызмет – 2,78 есе, жеке мақсатпен келген туристерге – 5,57 есе. Іскерлік мақсатпен келген туристерге көрсетілген қызмет 2019 жылдың көрсеткішіне жақындады (94%-ын құрады).

ҚР төлем балансының «Сапарлар» бабы бойынша қызметтердің импорты экспорттан жоғары, яғни шығу келуден басым (18-сурет).

2019 жылмен салыстырғанда шетелде отандастарымыздың демалысына жұмсалған жиынтық шығындар төмендеген: 2020 жылы – 3,32 есеге, 2021 жылы – 1,68 есеге. Іскерлік мақсатпен кеткен туристердің шығындары 2020 жылы 1,45 есеге төмендеді. 2021 жылы жағдай жақсарды. 2019 жылмен салыстырғанда іскерлік туристердің шығындары 26,7%-ға өсті, ал оның алдындағы 2020 жылмен салыстырғанда 184%-ға өсті. Бұл туризмнің пандемиядан кейін қалпына келе жатқанын растайды.



а ә

а – абсолютті өзгеріс, ә – салыстырмалы жыл сайынғы өзгеріс

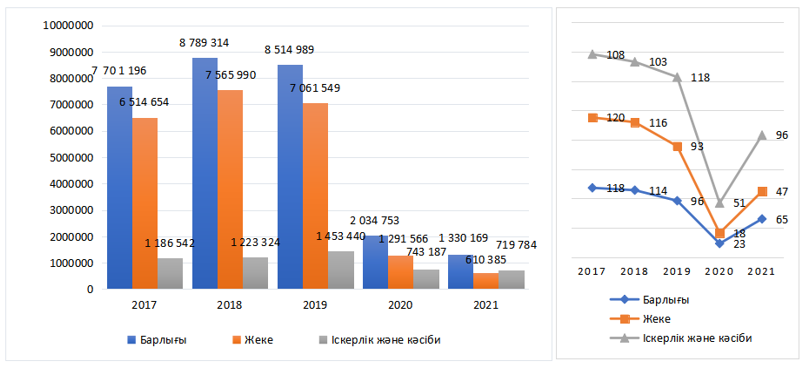
Сурет 18 – Сыртқы экономикалық сапарлар қызметтерінің импорты,

2018-2022 жж., млн. долл.

Ескертпе – Әдебиет негізінде құралған [96, б. 61; 97]

Өсім 2022 жылы жалғасты. 2021 жылмен салыстырғанда жалпы отандық туристердің шетелдегі шығындары 148%-ға өсті. Оның ішінде жеке мақсатпен барған туристердің шығындары 157%-ға өсті, ал іскерлік мақсатпен барған туристердің шығындары 2021 жылдың шығындарының 78,5%-ын құрады.

Ұйымдастырылған кіру және шығу ағындарының статистикасын келтірейік (19-сурет).



а ә

а – абсолютті өзгеріс, ә – салыстырмалы жыл сайынғы өзгеріс

Сурет 19 – Мақсаттары бойынша кіру туризмі бойынша келушілер саны,

2017-2021 жж., адам

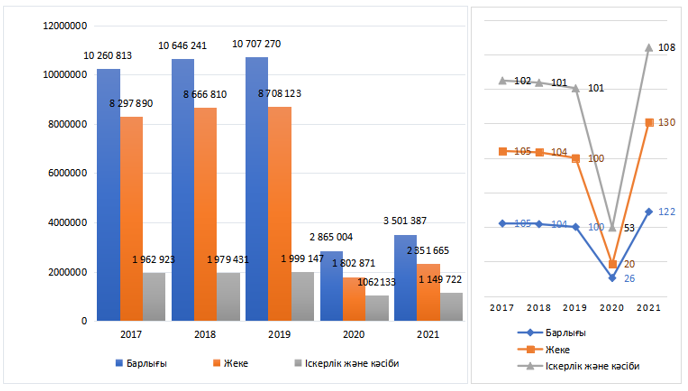
Ескертпелер:

1. 2022 жылдың көрсеткіштері әлі жарияланған жоқ.

2. Ескертпе – Әдебиет негізінде құралған [96, б. 62]

Осы уақыт аралығында елімізге келген шетелдіктер саны азайды. 2019 жылмен салыстырғанда 2020 жылы – 4,18 есе, 2021 жылы – 6,4 есеге. Олардың ішінде, іскерлік мақсатпен келген туристер саны 2019 жылмен салыстырғанда 2020 жылы 2 есеге тақау (49%) төмендеген, 2021 жылы – 2 есеге.

Қазақстандықтардың шетелге сапарларының жалпы саны 2020 жылы 2019 жылмен салыстырғанда 3,74 есеге қысқарды, 2021 жылы – 3,06 есеге. Бірақ 2020 жылмен салыстырғанда 2021 жылы – 22%-ға өсті (20-сурет).



а ә

а – абсолютті өзгеріс, ә – салыстырмалы жыл сайынғы өзгеріс

Сурет 20 – Мақсаттары бойынша шығу туризмі бойынша келушілер саны,

2017-2021 жж., адам

Ескертпелер:

1. 2022 жылдың көрсеткіштері әлі жарияланған жоқ.

2. Ескертпе – Әдебиет негізінде құралған [96, б. 58]

Шетелдерге іскерлік сапарлар, 2019 жылмен салыстырғанда, 2020 жылы 47%-ға, 2021 жылы – 43%-ға қысқарды. 2021 жылы 2020 жылмен салыстырғанда 8%-ға өсті.

Жоғарыда келтірілген мәліметтер негізінде біз соңғы 5 жыл ішінде отандық туристердің шетелге барғандағы жұмсаған шығындарын және шетелдік туристердің біздің елге келгендегі жұмсаған шығындарын көрсетейік (15-кесте). Зерттеуіміз Қазақстандықтардың шетелге, оның ішінде іскерлік мақсаттарға баруы кезіндегі шығыстары соңғы жылдары өскендігін көрсетті.

Біздің елдегі шетелдік туристердің шығындары көрсеткішіне пандемия әсер етті. 2020 жылы 2019 жылмен салыстырғанда бір шетелдік туристің шығыны 1,29 есеге төмендеді. Бірақ келесі, 2021 жылы, шығын өсті: орташа статистикалық туристе – 1,8 есеге, іскер туристе – 2,4 есеге (15-кесте).

Сенімді серіктес-қонақ үйді таңдау – компания қызметкерлерінің іссапарларын тиімді ұйымдастырудың маңызды факторы. Серіктесті таңдау критерийлері оның саяхат саясатында нақты көрсетілуі керек. **Қонақүйлерді дұрыс таңдау іссапарларды ұйымдастырумен, шығындарды бақылау процесінде маңызды рөл атқарады. Бұл сапарларға кететін шығындар ғана емес, сонымен қатар іскери туристердің қауіпсіздігі де осыған байланысты, бұл бүгінде әлемдік тәжірибедегі басты критерий болып табылады.** Дамыған елдердегі қызметкерлерге қамқорлық (Duty of care) кез келген компания қызметінің негізгі құрамдас бөлігі болып табылады.

Кесте 15 – Туристер шығыны, 2017-2021 жж., млн долл.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Жылдар | Шетелдегі отандық туристер | | Шетелдік туристер Казақстанда | |
| орташа статистикалық | іскерлік | орташа статистикалық | іскерлік |
| 2017 | 249,5 | 78 | 277,3 | 310,4 |
| 2018 | 252,4 | 69,6 | 256,5 | 269,3 |
| 2019 | 258,1 | 69,5 | 289,3 | 237,2 |
| 2020 | 290,0 | 90,3 | 223,4 | 183,4 |
| 2021 | 468,5 | 153 | 402,4 | 447,2 |
| 2022\* | - | - | - | - |
| \* – көрсеткіштерді есептейтін мәліметтер әлі жарияланған жоқ.  Ескертпе – Әдебиет негізінде құралған [96, б. 56] | | | | |

Қазақстанда бизнес-туризмді дамытудың тежеуші факторларының бірі әлемдік деңгейдегі қонақ үйлердің жетіспеушілігі болып табылады [98]. Тәжірибе көрсеткендей, өзін-өзі құрметтейтін шетелдік кәсіпкер қызмет көрсету деңгейі күмәнді қонақ үйде тоқтамайды.

Отандық компаниялардың барлық басшылары қонақүй серіктесін дұрыс таңдаудың маңыздылығы мен пайдалылығын толық түсінбейді, ал duty of care саясаты компанияның қызметкерлерге қамқорлық жасау, оның ішінде бизнес-сапарлар кезінде қолайлы жұмыс жағдайларын жасау міндетін білдіреді және барлық дамыған елдерде үлкен маңызға ие, бірақ Қазақстанда әзірге барлық компанияларда сақталмайды.

Мұның бір себебі, әрине, компанияда қатаң трэвел саясатының болмауы немесе оны сақтамау. Тағы бір себеп – елдегі қонақ үй бизнесінің жеткіліксіз дамуы.

Іскерлік шараларға тапсырыс берушілерді тарту кезінде әрбір қонақ үй өзінің мүмкіндіктеріне – нөмірлік қорға, отырыстарға арналған залдардың саны мен сиымдылығына, қажетті көмекші қосымша, бөлмелердің, үй-жайлардың болуына, мейрамхана кешенінің қуатына негізделеді. Қонақ үй барлық қатысушылармен келушілер үшін қолайлы жұмыс жағдайларын қамтамасыз ете отырып, қол жетімді бөлмелерді оңтайлы жүктеу үшін әртүрлі іс-шараларды ұйымдастырушылардың сұраныстарын қанағаттандыруы керек.

Жалпы конгресс-орталықтардың халықаралық қауымдастығымен (AIPC) іскерлік және ғылыми сипаттағы іс-шараларды өткізуге арналған үй-жайларға (помещения) сәйкес келетін стандартты талаптар анықталған.

Бұл талаптар әртүрлі мақсаттағы үй-жайлардың, арнайы жиһаздар мен жабдықтардың, қажетті қызметтер жиынтығының, қызмет көрсетуші персоналдың біліктілігінің, қауіпсіздік шараларының қажетті санына қатысты. Бұл осындай іс-шараларға қатысушылардың тиімді жұмыс істеуі үшін жағдай жасау үшін істеледі.

Біздің елдегі қонақ үй бизнесі жай-күйіне және оның іскерлік мақсаттағы қонақтарды қабылдау мүмкіншілігіне тоқтайық.

MICE шаралардың бәрі қонақжайлылық индустриясымен тікелей байланысты: бүгінгі күнде үлкен көлемдегі отельдер кездесуді, келіссөздерді жүргізу, форумдар, конференциялар мен семинарларды, тимбилдингтер және тағы басқаларды өткізу үшін кең мүмкіншіліктері бар.

ICCA зерттеулері бойынша әлемде соңғы 10 жылда ауқымды көрмелерден басқа іскерлік туризм іс-шараларын қонақүйлерде, отельдерде өткізу белең алып отыр.

Қазіргі халықаралық туризмде туристік қызметтердің сапасы бірінші орынға шығады, олардың арасында қонақ үй қызметтері өте маңызды болады. Туристік ағындардың көлемі де орналастыру және тұру секторындағы қызметтердің мөлшері мен сапасына байланысты. Қазіргі уақытта қонақүйлердің барлық жіктеулерінде қонақ үй қызметтерін бағалау сандық және сапалық өлшемдерге сәйкес жүзеге асырылады. Бүгінгі таңда қонақ үйлердің сапалық сипаттамалары қонақжайлылық индустриясының бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз етуде басты орынға ие. Қонақ үй қызметтерінің сапасын анықтауға үш негізгі тәсіл бар:

*Біріншісі* – клиенттердің қажеттіліктерін толық қанағаттандыру үшін олардың қажеттіліктерін бағалаудың нақтылығы мен дәлдігін болжайды.

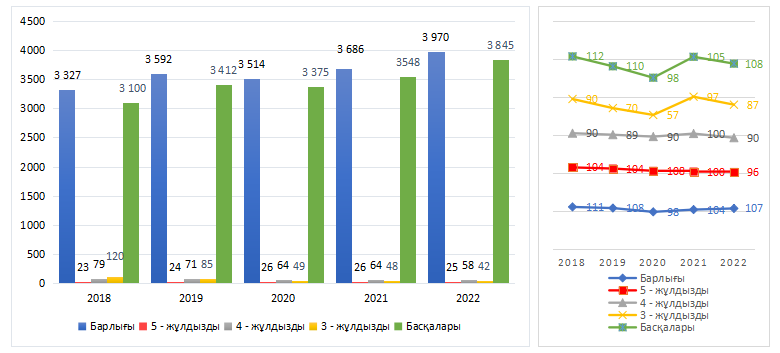
*Екінші тәсіл* – тұтынушыны қанағаттандыратын қонақ үй қызметкерлерінің дұрыс қызмет көрсетуіне негізделген.

*Үшіншісі* – сапаны тұрақты және қатаң қамтамасыз ету.

Қазіргі таңда еліміздің қонақ үй секторында белгілі бір прогресс байқалады. Бүгінгі таңда Қазақстандағы қонақ үй қызметтерінің шағын ғана нарығы өсу тенденцияларын көрсетеді.

2020 жылы орналастыру орындарының саны 2019 жыл көрсеткіштерімен салыстырғанда 78 бірлікке төмендеді немесе 3%-ға. 2021 жылы Қазақстан Республикасында орналастыру орындарының саны 2019 жылмен салыстырғанда 94 бірлікке өсіп, жалпы 3686 құрады (2,6%-ға өсті). 2017 жылмен салыстырғанда орналастыру орындарының саны 699 бірлікке (23%-ға), 2021 жылмен салыстырғанда 2022 жылы – 284 бірлікке (8%-ға) өсті (21-сурет).

3, 4 және 5 санаттағы қонақ үйлердің үлесі 2022 жылы жиынтықтың 3,2% құрады. 5 санаттағы қонақ үйлер көбіне іскер-кәсіби мақсаттағы туристермен толығады. 2022 жылғы мәлімет бойынша, жиыны 25 бес жұлдызды отельдердің ең көп орналасқан саны Алматы қаласы - 8, Астана қаласы - 6, Атырау және Актау қалаларында – 3-ден. 58 төрт жұлдызды қонақ үйлердің ең көп орналасқаны: 12-ден – Алматы мен Астана қалаларында, 7 – Ақмола облысында, 3 – Атырау қаласында, 3 – Тараз қаласында, 2 – Алматы облысында (Қосымша В) [96, б. 57].



а ә

а – абсолютті өзгеріс; ә – салыстырмалы жыл сайынғы өзгеріс

Сурет 21 – Санаттары бойынша бөлінген орналастыру орындарының саны,

2018-2022 жж., бірлік

Ескертпе – Әдебиет негізінде құралған [96, б. 57]

Әлемдік тәжірибеде қонақүй бизнесін жүргізуде қонақүйдің толық жұмыс жасауы үшін оның орташа толтырылымдылығы 40-60% деңгейде болуы тиіс деп саналады. Егер де бұл сала елімізде пайдасыз болатын болса, онда жұмыс істеп тұрғандарын кеңейту емес, керісінше орналастыру орындарын жабу үрдісі жүретін болар еді.

Көп жағдайда мұндай толтырудың төмендігі қонақ үй қызметтерінің жоғары бағасымен байланысты, ал қызмет сапасы халықаралық немесе ішкі туристердің талаптарына сәйкес келмейді. Қонақ үй сервисінің сапасы мен бағалар арасындағы елеулі алшақтықты Қазақстанда қонақ үйде тұру және тамақтану құны орналастырудың жалпы құнының 80%-ына жеткендігі айғақтайды. Сонымен қатар, туристік қызметі дамыған елдерде бұл шамамен 19% құрайды. Яғни, баға/сапа қатынасында Қазақстанның қонақ үй қызметі бәсекеге қабілетсіз.

Орналастыру орындарының сан алуан базасы Шығыс Қазақстан облысында ұсынылған, бұл «Алтай інжулері» кластерінің дамуымен байланысты, онда туризмнің алуан түрлері бар: белсенді және қызықты туризм, ойын – сауық, таулар мен көлдердегі демалыс, пантымен емдеу, гастрономиялық, санаториялық-курорттық. Мейрамханалары бар қонақ үйлер саны бойынша Алматы облысы (103), Астана (81) және Алматы (102) көш бастап тұр. 2021 жылы орналастыру орындарының жалпы санының 3670-тен жартысынан астамының ешқандай санаты болған жоқ, бұл олардың материалдық-техникалық базасының өте төмен екендігін және тиісінше қызметтердің қанағаттанғысыз сапасын куәландырады.

2020 жылы орналастыру орындарымен 3 581 340 адамға қызмет көрсетілген, алдыңғы, 2019 жылдан 42,9%-ға төмен. 2021 жылы осы көрсеткіш бір жылда 52,9%-ға көтерілді, сәйкесінше 5 474 971 адамды құрады. 2022 жылдың көрсеткіштерін 2021 жылдың осы көрсеткіштерімен салыстырғанда 1 860 191 адамға (34%-ға) өсті (22-сурет).

Осы жылдар ішінде қызмет көрсетілген шетелдік қонақтар санының өзгеруі келесідей. 2019 жылы қызмет көрсетілген резидент саны 2018 жылмен салыстырғанда 17,9%-ға өсті (830 922 адамнан 979 781 адамға). 2020 жылы қызмет көрсетілген резидент еместер саны күрт төмендеді - 252 726 адам (алдыңғы жылмен салыстырғанда 3,88 есеге төмендеді), 2021 жылы өткен жылмен салыстырғанда 1,3 есеге өсті (30,5%-ға) (329 754 адамға).



Сурет 22 – Орналастыру орындарымен 2018-2022 жж.

қызмет көрсетілген келушілер саны, адам

Ескертпе – Әдебиет негізінде құралған [96, б. 58]

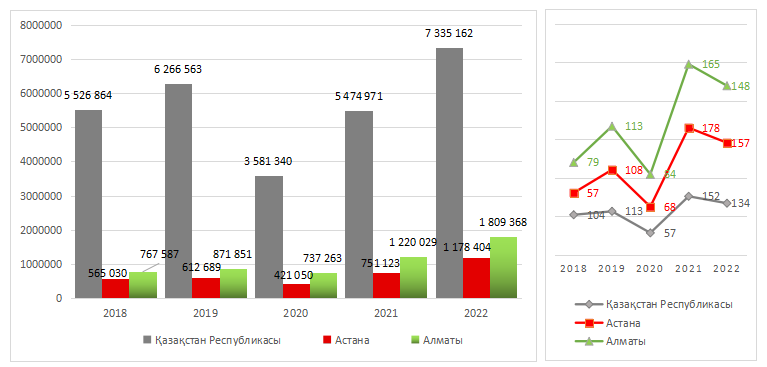
2022 жылы орналастыру орындарымен қызмет көрсетілген келушілер саны, оның ішінде қызмет көрсетілген резиденттер саны 2019 жылдың көрсеткішінен асты: тиісінше 1 068 599 адамға (17%-ға) және 1 120 536 адамға (21,4%-ға). Бірақ осы мерзімде қызмет көрсетілген резидент еместер саны 2019 жылдың көрсеткішіне жетпеді (51 937 адамға, немесе 5,3%-ға төмен).

2022 жылы 2021 жылмен салыстырғанда резиденттер саны 1 262 101 адамға (24,6%-ға), резиденттер емес саны 598 090 адамға (2,8 есе) өсті.

Егер қызмет көрсетілген келушілердің сапалық құрамын қарастыратын болсақ, еліміз бойынша қызмет көрсетілгендердің ең көп саны екі мегаполисте – Алматы мен Астанада.

2018 жылдан бастап алматылық орналастыру орындары астаналықтарға қарағанда көбірек келушілерге қызмет көрсетті (23, 24-суреттер).

2020 жылы ел бойынша орналастыру орындарымен қызмет көрсетілген келушілер саны 2019 жылмен салыстырғанда 43%-ға төмендеді. Астанада осы мерзімде осы көрсеткіш 32%-ға, Алматыда – 16%-ға төмендеді. 2021 жылы осы көрсеткіш өсті. Ел бойынша - 52%-ға, Астанада - 78%-ға, Алматыда – 65%-ға. 2022 жылы осы көрсеткіштердің барлығы пандемияға дейінгі, 2019 жылдың көрсеткіштерінен асты: ел бойынша – 1,17 есе, Астанада - 1,92 есе, Алматыда – 2,07 есе (23-сурет).



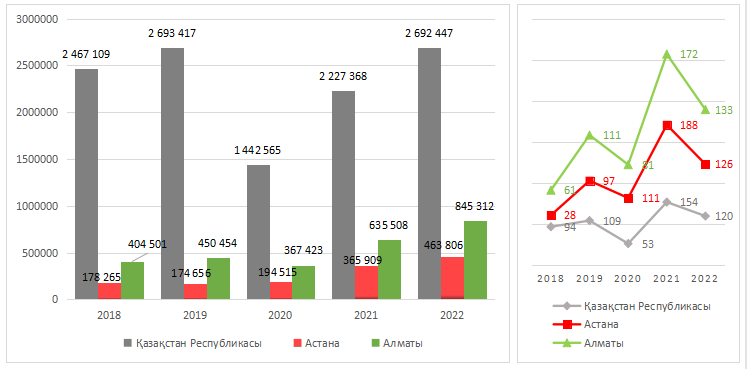
а ә

а – абсолютті өзгеріс, ә – салыстырмалы жыл сайынғы өзгеріс

Сурет 23 – Орналастыру орындарымен 2018-2022 жж. қызмет көрсетілген келушілер саны, адам

Ескертпе – Әдебиет негізінде құралған [96, б. 55]

Іскерлік мақсаттағы келушілерге қызмет көрсету - жоғарыда көрсетілген келушілерге орналастыру орындарымен қызмет көрсету бірдей жағдайда. Қарастырылып отырған кезеңде іскерлік мақсаттары бар келушілердің ең көп саны 2019 жылы байқалды – 2 693 417 адамға ел бойынша қызмет көрсетілген.



а ә

а – абсолютті өзгеріс, ә – салыстырмалы жыл сайынғы өзгеріс

Сурет 24 – Іскерлік мақсаттағы келушілерге орналастыру орындарымен

2018-2022 жж. қызмет көрсетілген адам саны)

Ескертпе – Әдебиет негізінде құралған [96, б. 55]

Пандемиядан кейін көрсеткіштердің өсуі байқалды. 2022 жылы 2019 жылымен салыстырғанда ел бойынша іскерлік мақсаттағы қызмет көрсетілген адамдардың саны сәл төмен болды – 2 692 447 (920 адамға, яғни 0,04%-ға). Мегополистерде осы мерзімде қызмет көрсетілгендердің саны өсті: Алматыда – 394 858 келушілерге (1,88 есе), Астанада – 289 150 келушілерге (2,66 есе) (24-сурет).

16-кестеде ел бойынша барлық іскерлік мақсаттағы келушілерге, оның ішінде Астана және Алматы қалаларында орналастыру орындарымен қызмет көрсетілген саны берілген.

Кесте 16 – Іскерлік мақсаттағы келушілерге Астана және Алматы қалаларында орналастыру орындарымен қызмет көрсетілген адам саны, 2017-2022 жж.

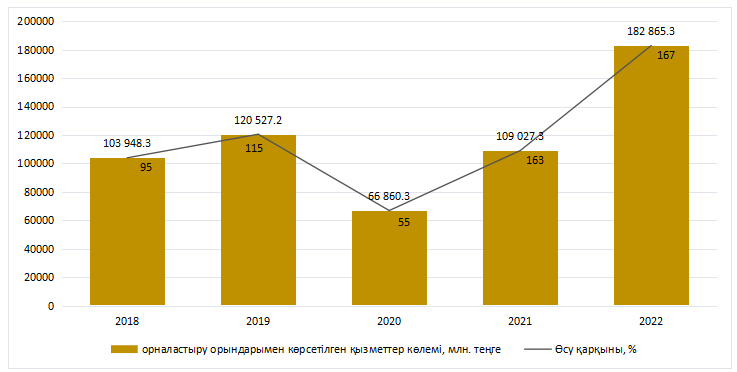
|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Жылдар | Барлығы, іскерлік мақсатта, адам | Олардың ішінде | | | |
| Астанаға келушілер | | Алматыға келушілер | |
| барлығы, адам | % | барлығы, адам | % |
| 2018 | 2 467 109 | 178 265 | 7,2 | 404 501 | 16,4 |
| 2019 | 2 693 417 | 174 656 | 6,5 | 450 454 | 16,7 |
| 2020 | 1 442 565 | 194 515 | 13,5 | 367 423 | 25,5 |
| 2021 | 2 227 368 | 365 909 | 16,4 | 635 508 | 28,5 |
| 2022 | 2 692 447 | 436 806 | 16,2 | 845 312 | 31,4 |
| Ескертпе – Әдебиет негізінде құралған [96, б. 56] | | | | | |

16-кестеден Қазақстанға келетін іскер туристер негізінен екі қалаға – Астана мен Алматыға - келетіні байқалады. Ірі іскерлік іс-шаралардың көпшілігі ел астанасында өтетініне қарамастан, Алматыға басымдық берілген. Салыстыратын болсақ, Алматыға келген іскер туристердің саны Астанаға келгендерден 2018 ж. - 2,3 есе, 2019 ж. – 2,6 есе, 2020 ж. – 1,9 есе, 2021 ж. – 1,7 есе, 2022 ж. – 1,94 есе көп болды.

Пандемия кезеңінде орналастыру орындарымен көрсетілетін қызметтер көлемі 2019 жылмен салыстырғанда 2020 жылы 1,8 есеге төмендеді, келесі жылы 1,6 есеге өсіп, 109027,3 млн. теңгені құрады. 2022 жылы өсу процесі жалғасты. Қызметтер көлемі 67%-ға өсіп, 182 865,3 млн. теңгеге жетті (25-сурет). Барлық туризм түрлеріндегі сияқты, іскерлік туризм инфрақұрылымындағы маңыздылығы бойынша екінші орын тамақтану кәсіпорындарына тиесілі. Негізінен бұл қоғамдық тамақтану орындары - жоғары деңгейлі мейрамханалар мен барлар, кафелер мен фаст-фуд кәсіпорындары.

Қазақстан көпұлтты мемлекет болғандықтан, әлемнің түрлі халықтарының тағамдары да кең көлемде ұсынылған. Еліміздің кез-келген қаласында мейрамханалар, кафелер және басқа да мекемелер орыс, еуропалық, шығыс, азия, паназиялық, американдық тағамдарды дайындайды. Бірақ, әрине, осы гастрономиялық әртүрліліктің шыңында дала өлкесінің ұлттық дәмін барынша айқын көрсететін дәстүрлі қазақ тағамдары болды және алдағы уақытта да болады.

Ресми статистика деректері бойынша Қазақстанда қоғамдық тамақтану 14 120 кәсіпорындарының құрылымында 2020 жылы мейрамханалардың үлесі небәрі 12,3%, кафелер, барлар – 38,7% құрады (26-сурет).

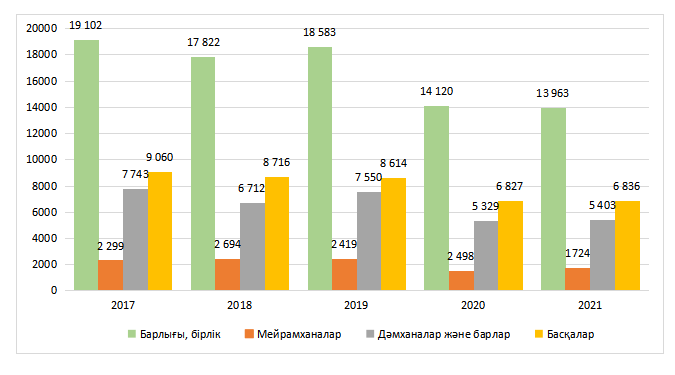


Сурет 25 – Орналастыру орындарымен көрсетілген қызметтер көлемі,

млн теңге

Ескертпе – Әдебиет негізінде құралған [96, б. 52]

Пандемия мейрамханалық бизнеске де әсерін тигізді. 2020 жылы мейрамханалар саны күрт қысқарды – 921 мейрамханаға, яғни 38,1%-ға. 2021 жылы мейрамханалар санының өсуі байқалды – 226-ға, немесе 15,1%-ға (26-сурет).



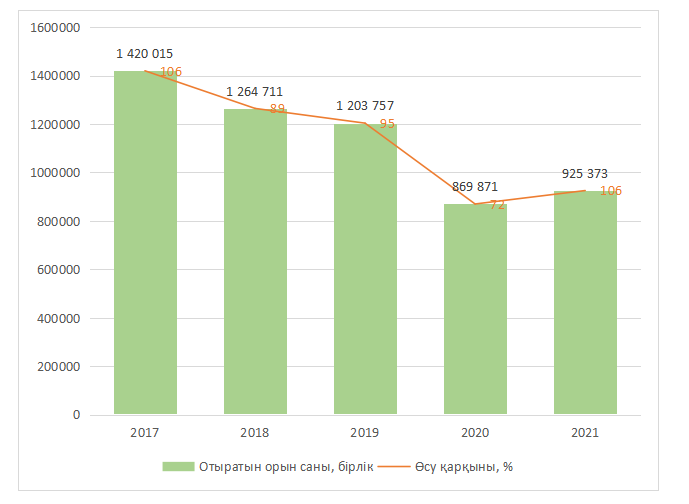
Сурет 26 – Қазақстанда тамақтану кәсіпорындарының саны, 2017-2021 жж.

Ескертпелер:

1. 2022 жылдың көрсеткіштері әлі жарияланған жоқ.

2. Ескертпе – Әдебиет негізінде құралған [96, б. 51]

Соңғы 5 жылда тамақтану кәсіпорындарындағы отыратын орын саны тұрақсыз. Пандемия кезеңінде, 2020 жылы, олардың саны 2019 фылмен салыстырғанда 333 886-ға (28%-ға) – 869 871-ге дейін азайды. Келесі, 2021 жылы, отырғызу орындарының саны 55 502 бірлікке (немесе 6%-ға) өсіп, 925 373 бірлікті құрады (27-сурет).



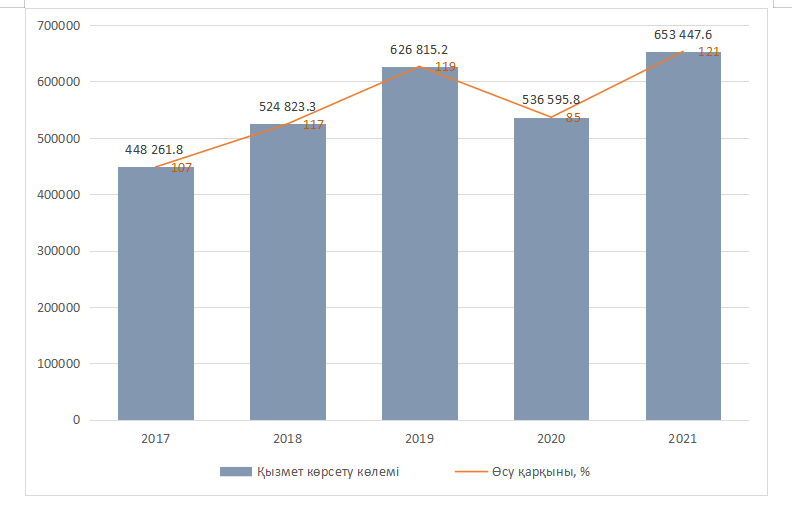
Сурет 27 – Отыратын орын саны, 2017-2021 жж., бірлік

Ескертпелер:

1. 2022 жылдың көрсеткіштері әлі жарияланған жоқ.

2. Ескертпе – Әдебиет негізінде құралған [96, б. 52]

Қоғамдық тамақтандыру қызметтерінің көлемі 2019 жылы 626 815,2 млн. тг. құрады, ол 2018 жылмен салыстырғанда 101 991,9 млн. теңгеге көп (19%-ға өскен). 2020 жылы белгілі себепке байланысты осы көрсеткіш алдыңғы өткен жылмен салыстырғанда 15%-ға төмендеді (немесе 90 219,1 млн тг.). Келесі, 2021 жылы тауар айналым көлемі 653 447,6 млн. тг. құрады - көрсеткіштің өсуі 116 851,8 млн. тг., немесе 21% (28-сурет).



Сурет 28 – Тамақ өнімдерімен және сусындармен қамтамасыз ету бойынша қызмет көрсету көлемі, 2017-2021 жж., млн теңге

Ескертпелер:

1. 2022 жылдың көрсеткіштері әлі жарияланған жоқ.

2. Ескертпе – Әдебиет негізінде құралған [96, б. 59]

## Талдауымыз көрсеткендей, шетел туристері үшін Алматы қаласындағы әйгілі мейрамханалар: Тюбетейка, Жеті қазына, Tandoor, Шах, Хан Сарай, Алаша, Qazaq restaurant және т.б. [99]. Астанада – [QAZAQ GOURMET Restaurant](https://sxodim.com/astana/place/qazaq-gourmet), Арнау, Астана Нұры, Satti, Алаша, Жеті қазына, Багратиони, Усадьба, Итальяно, [MILLIONAIRE](https://sxodim.com/astana/place/restaurant-karaoke-millionaire) және т.б.

Бүгінде авторлық қазақ тағамдарына маманданған және қазақ гастрономиясының орталығына айналған Қазақстанның Түркістан, Шымкент, Алматы қалаларында ашылған бірегей [Sandyq](https://tengritravel.kz/admin/news/edit/@sandyq_restaurant) рестораны өзінің тұжырымдамасымен дамып келеді. Кәсіпорын жақсы дәмді тағам, жоғары деңгейлі қызмет және мейрамхана командасы белгілейтін және қонақтардың өздері қолдайтын атмосфера ұсынады. [Sandyq](https://tengritravel.kz/admin/news/edit/@sandyq_restaurant) өз қонақтарына ұлттық тағамдардың ұмытылған түрлерін, Қазақстанның әр түкпірінен жиналған көшпенділер тағамдарының жоғалған рецептерін ұсынады.

Іскерлік туризм инфрақұрылымындағы маңыздылығы бойынша үшінші орында көлік. Көлік қызметтері іскерлік тур бағасының құрылымындағы негізгі үлесті құрайды. Сапар толығымен саяхаттағы туристерге берілетін қауіпсіздікке, жылдамдыққа және ыңғайлылыққа байланысты.

Іскерлік туризмді көліктік қамтамасыз ету үш бағытты қамтиды: туристстік тасымалдау (туристерді тұрақты тұратын жерінен баратын жеріне – іссапарға және кері жеткізу); трансфер; бағдарламалық шараларды көлікпен қамту.

Іскерлік сапарлар авиациялық және теміржол көлігін пайдалану арқылы жүзеге асырылады.

Бүгінде Қазақстанда мемлекеттік тіркелімде жеті авиакомпания (ірілері – Air Astana, FlyArystan, QazaqAir, Scat), 912 әуе кемелері бар, 75 кеме тұрақты түрде жолаушылар рейсін атқарады. 29 азаматтық әуежай жолаушыларға қызмет көрсетуде (олардың 22 халықаралық рейстерге қызмет көрсетеді, 7 – ішкі рейстерге) және 6 вертодромдар. Қазақстандықтар әлемнің 28 еліне тура рейспен ұша алады [100].

Ең ауқымды авиапарк Air Astana-да, ең жас авиакомпания - Qazaq Air болып табылады. Қазақстандық тасымалдаушылардың әуе кемелері паркіндегі ең көп таралған ұшақ түрі - Airbus 320-232, ең үлкен ұшақ - Boeing 767-3KY [101].

Қазақстан әуежайларының ішіндегі ең ірісі Алматы әуежайы болып саналады. 2022 жылы бұл әуежай 7 млн-нан астам жолаушыға қызмет көрсетті. 2024 жылдың бірінші жартыжылдығында Алматы әуежайының жаңа халықаралық терминалының құрылысы аяқталады деп күтілуде. Қазақстан әуежайларынан ішкі авиатасымалдар саны бойынша Нұрсұлтан Назарбаевтың есімімен аталатын астаналық әуежай екінші орында тұр. Ол 2022 жылы рекордтық көрсеткішіне - 6 млн адамға - жетті және World Airport Awards нұсқасы бойынша Орталық Азиядағы/ТМД-дағы ең үздік өңірлік әуежай болып танылды. Оның екі жолаушылар терминалы бар: халықаралық бағыттар мен ішкі рейстер үшін.

# 2023 жылғы наурызда елордалық әуежай екінші жыл қатарынан (бірінші рет – 2022 жылы) «Орталық Азия мен ТМД-дағы үздік өңірлік әуежай» номинациясы бойынша World Airport Awards халықаралық сыйлығының лауреаты атанды [102].

Халықаралық әуежайлардың VIP-залдары ерекше санаттағы жолаушылар үшін рейсті күтуге және ұйымдастырушылық, кедендік және шекаралық формальдылықтардан өтуге барынша қолайлы жағдай жасайды.

VIP-залдың иелігінде мәжіліс залы (Meeting Room) бар, онда қажет болған жағдайда шұғыл кеңестер немесе баспасөз конференциялары өткізіледі. Сондай-ақ, VIP залында Жеке жағдайды қажет ететін ерекше маңызды VIP адамдар үшін жасыл бөлме (жеке бөлме) бар.

Барлық мегаполистерде, облыс орталықтарында және қалалық елді мекендерде теміржол вокзалдары (республика бойынша барлығы 302) және станциялар бар. Қазақстандағы ең ірі теміржол вокзалдары – Астана, Алматы және Шымкент қалаларында орналасқан [103].

Астана және Алматы қалаларында екі теміржол вокзалы орналасқан: Астана-1 және «Нұрлы жол»; Алматы-1 және Алматы-2.

Қазіргі уақытта Алматы-2 қаланың бас вокзалының қызметін орындайды. Екі вокзал міндеттері өзара бөлінген, осылайша Алматы-1 қала маңындағы бірінші кезектегі вокзалға айналды, ал барлық сыртқы рейстерге (қалааралық және халықаралық) Алматы-2 вокзалы қызмет көрсетеді. Алматы-2 теміржол вокзалы халықаралық рейстерге қызмет көрсетеді, мысалы, Ресейге, Өзбекстанға (Нүкіс пен Ташкентке) және Қытайдағы Үрімші қаласына. Күн сайын 12 мыңға дейін жолаушыға қызмет көрсетеді.

«Нұрлы жол» вокзал кешенін еліміздің басты теміржол қақпасы деп атауға болады. Вокзал заманауи технологиялық шешімдермен жабдықталған: цифрлық ақпараттық стенд, тәулік бойғы бейнебақылау жүйелері және эскалаторлар. Күту залы, сауда алаңдары, кафелер мен мейрамханалар, автотұрақ бар. Вокзалдың максималды өткізу қабілеті тәулігіне 35 мың жолаушыны құрайды.

# Елордада іскерлік туризм белсенді дамып келеді. Бұған астананың Еуразияның дәл орталығында сәтті геосаяси орналасуы және авиакомпанияның да, теміржолдың да ыңғайлы көлік қатынасы ғана емес, сонымен қатар әлемдік деңгейдегі жұлдыздардың концерттерінен бастап өкілді саяси және экономикалық форумдарға дейін кез келген іс-шараларды өткізуге болатын көпфункционалды заманауи конгресс-орталықтардың болуы ықпал етеді [104].

Тәуелсіздік сарайы алғашкы ауқымды-беделді іс-шараларды өткізетін ғимарат болып табылады. Мұнда мемлекеттік маңызы бар іс-шаралар өткізіліп келеді: форумдар, кездесулер, съездер, конференциялар. Тәуелсіздік сарайында Астана экономикалық форумы әр жыл сайын осында өткізіліп келеді. Ғимараттың сиымдылығы, техникалық жабдықталуы, жайлылығы іс-шараларды жоғары халықаралық деңгейде өткізуге және көрсетуге мүмкіндік береді. Ресми іс-шаралармен қатар концерттер, көрмелер, мерекелік жиындар өткізуге барлық мүмкіндік бар.

Интерьердің салтанатты ресми стилі, кең жайлы залдар мен техникалық жарақтандырылуы жоғары деңгейдегі маңызды саяси оқиғаларға қатысты іс-шаралар өткізуге мүмкіндік береді.

Тәуелсіздік сарайында өзгеретін қабырғалары бар 3082 орындық конгресс-зал (соның арқасында оны төрт тең бөлікке бөлуге болады), Салтанатты зал, заманауи өнер галереясы, электронды кітапхана, қолданбалы өнер галереясы, екі кинотеатр бар.

Астананың ең жаңа және заманауи көпфункционалды Конгресс-орталығы EXPO іскерлік орталығының аумағында, «Hilton» қонақ үйі мен «Mega Silk Way» сауда-ойын-сауық орталығының жанында орналасқан, бұл, сөзсіз, бірегей техникалық жарақтандырумен және кеңістікті кез келген сұраныстарға түрлендіру мүмкіндігімен қатар, оның тағы бір артықшылығы болып табылады.

Дәл осы жерде ЭКСПО-2017 халықаралық мамандандырылған көрмесінің ашылуы мен жабылуы өтті. Қазір мұнда Астана экономикалық форумы, Дүниежүзілік тау-кен конгресі, Comic-Con сияқты халықаралық және республикалық ауқымдағы іс-шаралар өткізіледі, сондай-ақ ай сайын отандық және шетелдік эстрада жұлдыздарының концерттері өткізіледі.

Көпфункционалдылық пен заманауи техникалық шешімдер мұнда ресми іс-шараларды ғана емес, сонымен қатар әлемдік чемпионаттар деңгейіндегі концерттер мен спорттық жарыстарды өткізуге мүмкіндік береді.

Жалпы ауданы 42000 м2 асатын ғимаратта үш қабатты, 179 орынға арналған жерасты паркингі бар. Конгресс орталығының негізгі залы 2214 адамға арналған және ашық кеңістікті құру үшін оңай өзгереді.

400-600 адамға арналған төрт мәжіліс залы бар, олардың аумағын мобильді бөлімдермен өзгертуге және ұтымды пайдалануға болады. Залдар конференциялар, панельдік пікірталастар, дөңгелек үстелдер, презентациялар мен семинарлар өткізуге арналған жиһаздармен және қажетті техникалық жабдықтармен (акустикалық және жарықтандыру жүйелері, мобильді бейне экрандар, президиумға арналған мобильді подиумдар және LDP проекторлары) жабдықталған.

Бейбітшілік пен келісім сарайы көбінесе Пирамида деп аталады – ол полиэдр түрінде болады. Ғимаратта бірнеше зал бар. «Опера» залы 1302 орынға арналған және соңғы техникамен жабдықталған, бұл ең ерекше қойылымдардың күрделі интерпретацияларын ұйымдастыруға мүмкіндік береді. Үшінші қабатта ең үлкен зал – «Атриум» орналасқан, оның ауданы 3000 шаршы метрден асады, оған үлкен баспалдақ апарады. Дәл осы жерде әлемдік және дәстүрлі діндер көшбасшыларының съездері, сондай-ақ Қазақстан халқы Ассамблеялары өтеді. Ең жоғарғы қабат – «Бесік» залы – конференциялар, семинарлар мен отырыстар өткізуге арналған. Осы жерден қаланың керемет панорамасы ашылады. Залда іс-шараға қатысушылар мен аудармашыларға ыңғайлы сандық конференция жүйесі бар.

«Қазақстан» орталық концерт залы салтанатты және ресми кездесулер, әлемдік және отандық жұлдыздардың концерттері, конференциялар, тұсаукесерлер, жиналыстар мен көрмелер өткізуге арналған. Бірақ көбінесе мұнда әртүрлі мәдени іс-шаралар өтеді. Орталық концерт залында бірегей акустика жүйесі құрылды, тіпті еден де жоғары тозуға төзімді арнайы паркеттен жасалған және акустикалық еңіспен арнайы түрде төселген.

Кешен архитектуралық шешімі бойынша бірегей және Астананың ғана емес, әлемнің ең ауқымды концерттік ғимараты болып табылады. Ол симфониялық және камералық музыка концерттерін, спектакльдерді, опералық және балеттік қойылымдарды, кино-көрсетілімдерді, сондай-ақ саяси іс-шараларды өткізуге арналған. Зал 3500 орынға арналған. Сондай-ақ, ғимаратта 200 орындық конференц-зал, 250 орындық Камералық зал, дайындық және дыбыс жазу студиялары бар.

Мұнда дыбыстық және жарық шешімдері бойынша ең батыл және ерекше қойылымдарды жүзеге асыруға мүмкіндік беретін барлық жаңа технологиялар жинақталған – сондықтан орталық концерт залында қазақстандық және әлемдік жұлдыздар өнер көрсетуді ұнатады.

«Қазақстан» спорт сарайы 5000 адамдық заманауи, әмбебап спорт түрлеріне арналған спорт комплексі ғана емес, сонымен қатар масштабты халықаралық мәдени іс-шараларды өткізуге қолайлы арена. Спорт сарайының інжу-маржаны - хоккейге арналған мұз аренасы 1800 м2 құрайды. Ерекше тоңазытатан құрылысы арқасында жасанды мұз тегіс әрі мөлдір. Хоккей ойының кезінде аренаға 4000 көрермен жиналады. Келушілер үшін кіші және үлкен бассейн жұмыс істейді. Спорт сарайының жанында 38 - нөмірлі үш этажды қонақ үй орналасқан. Пресс-конференция өткізуге арналған сарай ішінде аумағы 83,5 м2 және 90 адамға арналған зал қарастырылған.

«Көрме» орталығы 10 жылдан аса Қазақстанның іскерлік нарығында жұмыс жасауда. Елдегі ең заманауи көрме алаңдарының бірі. Кешен астананың қаржылық институттарына, автомагистральға, ұлттық компанияларға, мейманханаларға, банктерге, сауда орталықтарына жақын орналасқан. Жыл сайын онда форумдар, жәрмеңке, көрме, семинарлар өткізіледі. Шараларды ұйымдастыру барысында технологияларды білікті қолданғаны үшін, халықаралық ұйымдардың, көрмелік компаниялардың жоғары бағасын алған.

«Барыс Арена» көпфункционалды кешенінде мұз аренасы мен олимпиадалық бассейн бар. Ол барлық әлемдік стандарттарға сәйкес келеді және ең жоғары деңгейдегі спорттық жарыстарды қабылдай алады.

Сарайдың Мұз аренасы 11 000-нан астам көрерменді қабылдай алады және басқа спорт түрлеріне - волейбол, баскетбол, боксқа арналған спорт алаңдарына да, ірі концерттер өткізуге арналған сахнаға да оңай ауысады. Дәл осы жерде Қазақ хандығының 550 жылдығын мерекелеу (2015) орасан зор театрландырылған іс-шара өтті. Бірнеше рет «Барыс Арена» әлемдік жұлдыздардың концерттерін өткізетін орынға айналды: техникалық жарақтандыру және үлкен сиымдылық, ең ауқымды іс-шараларды өткізуге мүмкіндік береді.

«Астана Арена» бірінші кезекте футболға негізделген. Бірақ күрес, бокс, дзюдо және т.б. спорттық іс-шараларға сәйкес келеді. «Астана Арена» 30 000 адамға арналған, 2 деңгейдегі структура бойынша жасалған: 16 000 адамдық астыңғы терраса, 14 000 адамдық үстіңгі алаңы бар. Қозғалмалы стадион қанаты 20 минут ішінде ашылып-жабылады. Стадион әлемдік деңгейдегі матчтар, спорттық - мәдени іс-шаралар өткізуге жоғары деңгейдегі жасанды алаңды қамтиды. Пресс-конференцияларды өткізуге ауданы 137 м2 құрайтын 70 адамдық конференция залы бар.

Республикалық «Сарыарқа велотрегі» ауданы 44 000 м2 9195 адамды құрайтын үздік спорттық комплекс. Ұзындығы 250 м және ені 7 м құрайтын велотрегі бар. Комплексте боксерлық, гимнастикалық, ойын залы, минифутболдық алаң, қонақ үй, мейрамхана, фитнес орталық, офистік залдар бар. Ресми пресс-конференциялар, жиналыстар өткізуге ауданы 297 м2 мен 204 адам сиятын орын болып табылады.

Оқушылар сарайы.Оқушылар сарайы балалардың қосымша жетілуі үшін ерекше жоба бойынша тұрғызылған. Жасөсперімдерге үлкен технологиялық оқу орнында оқу үшін зор мүмкіндік берді. 61274,6 м2 құрайтын комплекс аумағында планетарий, виртуалды лаборатория, қысқы бақша, шығармашылық ұйымдары жұмыс істейді. Мекемеде балалар танымал және талантты мәдениет қайраткерлерімен кездеседі, өнер, спорт конференцияларына қатысады. Маңызды іс-шараларды өткізу үшін ауданы 51 м2 құрайтын конференция залы, ауданы 125 м2 құрайтын 266 адамдық үлкен көлемдегі форум зал бар. Шығармашылық қойылымдар мен мерекелік іс-шаралар ауданы 907 м2 құрайтын 456 адамдық концерт залында өтеді. Үлкен техникалық мүмкіндіктерге байланысты ауданы 170 м2 құрайтын 300 адамдық көпфункциалды зал бар.

Орталық концерт зал.Қазақстан орталық концерт залы салтанатты ресми кездесу, әлемдік және отандық жұлдыздардың концерті, конференция жиналыспен көрмелер үшін аса жоғарғы технологиямен жабдықталған бірінші мемлекеттік комплекс. Бұл жерде үздік және шығармашылық әртістер әртүрлі жанрларда өнер көрсетеді: халық, классика, эстрада. Шығармашылық құрамға фольклорлық-этнографиялық ансамбль, мемлекеттік «Astana Musical» театры, эстрадалық әншілер кіреді. Басты қойылым залы 3500 адамға арналған. Мәдени іс-шаралар ауданы 420,5 м2 құрайтын 250 адамдық залда өткізіледі. Ауданы 236,7 м2 құрайтын 200 адамдық конференция залында өнер саласына арналған маңызды кездесулер өтеді.

«Алау» мұз комплексі – хоккей, шорт-трек, мәнерлеп сырғанауға арналған әлемдік деңгейдегі мұздық сарай. Аумағы 400 мұздық жолақты құрайтын 7462 орын және төрешілер залы, әрқайсысы 1800 м2 құрайтын хоккей алаңы, ауданы 4200 м2 құрайтын фитнес орталық, ауданы 900 м2 құрайтын ату залы, 200 м2 құрайтын 80 адамдық пресс-конференция мен көрме өткізуге арналған зал бар. «Алау» комплексі ауданы 65000 м2 құрайды. «Алау» комплексі Қазақстандағы адам көп баратын спорттық орталық. Күнделікті 1500 адам, ал демалыс және мерекелік күндері 2000-3000 адам келеді. Сырғанау жобасы қазан-сәуір аралығында жұмыс істейді.

«Қазмедиа» орталығы Астанадағы қазіргі заманға сай заманауи телерадио хабарлы комплекс. Ол виртуалды шынайылық, дыбыстық жазба, sky студия, киноконцерт комлексі, конференция залы, көрме холлы, медиамектеп, кеңсе, паркингті қамтиды. 21 қабатты мекеменің жалпы ауданы 68344 м2 құрайды. Әртүрлі деңгейдегі іс-шараларды өткізуге мүмкіндігі бар. Осы мақсатта Led-видеостена, аударуға арналған дыбыстық құрылғылары жұмыс істейді. Ауданы 537,2 м2, 90 адамдық конференция залы, семинар, бизнес кездесу, видео және пресс конференция, корпоративті оқуға арналған ыңғайлы орын. Масштабты іс-шаралар мен фуршеттер аумағы 1335 м2 құрайтын 1000 адамдық қойылым холлы бар.

Nomad City Hall - әмбебап қойылымдық алаң. Жоғарғы технологиялардың арқасында мәдени, ойын-сауықтық іс-шараларды қамтитын орын халықаралық конгресс, форум, конференция, ресми кездесу қабылдаумен банкеттерге ауысуда. Холл ауданы 4905 м2 құрайтын 1018 адамдық залды құрайды. Оның ішінде 594 орын жалпы залда, 209 орын – екінші қабатта, 194 орын – үшінші қабатта орналасқан. Екінші қабатта 21 адамға арналған vip-орындар бар.

Қазақстандық Squares сервисінің көмегімен еліміздің 17 қаласында іс-шараның кез келген түрін өткізу үшін мекемелерді (өткізетін жер) жалға алу қызметін алуға болады. Осы сервистің дерегіне сәйкес, Алматыда іс-шараларды өткізетін ауданы 6 м2-ден 1200 м2-ге дейін, 800-ге дейін адам сиятын 149 конференц-залдардың алуан түрі бар [105]. Астанада іс-шараларды өткізетін ауданы 20 м2 -ден 445 м2-ге дейін, адам саны 6-дан 300-ге дейін адам сиятын 40 конференц- залдардың алуан түрі бар [106].

Іскерлік сапардың мәдени бағдарламасында театр, цирктегі қойылымдарға бару, мұражай аралау қарастырылған болуы мүмкін.

Еліміздегі мәдениет мекемелерінің инфрақұрылымына 271 мұражай, 73 театр, 105 кинотеатр, 44 концерттік ұйым, 208 саябақ, 13 хайуанаттар бағы, 3 цирк кіреді. Қазақстанда 25 мыңнан астам тарихи-мәдени мұра ескерткіштері болса, оның 10-ы ЮНЕСКО-ның Бүкіләлемдік мұралар тізіміне енгізілген [96, б. 59].

Астана қонақтарына [«Астана Опера»](https://sxodim.com/astana/place/teatr-opery-i-baleta-astana-opera), [«Астана Балет»](https://sxodim.com/astana/place/astana-balet), [Қ. Қуанышбаев](https://sxodim.com/astana/place/gosudarstvennyy-akademicheskiy-kazahskiy-muzykalno-dramaticheskiy-teatr-im-k-kuanyshbaeva) атындағы [қазақ музыка-драмалық театр](https://sxodim.com/astana/place/gosudarstvennyy-akademicheskiy-kazahskiy-muzykalno-dramaticheskiy-teatr-im-k-kuanyshbaeva)ы, М. Горький атындағы орыс драмалық театры, «Qazaqstan» орталық концерт залы (Роза Бағланова атындағы Казақконцерт), Мемлекеттік академия филармониясы, [«Жастар»](https://sxodim.com/astana/place/teatr-zhastar) театры, жас көрерменнің музыкалық театры, астаналық цирк, Қазақстанның Ұлттық мұражайы,  [Астана-Байтерек](https://www.tourister.ru/world/asia/kazakhstan/city/astana/viewpoints/24082) монументі, ҚР Алғаш президентінің мұражайы, Қазақстанның әскери-тарихи мұражайы, Сакен Сейфуллин мұражайы, «Нұр Әлем» павильоны қызмет көрсетеді.

Туризм бойынша Алматының іскерлік туризмді дамыту үшін үлкен потенциалға ие.Жергілікті тұтынушыларға бағытталған шараларымен қоса шетел туристерін тарту мақсатында халықаралық статусқа ие әйгілі белгіленген аудиториясы бар шараларды өткізуде.

Республика Сарайы – қаланың белгілі көрікті жерлерінің бірі, концерттер, фестивальдар және басқа мәдени шаралар өткізуге арналған.

«Атакент-Экспо» халықаралық көрме компаниясының аумағында көрме іс-шараларын, конференциялар мен бизнес форумдарды өткізу үшін алты павильоны бар. Павильондардың жалпы ауданы 19000 м2 асады. Әр павильонның жеке кіреберісі мен найзағай қақпасы бар, заманауи көрме технологияларының барлық талаптарына толық сәйкес келеді [107].

Қазіргі уақытта «Атакент» Орталық Азия мен ТМД-ның ірі көрме орталықтарының біріне айналды. Жыл сайын «Атакент» аумағында 8000-нан астам шетелдік фирмалар мен компаниялардың қатысуымен 50-60 ірі ұлттық және халықаралық көрмелер өткізіледі.

«Атакент» аумағында 30 га учаскеде австриялық компаниямен бірлесіп 30 мың орынға арналған конгресс-холлымен үлкен көрме кешенінің құрылысы жүргізілуде. Бұл кез келген іс-шаралар - көрмелер, концерттер, ересектер мен балаларға арналған форумдар, конференциялар және басқа да іс-шаралар өтетін заманауи әмбебап Convention - орталық болады [108].

Іскерлік туризм аясында спорттық шаралар Балуан Шолақ атындағы Спорт және мәдениет сарайында, аттары әйгілі екі нысан – «Медеу» мен «Шымбұлақта» өтеді.

Алматы өзінің мәдени ғимараттарымен де әйгілі. Атап айтқанда, Абай атындағы[,](https://wikicity.kz/biz/gosudarstvennyy-akademicheskiy-teatr-opery-i-b-almaty) [М. Әуезов](https://wikicity.kz/biz/kazahskiy-gosudarstvennyy-akademicheskiy-teatr-almaty) атындағы, [М. Лермонтов](https://wikicity.kz/biz/teatr-im-m-yu-lermontova-almaty) атындағы опера және балет театрлары, [Ғ. Мүсірепов атындағы балалар және жасөспірімдер театры,](https://wikicity.kz/biz/kazahskiy-gos-nyy-akademicheskiy-teatr-dlya-det-almaty) [Н. Сац атындағы балалар және жасөспірімдер театры және](https://wikicity.kz/biz/russkiy-teatr-dlya-detey-im-n-sac-almaty) цирк, мұражайлар, оның ішінде [Мұражай орталығы, «Ғылым ордасы»](https://sxodim.com/almaty/place/muzej-arheologii-rgp), [Алматы](https://sxodim.com/almaty/place/muzej-almaty/) мұражайы, А. Кастеев атындағы Қазақстан Республикасының Мемлекеттік Орталық [өнер мұражайы](https://sxodim.com/almaty/place/gosudarstvennyj-muzej-iskusstv-im-a-kasteeva/), музыкалық аспаптар мұражайы, [Alma Museum](https://sxodim.com/almaty/place/alma-museum) және т.б.

**2.3 Іскерлік туризмді дамыту жағдайы мен проблемаларын анықтау**

Зерттеу шеңберінде іскерлік туризмді дамыту орындылығын анықтау үшін сараптамалық сауалнама жүргізілді. Сауалнамаға Қазақстанда іскерлік туризмнің дамуы мен жай - күйі бойынша сарапшылар ретінде туристерді қабылдаумен айналысатын 50-ден астам әр түрлі жастағы маман тартылды. Олар жетекші қонақүйлердің басшылары мен менеджерлері, туроператорлар мен турагенттер, ірі көлік компаниялары мен орналастыру орындарының мамандары, гидтер-экскурсоводтар, демалыс-көңіл көтеретін сала менеджерлері және рестораторлар. Олардың іскерлік туризм дамуына байланысты мәселелер туралы пікірлері жиі сәйкес келді, бірақ түбегейлі келіспеушілер де кездесті.

Сауалнама сұрақтары (Қосымша Г)-да келтірілген.

Сауалнамаға Қазақстанның барлық аймақтарынан сарапшылар жауап берді. Барлық саны – 52 адам (17-кесте).

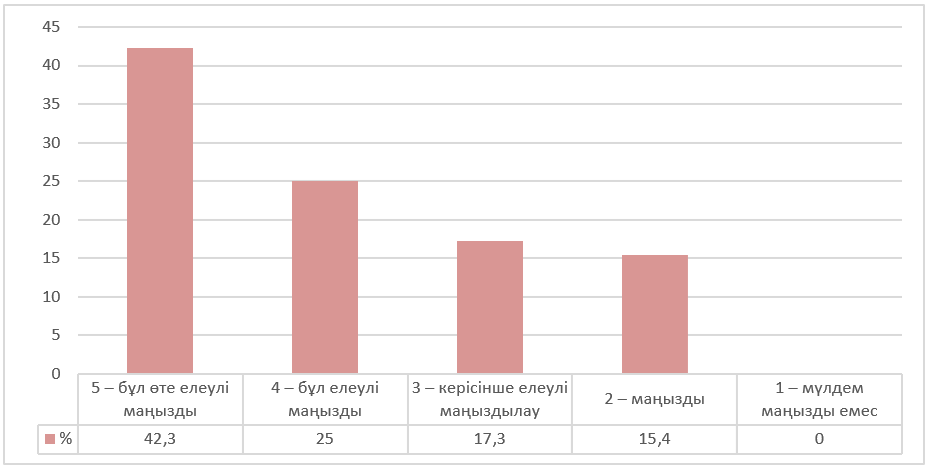
Сауалнамаға жауап берген 40 жасқа дейінгі жас тобы 28,8% (15 адам) құрады. Бұдан кейін 40-55 жас аралығындағы санат – 50% (26 адам). 55 жастан асқан адамдар санаты сарапшылардың 21,2% құрады (11 адам).

Жынысы бойынша, ерлер – 34,6% (18 адам), әйел - 65,4% (34 адам) көрсеткішіне бөлінді.

Кесте 17 – Сарапшылардың тұратын аймағы

|  |  |
| --- | --- |
| Аймақ | Адам саны |
| Астана қаласы | 15 |
| Алматы қаласы | 4 |
| Алматы облысы | 1 |
| Батыс Қазақстан облысы | 2 |
| Шығыс Қазақстан облысы | 2 |
| Маңғыстау облысы | 2 |
| Жетісу облысы | 2 |
| Қарағанды облысы | 2 |
| Қызылорда облысы | 1 |
| Ақмола облысы | 2 |
| Түркістан облысы | 3 |
| Павлодар облысы | 8 |
| Абай облысы | 3 |
| Жамбыл облысы | 4 |
| Қостанай облысы | 1 |
| Барлығы | 52 |
| Ескертпе – Автор сауалнама нәтижелері бойынша құрастырған | |

Сарапшылардың басым бөлігі Қазақстанның жалпы туристік саласында іскерлік туризмнің рөлін оң бағалады. Сарапшылардың 42,3% (22 адам) өте елеулі маңызды деп бағалады. 25% (13 адам) туристік саладағы іскерлік туризм рөлі елеулі маңызды бағасына лайық деп санайды (29-сурет).



Сурет 29 – Қазақстанның туристік саласында іскерлік туризмнің маңыздылығы туралы пікір, %

Ескертпе – Автор сауалнама нәтижелері бойынша құрастырған

«Іскерлік туризм дамуында қандай мәселелерді байқадыңыз?» сауалына сарапшылардың жауап таңдау қатарынан көбіне кездескен көрсеткіштер, ол (30-сурет):

– кадрларды даярлау деңгейінің жеткіліксіздігі – 53,8% (28 адам);

– сауатты ақпараттық-талдамалық сүйемелдеудің болмауы – 42,3% (22 адам);

– әлсіз қаржыландыру – 38,5% (20 адам);

– бизнестің жеткіліксіз дайындығы – 38,5% (20 адам);

* серіктестіктің болмауы – 28,8% (15 адам).



Сурет 30 – Іскерлік туризм дамуындағы мәселелер туралы пікір, %

Ескертпе – Автор сауалнама нәтижелері бойынша құрастырған

«Іскерлік туризм дамуында қандай мәселелерді атайсыз?» сұрағына көп таңдалған жауаптың бестік-көшбасшысы, сауатты ақпараттық-талдамалық сүйемелдеудің болмауы. Ақпараттық базаның жай-күйі туризмді зерттеудің, оның дамуының негізгі алғышарттарының бірі болып табылады, өйткені ақпарат басқару жүйесінің негізгі бөлшегі болып табылады. Туризм саласы дамыған елдерде туризмді ақпараттық қолдауға көп көңіл бөлінуі кездейсоқ жағдай емес. Мысалы, туризм статистикасы мәселелеріне аз көңіл бөлінетінін және ресми статистикалық мәліметтердің жеткіліксіздігіне байланысты сараптамалық бағалаулар қолданылатынын атап өткен жөн, олардың түпнұсқалығын дәлелдеу өте қиын.

Үштік спираль моделі (Triple Helix Model) деп аталатын университеттердің (ғылымның), бизнестің және биліктің үштік серіктестігі тұжырымдамасы элементтері арасындағы жолға қойылған өзара қарым-қатынастың болмауы Қазақстанның іскерлік туристік саладағы саясатты іске асырудағы негізгі проблемалар тізімінде алғашқы бестікке енеді. Іскерлік туризмдегі мүдделі тараптардың оны дамытуға тиімсіз қатысуы туризмді орнықты дамыту жөніндегі тұжырымдамаларды іске асыру жолындағы негізгі кедергілердің бірі болып табылады.

Оң саясатта Үкімет бизнесті қолдайды, зерттеушілер бизнеспен үнемі диалог жүргізеді, оқу орындары саланы қажетті дағдылар мен құзыреттер, еңбек ресурстарымен қамтамасыз ету мақсатында компаниялармен өзара қатынас орнатады. Қаржы институттары компаниялармен ынтымақтасады және қажетті қаржымен қамтамасыз етеді.

Қарым-қатынастың (тұлғааралық, халықаралық) барлық деңгейлерінде саяси, ғылыми, экономикалық және мәдени байланыстардың дамуы МІСЕ индустриясы деп аталатын қуатты кездесу индустриясын тудырды. Осы қарым-қатынасты нығайту қажеттілігіне байланысты іскерлік кеңестер мен конференциялар өткізеді, көрмелер мен жәрмеңкелер ұйымдастырады.

Соңғы жылдары, пандемия болған жылдарды қоспағанда, халықаралық іскерлік шаралар саны айтарлықтай өсті. Олар экономикадан мәдениетке дейінгі барлық салаларды қамтиды: форумдар мен конференциялар, конгрестер мен іскерлік көрмелер өткізіледі.

Іскерлік туризмнің құраушысы ретінде «конгресс туризм» әлем бойынша басқаларымен салыстырғанда ең тиімдісі. Ол басқа түрлеріне қарағанда қабылдаушы жаққа жақсы табыс көзін әкеледі.

Сарапшылардың жауаптары бойынша, Қазақстанда жақсы дамыған MICE бағыттарының бірі – Conferences (конференциялар, конгрестер, семинарлар) - 74,5% (38 адам). Meetings – келіссөздер, бизнес-кездесу - 45,1% (23 адам). Exhibitions – көрмелер, имидждік шаралар - 45,1% (23 адам). Incentives – тимбилдингтер, корпоративтер, оқу - 33,3% (17 адам) (31-сурет).

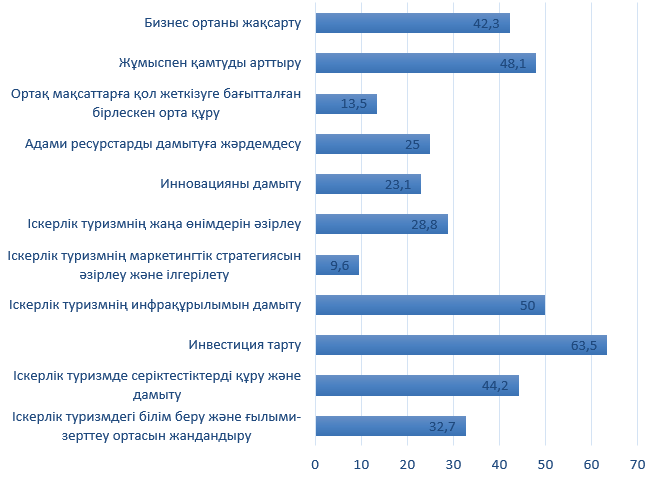


Сурет 31 – Қазақстанда жақсы дамыған іскерлік туризм бағыттары

туралы пікір, %

Ескертпе – Автор сауалнама нәтижелері бойынша құрастырған

Сарапшылардың пікірінше, аталған көрсеткіштердің барлығына дерлік іскерлік туризмнің дамуы жоғары деңгейде ықпалын тигізеді. Олардың ішінде: инвестиция тарту – 63,5% (33 адам); іскерлік туризмнің инфрақұрылымын дамыту – 50% (26 адам); іскерлік туризмде серіктестіктерді құру және дамыту – 44,2% (23 адам); жұмыспен қамтуды арттыру – 48,1% (25 адам); бизнес ортаны жақсарту жоғары пайызға ие – 42,3% (22 адам); іскерлік туризмдегі білім беру және ғылыми-зерттеу ортасын жандандыру – 32,7 % (17 адам); іскерлік туризмнің жаңа өнімдерін әзірлеу – 28,8% (15 адам); адами ресурстарды дамытуға жәрдемдесу – 25% (13 адам); инновацияны дамыту – 23,1% (12 адам); ортақ мақсаттарға қол жеткізуге бағытталған бірлескен орта құру – 13,5% (7адам); іскерлік туризмнің маркетингтік стратегиясын әзірлеу және ілгерілету – 9,6% (5 адам) (32-сурет).

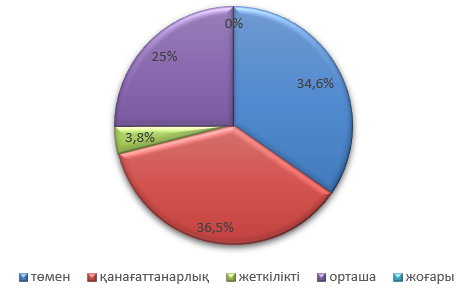


Сурет 32 – Іскерлік туризмнің әртүрлі бағыттарға әсері туралы

пікір, %

Ескертпе – Автор сауалнама нәтижелері бойынша құрастырған

Негізгі стейкхолдерлерінің бірі білім беру ұйымдары болып табылады. Осыған байланысты біз сарапшылардан Қазақстандағы туризмнің білім беру және ғылыми кеңістігін бағалауды сұрадық. Бұл ретте респонденттердің 34,6% (18 адам) іскерлік туризмнің білім беру және ғылыми кеңістігін төмен, қанағаттанарлық 36,5% (19 адам) деп бағалады, бұл ретте кадрлар даярлаудың төмендігін және білім беру бағдарламаларының нарық талаптарына сәйкес еместігін атап өтті. Қазақстандағы туризмнің білім беру және ғылыми кеңістігін сарапшылардың бағалауы: жеткілікті – 3,8% (2 адам); орташа – 25% (13 адам) (33-сурет).



Сурет 33 – Қазақстандағы іскерлік туризмдегі білім беру және ғылыми кеңістігін бағалау, %

Ескертпе – Автор сауалнама нәтижелері бойынша құрастырған

Осыған байланысты іскерлік туризм саласындағы кадрлық әлеуетті сарапшылардың 44,2% (23 адам) төмен мен орташа бағасын бірдей берді, түлектердің басқарушылық және практикалық дағдыларының жоқтығын, коммуникативтік қабілетінің дамымағандығын және ағылшын тілін нашар білетіндігін атап өтті. Сарапшылардың 11,5%-ы (6 адам) кадрлық әлеуетін «орташадан жоғары» деп бағалады. Сарапшылардың еш бірі «жоғары» бағасын белгілемеді (34-сурет).



Сурет 34 – Қазақстанның іскерлік туризм саласындағы кадрлық әлеуетін бағалау, %

Ескертпе – Автор сауалнама нәтижелері бойынша құрастырған

Бұл нәтижелер туризмдегі білім беру стандарттарын өзгерту, ең алдымен білім беру бағдарламалары мен өндірістік практика бағдарламаларын қайта қарау қажеттілігін растайды, яғни осы бағыт бойынша мамандарды дайындау қажеттігі өзекті болуда.

Зерттеу шеңберінде іскерлік туризм нарығындағы өзара қатынаспен ынтымақтастығының басым түрлері айқындалды (35-сурет).



Сурет 35 – Іскерлік туризм нарығындағы өзара қатынасы мен ынтымақтастығының басым түрлері туралы пікір, %

Ескертпе – Автор сауалнама нәтижелері бойынша құрастырған

Сарапшылардың пікірінше, өзара қатынас орнатудың ең басым түрі осы саладағы компаниялар мен мемлекеттік ұйымдар арасындағы өзара қатынасы тікелей тиімді ынтымақтастық болып табылады - 51% (26 адам). Екінші орында – нарықтағы компаниялар арасында - 45,1% (23 адам), үшінші орында-компаниялар мен білім беру мекемелері арасындағы өзара қатынасы - 37,3% (19 адам). Қалған жауаптар бойынша мәлімет келесідей көрініс тапты: туристік кластер мен басқа кластерлер арасында - 29,4% (15 адам); компаниялар мен қаржы институттары арасында - 25,5% (13 адам); компаниялар мен ғылыми-зерттеу институттары арасында - 15,7% (8 адам).

Орналастыру орындарының жеткіліксіздігі туралы сұраққа жауаптар, жеткілікті - 46,2% (24 адам) деп санайтындар мен жаңа қонақ үйлер мен басқа да орналастыру орындары қажет - 25% (13 адам) және жеткіліксіз -28,8% (15 адам) деп санайтындар арасында бөлінді (36-сурет).

Әрине, орналастыру орындары бизнесі жаңа кәсіпорындардың ашылуы жүктелім-толтырымдылық коэффицентін одан да төмендеуіне әкеледі, қосымша бәсекелестік тудырады деп санайды. Статистикаға сәйкес, бізде ең көп сұранысқа ие мерзім жазғы уақыт болып саналса, яғни жылына 3-4 ай ғана.



Сурет 36 – Аймақтардағы орналастыру орындарының жеткіліктілігі туралы пікір, %

Ескертпе – Автор сауалнама нәтижелері бойынша құрастырған

Сарапшылар эконом қонақ үйлер - 54,9% (28 адам) және бизнес-отельдерді ашу қажеттігін - 45,1% (23 адам), VIP-класс қонақтары үшін орналастыру құралдары -21,6% (11 адам) жеткіліксіз екенін, сауалнамаға қатысқандардың 19,6% (10 адам) хостелдерді ашу қажеттілігі туралы атап өтті (37-сурет).

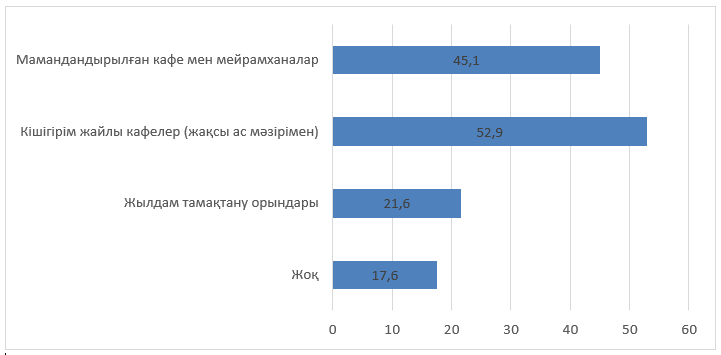
Орналастыру орындарының жаңа түрлерін ашу қажеттігі жоқ деп сапаршыладың 5,9%-ы көрсетті (3 адам). Бірақ олардың барлығы егер біз әлі де туристерге назар аударғымыз келсе, тарихи қала орталығына жаяу жүргіншілерге арналған жаңа орналастыру құралдарын ашуымыз керек деген пікірге келді. Қала шетіндегі шағын қонақүйлердің туристік функцияны орындауы екіталай. Жаңа тұрғын үй құрылысының басты шарты болашақ қонақ үйдің лайықты ортасы болуы керек. Олар айналасында тозығы жеткен үйлері бар қараңғы аллеяларда немесе керісінше, тұрақты шу мен халық көп болғандықтан ірі сауда немесе өндіріс орындарының жанында орналаспауы керек. Сарапшылардың ішінде орналастыру орындарының жаңа түрлерін ашудың мүлдем қажеті жоқ дегендер де болды. Кейбір сарапшылар ұсынылған жауаптардан тыс кемпинг салу қажеттілігін қосты.



Сурет 37 – Орналастыру орындарының жаңа түрлерін ашу қажеттігілі туралы пікір, %

Ескертпе – Автор сауалнама нәтижелері бойынша құрастырған

Тамақтану объектілері бойынша сарапшылар кішігірім жайлы кафелер (жақсы ас мәзірімен) - 52,9% (27 адам) ашу қажеттігі бар екенін атады. Ал мамандандырылған кафе мен мейрамханалардың ашылуын құптаған сарапшылар - 45,1% (23 адам) ұлттық тағамды насихаттаушы дәмханалардың ашылуын ұсынған. Бұл ретте, ұлттық тағамдары дегенде, бұл сәнді тек өте қымбат өнімдерден дайындалатын күрделі тағам болмау керек, яғни кезкелген сапармен жүрген туристің қалтасы көтеретін тағам мәзірімен қамтылу керек. Сауалнамаға қатысушылардың - 21,6% (11 адам) жылдам тамақтану орындарының ашылғанын қалайды (38-сурет).

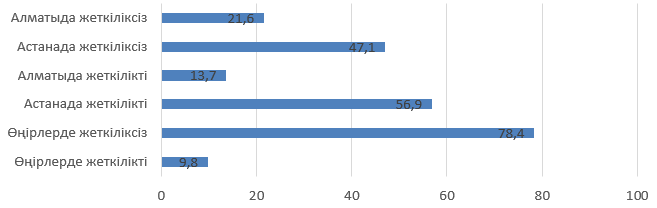


Сурет 38 – Аймақтарда жаңа тамақтану орындарын ашу қажеттілігі туралы пікір, %

Ескертпе – Автор сауалнама нәтижелері бойынша құрастырған

Іскерлік туризм саласындағы іс шараларды сәтті ұйымдастыру үшін, конгресс-көрме кешендерінің деңгейі, олардың сыйымдылығы және компанияның сұраныс талаптарына сәйкестігі өте маңызды фактор болып табылады. Осыған орай, сауалнамаға іскерлік кездесуді, халықаралық деңгейдегі шараларды, конгрестерді өткізу объектілері Қазақстандағы мөлшер жағдайын сұрадық.

Сарапшылардың басым бөлігі іскерлік кездесуді, халықаралық деңгейдегі шараларды, конгрестерді өткізу объектілері Қазақстан өңірлерінде жеткіліксіздігін атады - 78,4% (40 адам). Бірақ Астана мен Алматыны қарайтын болсақ, жауаптар екі жақты: Астанада жеткілікті - 56,9% (29 адам); Астанада жеткіліксіз - 13,7% (7 адам), Алматыда жеткілікті - 47,1% (24 адам); Алматыда жеткіліксіз - 21,6% (11 адам) (39-сурет).



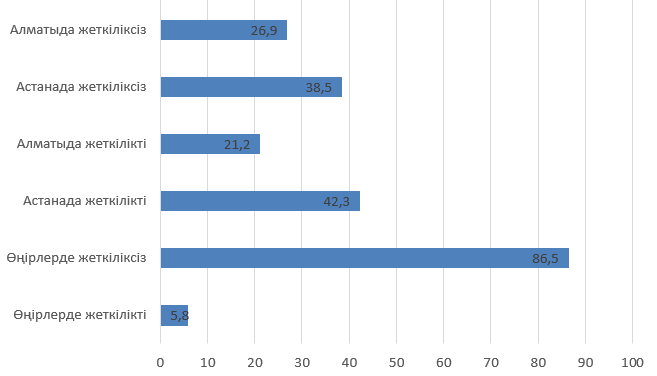
Сурет 39 – Іскерлік кездесуді өткізу объектілерінің Қазақстанда жеткіліктілігі туралы пікір, %

Ескертпе – Автор сауалнама нәтижелері бойынша құрастырған

Іскерлік туризм дамуында туристің бос уақытын өткізетін орындардың болуы да маңызды фактор, себебі жұмыс бабымен келген іскер турист маңызды шаруасынан қолы босаған сәтте міндетті түрде тұрғылықты жердің көрнекі орындарына барумен қоса көңіл көтеруді де қалайды. MICE-туристер іскерлік мәселелерді шешумен қатар экскурсия мен көрікті жерлерді кестеге енгізе алады.

Сарапшылардың пікірі әр түрлі болды, алайда мұнда да өңірлерде көңіл көтеретін орындардың жеткіліксіздігі аса назарда болды - 86,5% (адам) Алайда аймақтарда бос уақытты өткізетін орындар жеткілікті жауабын таңдаған сарапшылар да болды - 5,8% (3 адам), Астанада жеткілікті - 42,3 (22 адам), Астанада жеткіліксіз - 21,2 (11 адам), Алматыда жеткілікті - 38,5 (20 адам), Алматыда жеткіліксіз - 26,9 (14 адам) (40-сурет).

Іскерлік туризм саласында корпоративтік сапарларды, көптеген іс шараларды ұйымдастыру, қуатты қызмет индустриясын құруға себеп болады. Іскерлік туризм инфрақұрылымы көрме және конгресс орталықтарын, бизнес- қонақүйлерді, төлем жүйелерін, бизнес-авиацияны, заманауи технологияларды қамтиды, соның арқасында іскер турист келу мақсатын толықтай игере алады. Қазақстанда туроператорлардың барлығы дерлік осы талаптарды орындай алмайды. Ал бұған деген қажеттілік күн санап өсуде. Іскерлік туризм ол тәжірибемен алмасу, бизнес-мүкіншіліктер, инвесторлар, серіктестер, кадр іздеуді қарастырады. Іскерлік туризмнің дамуына бір кәсіпорынның дамуымен қоса бүтін елдің ұлттық экономикасының дамуыда тәуелді, өйткені ол әлемдік нарыққа шоғырлану кепілі.



Сурет 40 – Қазақстанда көңіл көтеретін орындардың жеткіліктілігі

туралы пікір, %

Ескертпе – Автор сауалнама нәтижелері бойынша құрастырған

Іскерлік туризм сегментінде Қазақстанның даму болашағы бар, ол ең алдымен Астана, Алматы қалаларынан байқалады. Геосаяси жағдай және табиғи шикізаттық, рекреациялық ресурстары іс-шараға келушілердің санының артуына жауап бере алады.

Қазақстанның қонақ үй нарығына іскерлік туризм бағытына басым назар аударған жөн, себебі осы туризм түрі қысқа туристік мерзіммен салыстырғанда, қонақ үйлерді жыл бойына тұрақты толтырумен қамтиды. Іскерлік туристерге бағдарланған отельдер іскерік саяхатшының барлық ерекшелігін есепке алуға тырысады, ыңғайлы қаладағы орналасуы, қосымша қызмет кешенін ұсыну, іскерлік қызметіне байланысты және бос уақытын жағымды өткізу бойынша: бизнес классқа жататан автокөлікпен трансфер, жабдықталған конференц залдар, келіссөздер бөлмесі, курьер қызметі, аудармашы, көмекші қызметі, көрнекі орындарға экскурсия. Демек, іскерлік туризмнің дамуы үшін оған қажетті инфрақұрылымды қоса дамыту керек.

Біз жүргізген зерттеулер еліміздегі іскерлік туризмнің қазіргі жағдайын анықтауға мүмкіндік берді. Елдің көптеген артықшылықтары анықталды, олар кемшіліктерге қарамастан, іскерлік туризмді дамытуға үлкен мүмкіндіктер туғызады.

Ғылыми әлеуеті мен мәдени мұрасы бар Қазақстан халықаралық қызметтің болашағы бар орталық болып табылады және инфрақұрылымды дамытумен халықаралық кездесулер нарығында тиімді маркетинг жүргізу жағдайында әлдеқайда көп халықаралық іскерлік іс-шараларды тартуға қабілеті зор.

Қазақстанда іскерлік туризмнің дамуына SWOT-талдау жүргіздік [109, 110].

Елдегі іскерлік туризмді дамытудың *күшті жақтарына (S)* мыналар жатады:

– табиғи ресурстардың болуы;

– халықаралық маңызы бар объектілерді қоса алғанда, материалдық және материалдық емес мәдени мұра ескерткіштерінің болуы;

– Қазақстанның тиімді геосаяси орналасуы (Еуразия орталығында орналасуы, елдің аумағы арқылы ең қысқа трансконтиненталдық көлік-коммуникациялық дәліздердің өтуі);

– тұрақты саяси және мемлекетішілік жағдай;

– қонақ үй кешені объектілерін (5 жұлдызды қонақүйлердің, оның ішінде әлемдік қонақ үй желілерінің – Астана, Алматы қалаларында), жаңа заманауи бизнес – орталықтардың, конгресс және көрме алаңдарының (Астана қаласында) құрылысы бойынша ауқымды инвестициялық жобаларды іске асыру, олардың көпшілігінде конференциялар, ал кейбіреулерінде-ауқымды конгрестер өткізуге болады;

– халықаралық деңгейде іскерлік іс-шараларды өткізуді ұйымдастырушы ретінде Астанаға деген қызығушылық (АЭФ, ӘДДЛ съездері қорытындылары бойынша, EXPO-2017 көрмесі);

– Қазақстан астанасының (2018 жылы) үздік бизнес-дестинация және Ресей мен ТМД-ның іскерлік және оқиғалық туризмінің Үздік қаласы ретінде танылуы;

– дәстүрлі туризммен салыстырғанда жоғары кірістілік деңгейі: UNWTO мәліметтері бойынша іскер туристер бүкіл әлемдік туристік ағынның шамамен 25% құрайды, бірақ туристік сегменттегі жалпы түсімдердің 60% іскерлік туризмге тиесілі;

– іскерлік туризм маусымға тәуелсіз; іскерлік іс-шаралардың өсуі қонақүйлерді жүктеудің орташа деңгейінің жоғарылауына әкеледі, өйткені іскерлік турларды жүзеге асыру туризмнің барлық басқа түрлеріне қарағанда жыл мезгіліне аз тәуелді;

– іскерлік туризм дәстүрлі туризмге қарағанда аз дәрежеде экономиканың, саясаттың немесе басқа факторлардың әсерінен құлдырауға ұшырайды.

Зерттеу барысында елдегі іскерлік туризмнің *әлсіз жақтары (W)*анықталды:

– көрсетілетін қызметтердің халықаралық стандарттарға сәйкес келмеуі;

– іскерлік туризм саласындағы жоғары кәсіби мамандардың тапшылығы;

– іскерлік туризм индустриясы саласында кәсіби менеджменттің болмауынан кәсіби кадрларды даярлаудың төмен деңгейі, бұл іскерлік қызметтерді тұтынушыларға қызмет көрсету сапасына әсер етеді;

– еліміздің ғылыми ұйымдары мен оқу орындарының қатысуымен іскерлік туризмді дамыту және ілгерілету саласындағы ғылыми зерттеулерді дамытудың төмен деңгейі;

– Қазақстанның халықаралық ұйымдар мен қауымдастықтардағы өкілдігінің төмен деңгейі, бұл өз алдына іскерлік туризм индустриясын халықаралық деңгейде дамыту мүмкіндігін тежейді;

– іскерлік туризм саласындағы халықаралық ынтымақтастықты дамыту жүйесіне елдің интеграциясының әлсіз деңгейі;

– Қазақстанның ішкі және халықаралық нарықтардағы іскерлік туризм саласындағы әлеуеті туралы ақпараттың төмен деңгейі;

– іскерлік туризм нарығының көлеңкелігі, елде жүргізілетін іс-шараларды статистикалық есепке алу жүйесінің болмауы және іскерлік іс-шаралардың экономикалық әсерін бағалау жүйеге келтірілмегендігі;

– аймақтық іскерлік туризмді басқару органдарының болмауы, бұл өңірлерде және тұтастай алғанда ел бойынша іскерлік туризм индустриясының дамуын жүйелі кешенді жоспарлауды, реттеуді және болжауды қамтамасыз етуге мүмкіндік бермейді;

– инновациялық инфрақұрылымды (орналастыру құралдары, қоғамдық тамақтандыру, көлік қызметтері, ойын-сауық индустриясы объектілері және т.б.) дамытудың жеткіліксіз төмен деңгейі;

– Қазақстаннан шетелге еңбекке қабілетті жоғары білікті кадрлардың, әсіресе жастардың кетуі;

– елдегі кездесулер индустриясына қатысатын жалпы, бизнес-қоғамдастық ішіндегі ынтымақтастық байланысының төмен деңгейі, елдегі кездесулер нарығы бастапқы кезеңде екендігімен және соның салдарынан нарықтың көптеген қатысушылары іскерлік туризм индустриясының базалық негіздері мен ұғымдарын біржақты түсінбеуімен сипатталады;

– елдің туристік нарығында туристік қызмет көрсету мен басқарудың прогрессивті технологияларын әзірлеу мен енгізуде артта қалуы;

– Қазақстанның іскерлік туризм саласындағы халықаралық ынтымақтастықты дамыту жүйесіне интеграциясының әлсіз деңгейі.

Қазақстанда іскерлік туризмді дамыту үшін барлық *мүмкіндіктер (O)* бар:

– іскерлік туризм индустриясын дамыту мәселелері бойынша ICCA, GBTA және т.б. сияқты танымал халықаралық және ұлттық корпорациялармен, қауымдастықтармен ынтымақтастық туралы екіжақты келісімдердің технологияларын қалыптастыру арқылы білім беру жүйесін құрал және базалық инфрақұрылым ретінде дамыту;

– шығу туризмінің әлеуеті жоғары елдермен шекаралас орналасу (Ресей, Қытай);

– жоғары туристік әлеует;

– туристік инфрақұрылымды дамыту;

– бірегей жергілікті іскерлік туризм өнімдерін әзірлеу;

– өңірлерді дамытуға, оның ішінде туристік және көліктік-логистикалық инфрақұрылымды жайластыру есебінен мемлекеттің белсенді қатысуы;

– байланыс (коммуникация) және өнімді тарату саласында заманауи технологияларды қолдану;

– жалпы Қазақстанда іскерлік туризм нарығының қалыптасуы және бұл нарыққа қатысушы болу қажеттілігін түсіну.

Біздің елімізде іскерлік туризмнің дамуына кедергі келтіруі мүмкін *қауіптерді (T)*атап өту қажет:

**–** саяси және әскери жағдайы тұрақсыз аумақтарға жақындық (Ауғанстан);

– халықтың табыс деңгейін одан әрі төмендету;

– еңбек нарығында кадрлардың қысқаруы;

– инвесторлар үшін елдің инвестициялық тартымдылығының төмендеуі;

– ғылыми-техникалық әлеуетті толық пайдаланбау;

– инновациялық инфрақұрылымды дамытудағы артта қалушылық;

– жақын маңдағы елдердің ұқсас туристік өнімдері;

– жаңа әлемдік және аймақтық дағдарыстар.

Қазақстанның артықшылықтары іскерлік туризмді дамыту факторларын қалыптастырады, ал анықталған кемшіліктер мен оларды жою қажеттілігі өз кезегінде іскерлік туризмді дамытудың алғышарттары болып табылады.

Туристер мен шетелдік қонақтардың жоғары қажеттіліктеріне жауап беретін, жаңа сапалы және қазіргі заманғы жұмыс орындарын құруға, шетелдік инвестицияларды тартуға және Қазақстанды әлемдік туристік нарықта ілгерілетуге ықпал ететін туризм саласындағы бәсекеге қабілетті іскерлік бағытты дамыту қажеттігі айқын.

**Екінші бөлім бойынша тұжырым**

1. Қазақстандағы іскерлік туризмнің жағдайына талдау жүргізілді. Қазақстанда, әсіресе елордада, іскерлік туризм дамып келеді.
2. Бұған соңғы жылдары өткізілген әлемдік деңгейдегі ауқымды іс шаралар (АЭФ, ӘДДЛС, EXPO-2017 және т.б.), іскерлік туризм инфрақұрылымының жақсаруы (жаңа 5 жұлдызды қонақүйлердің, басқа да мәдени нысандардың пайда болуы) ықпал жасауда.

2. Туристік ағымға және 2019 жылдан кейінгі іскерлік іс шаралар санына пандемия әсер етті. 2020 жылы елімізге келген шетелдіктер саны 2019 жылмен салыстырғанда 4,18 есе, 2021 жылы 6,4 есе азайды. Оның ішінде іскерлік мақсаттармен келген туристер саны 2019 жылмен салыстырғанда 2020 жылы 2 есеге жуық (49%), 2021 жылы – 2 есеге азайды.

Қазақстандықтардың шетелге сапарларының жалпы саны 2019 жылмен салыстырғанда 2020 жылы – 3,74 есе, 2021 жылы – 3,06 есе қысқарды. Бірақ 2020 жылмен салыстырғанда, 2021 жылы 22 %-ға өсті. Шетелге іссапарлар 2019 жылмен салыстырғанда 2020 жылы 47%-ға, 2021 жылы 43%-ға қысқарды. 2021 жылы 2020 жылмен салыстырғанда 8%-ға өсті.

3. Осы зерттеулер қазақстандықтардың шетелге, оның ішінде іскерлік мақсаттарға сапар шегу кезіндегі шығындары соңғы жылдары өсіп келе жатқанын көрсетеді. Біздің елге келген кезде шетелдік туристердің шығындарына пандемия әсер етті. 2020 жылы 2019 жылмен салыстырғанда бір шетелдік туристің шығындары 1,29 есеге төмендеді. Бірақ келесі, 2021 жылы, шығындар өсті: орташа турист үшін – 1,8 есе, іскер турист үшін – 2,4 есе.

4. 2020 жылы орналастыру орындарымен 2019 жылмен салыстырғанда қызмет көрсетілген келушілер саны 42,9%-ға төмендеді. 2021 жылы бұл көрсеткіш бір жыл ішінде 52,9%-ға өсті. 2022 жылы, 2021 жылмен салыстырғанда 34%-ға өсті.

Осы жылдар ішінде қызмет көрсетілген шетелдік қонақтар санының өзгеруі келесідей: 2019 жылы қызмет көрсетілген резидент санының 2018 жылмен салыстырғанда 17,9%-ға төмендеуі байқалды. 2020 жылы қызмет көрсетілген резидент саны 3,88 есе күрт төмендеді, ал 2021 жылы өткен жылмен салыстырғанда 1,3 есе өсті. 2022 жылы 2021 жылмен салыстырғанда резиденттер саны 24,6%-ға, резиденттер есем саны 2,8 есе өсті.

1. Еліміз бойынша қызмет көрсетілген келушілердің ең көп саны екі мегаполисте – Алматы мен Астанада.

2020 жылы ел бойынша орналастыру орындарымен қызмет көрсетілген келушілер саны 2019 жылмен салыстырғанда 43%-ға төмендеді. Келесі, 2021 жылы, бұл көрсеткіштер өсті. Еліміз бойынша – 52%-ға, Астанада – 78%-ға, Алматыда – 65%-ға. 2022 жылы осы көрсеткіштердің барлығы пандемияға дейінгі, 2019 жылдың көрсеткіштерінен асты: ел бойынша – 1,17 есе, Астанада – 1,92 есе, Алматыда – 2,07 есе.

2022 жылы 2019 жылымен салыстырғанда ел бойынша іскерлік мақсаттағы қызмет көрсетілген адамдардың саны сәл төмен болды – 2 692 447 (920 адамға, яғни 0,04%-ға). Мегополистерде осы мерзімде қызмет көрсетілгендер келушілер саны өсті: Алматыда – 1,88 есе, Астанада – 2,66 есе.

6. Қазақстанда іскерлік туризмді дамытудың тежеуші факторларының бірі әлемдік деңгейдегі қонақ үйлердің жетіспеушілігі болып табылады. Тәжірибе көрсеткендей, өзін-өзі құрметтейтін бір де бір шетелдік кәсіпкер қызмет көрсету деңгейі күмәнді қонақ үйде тоқтамайды.

7. Зерттеу шеңберінде іскерлік туризмді дамыту орындылығын анықтау үшін сараптамалық сауалнама жүргізілді. Сауалнамаға Қазақстанның барлық аймақтарынан 52 сарапшы жауап берді.

Сарапшылардың басым бөлігі Қазақстанның жалпы туристік саласында іскерлік туризмнің рөлін оң бағалады: 42,3%-ы өте елеулі маңызды деп бағалады. Іскерлік туризм саласындағы кадрлық әлеуетті төмен мен орташа бағасын сарапшылардың 44,2%-ы бірдей берді. Түлектердің басқарушылық және практикалық дағдыларының жоқтығын, коммуникативтік қабілетінің дамымағандығын және ағылшын тілін нашар білетіндігін атап өтті.

Сарапшылар эконом қонақ үйлер (54,9%) және бизнес-отельдерді ашу қажеттігін (45,1%) атап кетті. Сарапшылардың басым бөлігі (78,4%) іскерлік кездесуді, халықаралық деңгейдегі шараларды, конгрестерді өткізу объектілерінің, көңіл көтеретін орындардың (86,5%) Қазақстан өңірлерінде жеткіліксіздігін атады.

Іскерлік туризмді жетілдіру бойынша ұсыныстарды әзірлеу кезінде мамандардың осы пікірлерін ескеру қажет.

**3 ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДА ІСКЕРЛІК ТУРИЗМДІ ДАМЫТУ ЖҮЙЕСІН ЖЕТІЛДІРУ**

**3.1 Стейкхолдерлердің іскерлік туризмді жетілдіру бойынша көз қарастары және іске асыру жолдары**

Іскерлік туризмнің дамуын тиімді жоспарлау мен болжауды Қазақстандағы жергілікті тұрғындар мен туристік сектор өкілдерінің туризм әсерін қалай қабылдайтынын және олардың әлеуметтік-демографиялық сипаттамаларына байланысты іскерлік туризмге көзқарастарының қалай өзгеретінін бағалауды регрессиялық талдау негізінде жүзеге асыруға болады [121].

Қосымша Ғ-да сауалнаманың сұрақтары көрсетілген. Сауалнамаға барлығы 536 респондент қатысты. Сауалнама деректері SPSS Statistics 26 бағдарламасымен өңделген.

Тұрғындарды іскерлік туризмді жоспарлау туралы шешім қабылдау процесіне тарту оған оң көзқарасты қалыптастыруға ықпал етуі мүмкін. Бұл іскерлік туризмнің табысты дамуы үшін маңызды тұрғындардың қанағаттануына байланысты. Тұрғындардың қанағаттануы іскерлік туризмнің артықшылықтарымен, тұрғындардың өмір сүру сапасымен және олардың өз қауымдастығын дамытуға деген бейімділігіне байланысты.

Екінші жағынан, жағымсыз әлеуметтік-мәдени салдарға келетін болсақ, іскерлік туризмнің дамуы жергілікті біркелкіліктің (идентичность), мәдениеттің және дәстүрлердің нашарлауына әкеледі. Сонымен қатар, аймақтағы инфляция деңгейі туристік қызмет тұрғысынан артып келеді және осылайша елдегі өмір сүру құнының өсуіне әкеледі. Нәтижесінде туристер мен жергілікті тұрғындар экономикалық тұрғыдан зардап шегеді.

Тұрғындардың көзқарасын анықтау іскерлік туризмді дамытудың ықтимал теріс әсерін барынша азайтатын және дамудың бастапқы кезеңінде болған кезде қоғамдастықтың дамуына және іскерлік туризмді көбірек қолдауға әкелетін пайданы барынша арттыратын саясатты қабылдауды жеңілдетуі мүмкін.

Бұл зерттеу іскерлік туризмнің Қазақстанға экономикалық және әлеуметтік-мәдени тұрғыдан қалай әсер ететінін анықтауға және оның инфрақұрылымы арқылы іскерлік туризмнің әлеуетін түсіндіруге; Қазақстандағы жергілікті тұрғындар мен туристік сектор өкілдері (стейкхолдерлер) іскерлік туризмнің әсерін қалай қабылдайтынын және олардың әлеуметтік-демографиялық сипаттамаларына байланысты іскерлік туризмге көзқарастарының өзгеретінін анықтауға көмектеседі.

Тұрғындардың қабылдауы мен көзқарасы іскерлік туризмнің табысты және тұрақты дамуы үшін өте маңызды. Қауымдастықтардың көзқарастары мен түсініктерін зерттеу және іскерлік туризмді дамыту туралы түсініктерді қалыптастыру шешім қабылдаушылар үшін маңызды ақпарат бере алады. Тұрғындар іскерлік туризмнің тұрақты дамуын қолдау процесінде маңызды рөл атқарады. Олар іскерлік туризм индустриясының дамуына және қоғамның табысты дамуына ықпал етеді.

Осы мақсатта зерттеу барысында келесі гипотезалар сыналды:

H1: Іскерлік туризмнің оң экономикалық әсерін жергілікті тұрғындар мен туристік сектор өкілдерінің жасына байланысты қабылдауы арасында айырмашылық бар.

H2: Іскерлік туризмнің оң әлеуметтік-мәдени салдарын жергілікті тұрғындар мен туристік сектор өкілдерінің жасына байланысты қабылдауы арасында айырмашылық бар.

H3: Іскерлік туризмнің жағымсыз экономикалық салдарын жергілікті тұрғындар мен туристік сектор өкілдерінің жасына байланысты қабылдауы арасында айырмашылық бар.

H4: Іскерлік туризмнің жағымсыз әлеуметтік-мәдени салдарын жергілікті тұрғындар мен туристік сектор өкілдерінің жасына байланысты қабылдауы арасында айырмашылық бар.

H5: Іскерлік туризмнің оң экономикалық әсерін жергілікті тұрғындар мен туристік сектор өкілдерінің білім мәртебесіне байланысты қабылдауы арасында айырмашылық бар.

H6: Іскерлік туризмнің оң әлеуметтік-мәдени салдарын жергілікті тұрғындар мен туристік сектор өкілдерінің білім мәртебесіне байланысты қабылдауы арасында айырмашылық бар.

H7: Іскерлік туризмнің жағымсыз экономикалық салдарын жергілікті тұрғындар мен туристік сектор өкілдерінің білім мәртебесіне байланысты қабылдауы арасында айырмашылық бар.

H8: Іскерлік туризмнің жағымсыз әлеуметтік-мәдени салдарын жергілікті тұрғындар мен туристік сектор өкілдерінің білім мәртебесіне байланысты қабылдауы арасында айырмашылық бар.

H.9: Іскерлік туризмнің оң экономикалық әсерін жергілікті тұрғындар мен туристік сектор өкілдерінің табыс деңгейіне байланысты қабылдауы арасында айырмашылық бар.

H.10: Іскерлік туризмнің оң әлеуметтік-мәдени салдарын жергілікті тұрғындар мен туристік сектор өкілдерінің табыс деңгейіне байланысты қабылдауы арасында айырмашылық бар.

H.11: Іскерлік туризмнің жағымсыз экономикалық салдарын жергілікті тұрғындар мен туристік сектор өкілдерінің табыс деңгейіне байланысты қабылдауы арасында айырмашылық бар.

H.12: Іскерлік туризмнің теріс әлеуметтік-мәдени салдарын жергілікті тұрғындар мен туристік сектор өкілдерінің табыс деңгейіне байланысты қабылдауы арасында айырмашылық бар.

Сауалнама сұрақтары әлеуметтік желілер (Facebook, Whatsapp және Instagram) платформалары және электрондық пошта бойынша Google Forms қолдану арқылы 2020 жылдың 1 қыркүйегі мен 2021 жылдың 1 наурызы аралығында 604 адамға жеткізілді. Нәтижесінде 536 жауап толығымен аялынды және әрі қарай талдауға жарамды деп танылды. Бастапқы деректерді алу үшін 18 тармақтан тұратын бес балдық Лайкерт типті шкала қолданылды. Альфа Кронбах коэффициенті шкалалардың ішкі өлшемдері мен жалпы сенімділігі үшін есептелген.

Сонымен қатар, факторлық талдау, КМО және жиілікті талдау сынақтары қолданылды. Қатысушылардың Қазақстандағы іскерлік туризм туралы түсініктерін анықтау және бұл түсініктердің әлеуметтік-демографиялық айнымалыларға байланысты өзгеретінін зерттеу үшін деректердің қалыптылығы тексерілді.

Шамадан тыс және асимметрия мәндері зерттелді және параметрлік емес сынақтар қолданылды, өйткені мәндер +2/-2 шегінде болмады. Деректердің қалыпты таралуы болмағандықтан, топтар арасындағы айырмашылықтар Манн-Уитни-U критерийі мен Краскел-Уоллис H критерийі арқылы анықталды. Зерттеудің барлық нәтижелері p< 0,05 маңыздылық деңгейінде тексерілді [111].

Сауалнама сұрақтары жабық және 5 типті Лайкерт (1 = мүлдем келіспеймін, 2 = келіспеймін, 3 = шеше алмаймын, 4 = келісемін, 5 = толық келісемін) 19 сұрақ. Факторлық талдау кезінде SPSS бағдарламасында сауалнаманың 19 сұрағы 4 бөлек топтан тұратыны анықталды. Құрылған топтардағы мәселелер жіктелген кезде төрт өлшем сыныпталды: іскерлік туризмнің оң экономикалық әсері; іскерлік туризмнің оң әлеуметтік-мәдени әсері; іскерлік туризмнің теріс экономикалық салдары және іскерлік туризмнің теріс әлеуметтік - экономикалық салдары.

KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) үлгісінің сәйкестік сынағының мәні 0,869 екендігі анықталды - зерттеуде алынған мәліметтер жиынтығы факторлық талдауға жарамды. Бұл мән 0,5-тен үлкен болғандықтан, деректер жиынтығы факторлық талдау үшін жоғары мәнге ие.

Әр топтағы сұрақтар олардың жалпы сипаттамаларына сәйкес аталды. Кейінгі талдауда зерттеу нәтижелері осы 4 факторды қолдану арқылы алынды. Пайда болған топтар келесідей аталды:

Өлшем 1 – Іскерлік туризмнің оң экономикалық әсері.

Өлшем 2 – Іскерлік туризмнің оң әлеуметтік-мәдени әсерлері.

Өлшем 3 – Іскерлік туризмнің жағымсыз экономикалық салдары.

Өлшем 4 – Іскерлік туризмнің теріс әлеуметтік-мәдени салдары.

Сенімділіктің факторлық талдауы бойынша оларды өз ішінде де талдауға болатындығы белгілі болды және осы тұрғыда зерттеу құрылымы құрылуы мүмкін. Төрт фактордың сенімділік нәтижелері альфа Кронбах (а) коэффициентіне сәйкес талданды. Зерттеу көлемі бойынша нәтижелердің сенімділігі бойынша тиісінше: іскерлік туризмнің оң экономикалық әсерлері альфа мәні 0,849 жоғары сенімді болып саналады; оң әлеуметтік-мәдени әсерлер - альфа мәні 0,763; теріс экономикалық салдарлар - альфа мәні 0,657; теріс әлеуметтік-мәдени салдары - альфа мәні 0,699. Ол қолайлы деңгейде деген қорытындыға келді.

Талдау алдында зерттеулер деректер жиынтығының таралуы қалыпты ма, жоқ па, соны тексерді. Шамадан тыс және асимметрия мәндері +2/-2 шегінде болмағандықтан, деректер жиынтығы қалыпты үлестірімді көрсетпеді және параметрлік емес сынақтар қолданылды. Сонымен қатар, Колмогоров-Смирновтың таралуының сынақ мәндері тексерілді және алынған p (0,000) мәні барлық өлшемдерде 0,05-тен (p<0,05) төмен болды, сондықтан таралу қалыпты емес деген қорытындыға келді. Айнымалылар ANOVA-ның қалыпты болжамына сәйкес келмейтіндіктен, Манн-Уитнидің U-статистикасы бір-бірімен байланысты емес екі топтың көрсеткіштері бір-бірінен айтарлықтай ерекшеленетінін анықтау үшін пайдаланылды.

18-кестеде зерттеуге қатысқан жергілікті тұрғындар мен туристік сектор өкілдері туралы демографиялық ақпарат берілген.

Кесте 18 – Зерттеуге қатысқан стейкхолдерлер туралы әлеуметтік-демографиялық ақпарат

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Демографиялық ақпарат | Мөлшері | % |
| Жынысы | | |
| Ер | 302 | 56,3 |
| Әйел | 234 | 43,7 |
| Отбасы жағдайы | | |
| Отбасылық | 288 | 53,7 |
| Жалғыз басты | 248 | 46,3 |
| Жасы | | |
| 18 – 24 жас | 116 | 21,6 |
| 25 – 34 жас | 154 | 28,7 |
| 35 – 44 жас | 173 | 32,3 |
| 45 жас және одан жоғары | 93 | 17,4 |
| Білім деңгейі | | |
| Орташа | 6 | 1,1 |
| Арнайы орта | 122 | 22,8 |
| Жоғарғы | 408 | 76,1 |
| Мамандық | | |
| Студент | 78 | 14,6 |
| Педагог | 154 | 28,7 |
| Қонақ үй қызметкері | 107 | 20,0 |
| Туристік агенттіктің қызметкері | 104 | 19,4 |
| Мейрамхана қызметкері | 93 | 17,4 |
| Табыс деңгейі | | |
| 150 000 теңгеге дейін. | 85 | 15,9 |
| 150 001 – 300 000 теңге | 112 | 20,9 |
| 300 001 – 500 000 теңге | 144 | 26,8 |
| 500 001 – 1 000 000 теңге | 122 | 22,8 |
| 1 000 000 млн теңгеден жоғары | 73 | 13,6 |
| Ескертпе – Автор сауалнама нәтижелері бойынша құрастырған | | |

Іскерлік туризмді қабылдау шкаласының тармақтары бойынша сауалнамаға қатысушылардың бағаларының орташа және стандартты ауытқу мәндері 19-кестеде келтірілген.

Іскерлік туризмнің оң экономикалық әсеріне қатысты мәселелердің ішінде сауалнамаға қатысушылар ең көп қатысқан мәселе – «Іскерлік туризм жергілікті өнімдерді сатуға ықпал етеді» (x=4,40, ps= 0,72). Қатысушылардың ең аз келісілген пункті – «Іскерлік туризм Қазақстан тұрғындарына жұмыс береді» (x = 3,99, ps = 0,72) пункті.

Кесте 19 – Іскерлік туризмінің экономикалық және әлеуметтік-мәдени әсерлері

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Оң экономикалық әсерлер | Орташа | Стандартты ауытқу |
| Оң нәтижелер | | |
| 1. Қазақстанда іскерлік туризмнің дамуы экономикалық дамуға ықпал жасайды | 4,27 | 0,72 |
| 2. Қазақстанда іскерлік туризмінің дамуы ішкі және шетел капиталының ағынын тудыра отырып, әл-ауқатты арттырады | 4,32 | 0,70 |
| 3. Қазақстанда іскерлік туризмін дамыту инвестициялардың ұлғаюын қамтамасыз етеді | 4,24 | 0,67 |
| 4. Қазақстанда іскерлік туризмді дамыту жан басына шаққандағы табысты арттырады | 4,21 | 0,68 |
| 5. Қазақстанда іскерлік туризмді дамыту жұмысқа орналасу үшін жаңа мүмкіндіктер туғызады | 4,21 | 0,66 |
| 6. Қазақстанда іскерлік туризмді дамыту, инфрақұрылым мен құрылыс мүмкіндіктерін қамтамасыз етеді | 4,15 | 0,68 |
| 7. Қазақстанға келетін туристердің сатып алуы саудаға оң әсерін тигізеді | 4,18 | 0,61 |
| 8. Іскерлік туризмде Қазақстан тұрғындары жұмыс істейді | 3,99 | 0,72 |
| 9. Іскерлік туризм Қазақстанның жергілікті өнімдерін өткізуге ықпал жасайтын болады | 4,40 | 0,72 |
| 10. Іскерлік туризмнің оң әлеуметтік-мәдени әсерлері Қазақстан тұрғындарын әлеуметтік және мәдени тұрғыдан байытады | 3,91 | 0,67 |
| 1. Іскерлік туризм Қазақстан тұрғындарының әртүрлі мәдениеттегі адамдарға деген көзқарасын оң өзгертеді | 3,89 | 0,67 |
| 12. Іскерлік туризм Қазақстанның табиғи, мәдени және тарихи мұрасын қорғауды қамтамасыз етеді | 3,89 | 0,66 |
| 13. Іскерлік туризм Қазақстандағы саябақтар мен жасыл аймақтар санын арттырады | 3,71 | 0,74 |
| 14. Іскерлік туризм Қазақстанда экологиялық сананың дамуын қамтамасыз етеді | 3,48 | 0,80 |
| Теріс нәтижелер | | |
| 15. Қазақстанда іскерлік туризмнің дамуы тауарлар мен қызметтерге бағаның өсуіне алып келеді | 3,49 | 0,82 |
| 16. Іскерлік туризм Қазақстанда жалға алу ақысы мен жылжымайтын мүлік бағасын арттыруға ықпал ететін болады | 3,31 | 0,83 |
| 17. Іскерлік туризм Қазақстандағы қылмыс деңгейін арттырады | 3,05 | 0,80 |
| 18. Жергілікті халықтың өмір сүру жағдайы нашарлайды | 2,68 | 0,84 |
| Ескертпе – Автор сауалнама нәтижелері бойынша құрастырған | | |

Іскерлік туризмнің оң әлеуметтік-мәдени әсерлеріне қатысты мәселелердің ішінде респонденттердің көпшілігі «Іскерлік туризм Қазақстан тұрғындарын әлеуметтік және мәдени тұрғыдан байытады» (x = 3,91, ps = 0,67) деп келісті. Қатысушылардың ең аз келісілген тармағы: «Іскерлік туризм Қазақстанда экологиялық сауаттылықты дамытуға ықпал ететін болады» (x=3,48, ps = 0,80).

Іскерлік туризмнің жағымсыз экономикалық салдарына қатысты мәселелердің ішінде респонденттердің көпшілігі «Қазақстанда іскерлік туризмді дамыту тауарлар мен қызметтерге бағаның өсуіне әкеледі» (x = 3,49, ps = 0,82) деп келісті. Қатысушылардың ең аз келісілген пункті-бұл «Іскерлік туризм Қазақстанда жалға алу ақысы мен жылжымайтын мүлік бағасының өсуіне ықпал ететін болады» (x = 3,31, ps = 0,83).

Іскерлік туризмнің теріс әлеуметтік-мәдени салдарымен байланысты мәселелердің ішінде «Іскерлік туризм Қазақстанда қылмыс деңгейінің өсуіне әкеледі» (x = 3,05, ps = 0,80) тармағы барынша келісілген қатысушылар болып табылады.

Стейкхолдерлердің жынысына байланысты тұрғындардың туристік әлеуетті қабылдауы туралы мәліметтер (Манн-Уитни-U тестін қолдана отырып) 20-кестеде келтірілген.

Кесте 20 – Стейкхолдерлердің гендерлік көрсеткіші бойынша іскерлік туризмді қабылдауындағы айырмашылықтарға қатысты Манн-Уитни-U тестінің нәтижелері

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Факторлар | Жынысы | Саны | Орташа дәреже | Жалпы дәреже | U | n |
| Іскерлік туризмнің оң экономикалық әсері | Әйел | 234 | 253,6 | 59343,0 | 31848 | 0,048\* |
| Ер | 302 | 280,0 | 84573,0 |  |  |
| Іскерлік туризмнің оң әлеуметтік-мәдени әсері | Әйел | 234 | 266,0 | 62236,0 | 34741 | 0,735 |
| Ер | 302 | 270,5 | 81680,0 |  |  |
| Іскерлік туризмнің теріс экономикалық салдары | Әйел | 234 | 274,4 | 64215,5 | 33948 | 0,422 |
| Ер | 302 | 263,9 | 79700,5 |  |  |
| Іскерлік туризмнің теріс әлеуметтік-мәдени салдары | Әйел | 234 | 253,2 | 59244,5 | 31750 | 0,037\* |
| Ер | 302 | 280,4 | 84671,5 |  |  |
| \* – р<0,05  Ескертпе – Автор сауалнама нәтижелері бойынша құрастырған | | | | | | |

Сауалнаманы өңдеу нәтижелеріне сәйкес оң экономикалық әсерлерді (p=0,048; p <0,05) және іскерлік туризмнің теріс әлеуметтік-мәдени салдарын (p=0,037; p<0,05) бағалау кезінде айтарлықтай айырмашылықтар анықталды. Бағалау кезінде оң әлеуметтік-мәдени әсер (р=0,735; р>0,05) және іскерлік туризмнің теріс экономикалық салдары (р=0,422; р>0,05) айтарлықтай ерекшеленбейді. Іскерлік туризмнің оң экономикалық әсері мен теріс әлеуметтік-мәдени салдарын бағалау кезінде қатысу деңгейі әйелдерге қарағанда айтарлықтай жоғары. Іскерлік туризмнің оң әлеуметтік-мәдени әсері мен теріс әлеуметтік-мәдени салдарын бағалау кезінде екі топтың да қабылдауы бірдей.

Манн-Уитни-U сынағы арқылы қатардағы тұрғындар мен туристік сектор өкілдерінің отбасылық жағдайына байланысты факторлық өзгерістер туралы түсінігіндегі айырмашылық зерттелді. Алынған мәліметтер 21-кестеде келтірілген.

Кесте 21 – Стейкхолдерлердің отбасылық жағдайы бойынша қабылдауды саралауға қатысты Манн-Уитни-У тестінің нәтижелері

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Факторлар | Отбасы мәртебесі | Саны | Орташа дәреже | Жалпы дәреже | U | n |
| Іскерлік туризмнің оң экономикалық әсері | Үйленген  Бойдақ | 288  248 | 276,78  258,89 | 79711,5  64204,5 | 33328,5 | 0,179 |
| Іскерлік туризмнің оң әлеуметтік-мәдени әсері | Үйленген  Бойдақ | 288  248 | 270,65  266,00 | 77948,0  65968,0 | 35092 | 0,725 |
| Іскерлік туризмнің теріс экономикалық салдары | Үйленген  Бойдақ | 288  248 | 277,33  258,25 | 79871,0  64045,0 | 33169 | 0,143 |
| Іскерлік туризмнің теріс әлеуметтік-мәдени салдары | Үйленген  Бойдақ | 288  248 | 277,64  257,89 | 79959,5  63956,5 | 33080,5 | 0,128 |
| Ескертпе – Автор сауалнама нәтижелері бойынша құрастырған | | | | | | |

Іскерлік туризмнің әлеуетін қабылдау жалғыз және некеде тұрған сауалнамаға қатысушылар үшін бірдей деп айтуға болады (оң экономикалық әсерлердің мөлшері p=0,179; p>0,05, оң әлеуметтік-мәдени әсерлердің мөлшері - р=0,725; р>0,05, теріс экономикалық салдардың мөлшері р=0,143; р>0,05 және іскерлік туризмнің теріс әлеуметтік-мәдени салдарының мөлшері - р=0,128; р>0,05).

Крускал-Уоллис H сынағы арқылы жергілікті тұрғындар мен туристік сектор өкілдерінің жас ерекшеліктеріне байланысты факторлық өзгерістер туралы түсініктеріндегі айырмашылықтарды зерттеу нәтижелері 22-кестеде берілген.

Кесте 22 – Крускал-Уоллис h-критерийінің стейкхолдерлердің жас ерекшелігі бойынша қабылдауды саралауға қатысты тест нәтижелері

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Факторлар | Жасы | Саны | Орташа дәреже | Хи-квадрат | Ор. | n | Айырма-шылық |
| Іскерлік туризмнің оң экономикалық әсері | 18-24 | 116 | 238,38 | 7,6643 | 3 | 0,053 | Жоқ |
| 25-34 | 154 | 275,19 |  |  |  |  |
| 35-44 | 173 | 268,09 |  |  |  |  |
| 45 және одан жоғары | 93 | 295,76 |  |  |  |  |
| Іскерлік туризмнің оң әлеуметтік-мәдени әсері | 18-24 | 116 | 283,53 | 4,5949 | 3 | 0,204 | Жоқ |
| 25-34 | 154 | 281,75 |  |  |  |  |
| 35-44 | 173 | 254,89 |  |  |  |  |
| 45 және одан жоғары | 93 | 253,13 |  |  |  |  |
| Іскерлік ту ризмнің теріс экономикалық салдары | 18-24 | 116 | 266,14 | 0,1402 | 3 | 0,986 | Жоқ |
| 25-34 | 154 | 266,20 |  |  |  |  |
| 35-44 | 173 | 270,17 |  |  |  |  |
| 45 және одан жоғары | 93 | 272,13 |  |  |  |  |
| 22-кестенің жалғасы | | | | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| Іскерлік ту ризмнің теріс әлеуметтік-мәдени салдары | 18-24 | 116 | 241,91 | 8,7562 | 3 | 0,032\* | Жоқ |
| 25-34 | 154 | 266,63 |  |  |  |  |
| 35-44 | 173 | 293,18 |  |  |  |  |
| 45 және одан жоғары | 93 | 258,86 |  |  |  |  |
| Ескертпе – Автор сауалнама нәтижелері бойынша құрастырған | | | | | | | |

Оң экономикалық әсерлер (р=0,053; р>0,05), оң әлеуметтік-мәдени әсерлер (р = 0,204; р > 0,05) және теріс экономикалық салдарлар (р = 0,986; р > 0,05) тұрғысынан жас топтары бойынша айтарлықтай айырмашылық жоқ. 35-44 жас аралығындағы адамдардың қатысу деңгейі 18-24 жас аралығындағы адамдарға қарағанда едәуір жоғары екендігі анықталды.

Крускал-Уоллис H-тестінің көмегімен жергілікті тұрғындар мен Қазақстан секторының өкілдері білім деңгейіне байланысты туристік әлеуетті қабылдау шкаласының ішкі параметрлері айтарлықтай ерекшеленетіні зерттелді. Нәтижелер 23-кестеде келтірілген.

Кесте 23 – Стейкхолдерлердің іскерлік туризмді қабылдауын білім деңгейі бойынша саралауға қатысты Краскел-Уоллис h-тестінің нәтижелері

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Факторлар | Білімі | Саны | Орташа дәреже | Хи-квадрат | Ор. | n | Айырмашылық |
| Іскерлік туризмнің оң экономикалық | Орташа | 6 | 110,08 | 7440 | 2 | 0,024\* | Иә |
| Әсері | Арнайы орта | 122 |  |  |  |  |  |
| Жоғарғы | 408 | 273,95 |  |  |  |  |
| Іскерлік туризмнің оң әлеуметтік-мәдени әсері | Орташа | 6 | 150,00 | 5498 | 2 | 0,064 | Жоқ |
| Арнайы орта | 122 | 253,34 |  |  |  |  |
| Жоғарғы | 408 | 274,77 |  |  |  |  |
| Іскерлік туризмнің теріс экономикалық салдары | Орташа | 6 | 144,67 | 4209 | 2 | 0,122 | Жоқ |
| Арнайы орта | 122 | 266,23 |  |  |  |  |
| Жоғарғы | 408 | 271,00 |  |  |  |  |
| Іскерлік туризмнің теріс әлеуметтік-мәдени салдары | Орташа | 6 | 193,83 | 7653 | 2 | 0,022\* | Иә |
| Арнайы орта | 122 | 239,84 |  |  |  |  |
| Жоғарғы | 408 | 278,17 |  |  |  |  |
| \* – оң әсерлер  Ескертпе – Автор сауалнама нәтижелері бойынша құрастырған | | | | | | | |

Білім деңгейі бойынша оң экономикалық әсерді (p = 0,024; p <0,05) және теріс әлеуметтік-мәдени салдарды (p=0,022; p<0,05), оң әлеуметтік-мәдени әсерді (p=0,064; p>0,05) және іскерлік туризмнің теріс экономикалық салдарын (p=0,122) бағалауда білім деңгейі бойынша айтарлықтай айырмашылық бар; (p>0,05).

Жұптық салыстырулар жоғары білімі бар адамдардың орта және арнайы орта білімі барларға қарағанда оң экономикалық әсерді бағалауға қатысу деңгейін көрсетеді. Теріс әлеуметтік-мәдени салдарларды бағалау кезінде жоғары білімі бар респонденттердің қатысу деңгейі орта білімі барларға қарағанда жоғары болады.

Стейкхолдерлердің Крускал-Уоллис H сынағы арқылы табыс деңгейінен факторлық өзгерістер туралы ұсынысының айырмашылықтарын зерттеу нәтижелері 24-кестеде келтірілген.

Кесте 24 – Краскел-Уоллис h-тестінің нәтижелері стейкхолдерлер табыс мәртебесінің айнымалысы бойынша іскерлік туризмді қабылдауы

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Факторлар | Табыс | Саны | Орташа дәреже | n | Айырма-шылық |
| Іскерлік туризмнің оң экономикалық әсері | 320 000 тг-ден төмен | 85 | 199,55 | 0,000\* | Иә |
| 320 001 – 500 000 тг. | 112 | 269,39 |  |  |
| 500 000 – 800 000 тг. | 142 | 291,41 |  |  |
| 800 001 – 1 000 000 тг. | 122 | 261,54 |  |  |
| 1 000 000 млн тг-ден астам | 73 | 313,86 |  |  |
| Іскерлік туризмнің оң әлеуметтік-мәдени әсері | 320 000 тг-ден төмен | 85 | 228,48 | 0,001\* | Иә |
| 320 001 – 500 000 тг. | 112 | 249,42 |  |  |
| 500 000 – 800 000 тг. | 142 | 279,29 |  |  |
| 800 001 – 1 000 000 тг. | 122 | 267,74 |  |  |
| 1 000 000 млн тг-ден астам | 73 | 324,34 |  |  |
| Іскерлік ту ризмнің теріс экономикалық салдары | 320 000 тг-ден төмен. | 85 | 255,69 | 0,069 | Жоқ |
| 320 001 – 500 000 тг. | 112 | 259,90 |  |  |
| 500 000 – 800 000 тг. | 142 | 297,03 |  |  |
| 800 001 – 1 000 000 тг. | 122 | 268,46 |  |  |
| 1 000 000 млн тг-ден астам | 73 | 240,39 |  |  |
| Іскерлік ту ризмнің теріс әлеуметтік-мәдени салдары | 320 000 тг-ден төмен | 85 | 232,79 | 0,011\* | Иә |
| 320 001 – 500 000 тг. | 112 | 278,19 |  |  |
| 500 000 – 800 000 тг. | 142 | 294,84 |  |  |
| 800 001 – 1 000 000 теңге | 122 | 272,20 |  |  |
| 1 000 000 млн тг-ден астам | 73 | 237,06 |  |  |
| \* – оң әсерлер  Ескертпе – Автор сауалнама нәтижелері бойынша құрастырған | | | | | |

Оң экономикалық әсерлерді (р=0,000; р<0,05), оң әлеуметтік-мәдени әсерлерді (р=0,000; р<0,05) және іскерлік туризмнің теріс әлеуметтік-мәдени әсерлерін (р=0,011; р<0,05) бағалау айтарлықтай ерекшеленеді. Сонымен қатар іскерлік туризмнің теріс әлеуметтік-мәдени салдарын бағалау (p=0,069; p>0,05) табыс деңгейіне байланысты айтарлықтай ерекшеленбейді.

Туристік сектор қызметкерлерінің теріс әлеуметтік-мәдени салдарын бағалауға келетін болсақ, табысы 320 000 теңгеден төмен адамдардың қатысу деңгейі басқа топтарға қарағанда едәуір төмен. Сондай-ақ, табысы 500001-800 000 теңгені құрайтын адамдардың сауалнамаға қатысу деңгей табысы 1 000 001 теңгені құрайтын және одан жоғары адамдардың қатысу деңгейінен едәуір төмен екендігі байқалды.

Крускал-Уоллис H сынағы арқылы стейкхолдерлердің кәсіби мәртебенің айнымалысына байланысты факторлық өлшемдер туралы түсініктері айтарлықтай ерекшеленетіні зерттелді (25-кестеде).

Кесте 25 – Краскел-Уоллистің стейкхолдерлер кәсіби мәртебесінің айнымалысына сәйкес туристік әлеуетті қабылдауы туралы h-тестінің нәтижелері

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Факторлар | Адамдар тобы | Саны | Жіктеу | Дәрежелердің қосындысы | г | п |
| Іскерлік туризмнің оң экономикалық әсері | Жергілікті халық | 232 | 239,95 | 55668,50 | -3754 | 0,000\* |
| Туристік сектор өкілдері | 304 | 290,29 | 88247,50 | - | - |
| Барлығы | 536 | - | - | - | - |
| Іскерлік туризмнің оң әлеуметтік-мәдени әсері | Жергілікті халық | 232 | 292,31 | 67816,00 | -3152 | 0,002\* |
| Туристік сектор өкілдері | 304 | 250,33 | 76100,00 | - | - |
| Барлығы | 536 | - | - | - | - |
| Іскерлік ту ризмнің теріс экономикалық салдары | Жергілікті халық | 232 | 257,40 | 59716,00 | -1493 | 0,135 |
| Туристік сектор өкілдері | 304 | 276,97 | 84200,00 | - | - |
| Барлығы | 536 | - | - | - | - |
| Іскерлік ту ризмнің теріс әлеуметтік-мә дени салдары | Жергілікті халық | 232 | 231,83 | 53784,00 | -4950 | 0,000\* |
| Туристік сектор өкілдері | 304 | 296,49 | 90132,00 | - | - |
| Барлығы | 536 | - | - | - | - |
| \* – оң әсерлер  Ескертпе – Автор сауалнама нәтижелері бойынша құрастырған | | | | | | |

Оң экономикалық әсерді (p=0,000; p<0,05), оң әлеуметтік-мәдени әсерді (p = 0,02; p < 0,05) және теріс әлеуметтік-мәдени салдарларды (p=0,000; p<0,05) бағалауда айтарлықтай айырмашылық бар, ал теріс экономикалық салдарларды бағалауда (p = 0,135; р > 0,05) айтарлықтай айырмашылық байқалмайды.

Алынған ақпаратты өңдеу нәтижелерін мұқият талдау нәтижесінде гипотезалардың мазмұнын қабылдау немесе қабылдамау туралы шешім қабылданды (26-кесте).

Кесте 26 – Зерттеу гипотезаларын қабылдамау және қабылдау мәртебесі

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Гипотезалар | Қабылдамау | Қабылдау |
| 1 | 2 | 3 |
| H1 : Жергілікті тұрғындар мен Қазақстандағы туристік сала өкілдерінің жасына байланысты іскерлік туризмнің оң экономикалық әсерін қабылдауы арасында айырмашылық бар | Х |  |
| H2: Жергілікті тұрғындар мен Қазақстандағы туристік сектор өкілдерінің жасына байланысты іскерлік туризмнің оң әлеумет тік-мәдени салдарын қабылдауы арасында айырмашылық бар | Х |  |
| H3: Жергілікті тұрғындар мен Қазақстандағы туристік сектор өкілдерінің жасына байланысты іскерлік туризмнің теріс эко номикалық салдарын қабылдауы арасында айырмашылық бар | Х |  |
| H4: Жергілікті тұрғындар мен Қазақстандағы туристік сектор өкілдерінің жасына байланысты іскерлік туризмнің теріс әлеу меттік-мәдени салдарын қабылдауы арасында айырмашылық бар |  | X |
| H5: Жергілікті тұрғындар мен Қазақстандағы туристік сектор өкілдерінің білім деңгейіне байланысты іскерлік туризмнің оң экономикалық салдарына қатысты қабылдауы арасында айырмашылық бар | X |  |
| H6: Жергілікті тұрғындар мен Қазақстандағы туристік сектор өкілдерінің білім деңгейіне байланысты іскерлік туризмнің оң әлеуметтік-мәдени салдарын қабылдауы арасында айырмашылық бар |  | Х |
| H7: Жергілікті тұрғындар мен Қазақстандағы туристік сектор өкілдерінің білім деңгейіне байланысты іскерлік туризмнің теріс экономикалық салдарын қабылдауы арасында айырмашылық бар |  | X |
| H8: Жергілікті тұрғындар мен Қазақстандағы туристік сектор өкілдерінің білім деңгейіне байланысты іскерлік туризмнің теріс әлеуметтік-мәдени салдарын қабылдауы арасында айырмашылық бар | Х |  |
| H9: Жергілікті тұрғындар мен Қазақстандағы туристік сектор өкілдерінің табыс деңгейіне байланысты іскерлік туризмнің оң экономикалық әсерін қабылдауы арасында айырмашылық бар |  | Х |
| H10: Жергілікті тұрғындар мен Қазақстандағы туристік сектор өкілдерінің табыс деңгейіне байланысты іскерлік туризмнің оң әлеуметтік-мәдени салдарын қабылдауы арасында айырмашылық бар |  | Х |
| H11: Жергілікті тұрғындар мен Қазақстандағы туристік сектор өкілдерінің арасында табыс деңгейіне байланысты іскерлік туризмнің теріс экономикалық салдарына қатысты айырмашылық бар |  | Х |
| H12: Жергілікті тұрғындар мен Қазақстандағы туристік сектор өкілдерінің табыс деңгейіне байланысты іскерлік туризмнің теріс әлеуметтік-мәдени салдарын қабылдауы арасында айырмашылық бар | Х |  |
| Ескертпе – Автор сауалнама нәтижелері бойынша құрастырған | | |

Іскерлік туризмді дамыту үлкен экономикалық әсер етеді деген қорытынды жасауға болады. Экономикалық даму болады, аймақтарға инвестициялар ұлғаяды, ұлттық табыс ұлғаяды және т.б. Стейкхолдерлер бұл мәселелер Қазақстанның дамуына ықпал ететіндігімен келіседі. Олар оң әлеуметтік-мәдени әсер тұрғысынан іскерлік туризм шетелдіктерге деген оң көзқарасты дамытуға, мәдени және тарихи құндылықтарды қорғауға және адамдардың әлеуметтік өмір сүру деңгейін арттыруға ықпал ететінін айтты. Теріс экономикалық салдарға келетін болсақ, стейкхолдерлердің тауарлар мен қызметтер бағасының өсуі, жалдау ақысы, іскерлік туризмнің дамуымен жылжымайтын мүлік бағалары сияқты мәселелерге күмәнданатыны байқалады. Сондай-ақ, іскерлік туризмнің жағымсыз әлеуметтік-мәдени салдары туралы, әсіресе адамдардың отбасылық және қоғамдық өмірінің нашарлауы, тіл мен сөйлеудің нашарлауы, ұлттық дәстүрлердің бұзылуы сияқты мәселелер бойынша белгісіздік бар екендігі байқалды.

Нәтижелер жалпы қорытындыланған кезде қатысушылардың көпшілігі іскерлік туризм секторы Қазақстан экономикасының дамуына, жұмыспен қамтудың, жергілікті халықтың табысының ұлғаюына, шетел валютасының түсуіне және әлеуметтік қамсыздандыруға ықпал етеді деп есептейтіні байқалады. Іскерлік туризмнің жағымсыз экономикалық әсерлеріне келетін болсақ, дәстүрлі өнімдер, қызметтер және жылжымайтын мүлік құны өсетіні анықталды. Керісінше, жергілікті халықтың сатып алу қабілеті әлсірейді. Сонымен қатар, туристер әлеуметтік және мәдени тұрғыдан оң қабылданады деп айтуға болады. Табиғи және тарихи құндылықтар қорғалып, қоғамның өмір сүру деңгейі артады. Қатысушылардың көпшілігі іскерлік туризмнің жағымсыз әлеуметтік-мәдени әсеріне күмәнданады. Алдыңғы зерттеулерді қарастырған кезде келушілердің қалаусыз мінез-құлқы, тұрғындардың бұзылуы мен көңілсіздігі, қожайындар мен келушілердің дұшпандығы, қылмыс пен зорлық-зомбылықтың өсуі, өмір салтының өзгеруі, мәдени бірегейліктің жоғалуы, іскерлік туризмін дамытуға мүдделі тараптардың қатысуының болмауы, маусымның шыңында толып кету уақыты, сондай-ақ туристерді теріс қабылдау және қанағаттанбау теріс әлеуметтік-мәдени әсерлердің бірі болып табылады. Көлікті, жұмыс күшін және инфрақұрылымды жақсарту Қазақстанның туристік әлеуетін арттыруы мүмкін, бірақ шығындар мен бәсекелестікті арттырады және сайып келгенде іскерлік туризмнің ағымдағы сценарийге қарағанда экономикалық өсуінің төмен құнына әкеледі. Осылайша, іскерлік туризмінің экономикалық өсуіне ең жақсы тәсіл ретінде қоршаған ортаны басқару және іскерлік туризмін басқару стратегиялары ұсынылады.

Іскерлік туризмін дамыту жұмысқа орналасу мүмкіндіктерін құра алады және қамтамасыз ете алады, валюталық түсімдер жасай алады және қабылдаушы қоғамдастықтың кірісін арттыра алады. Сондықтан іскерлік туризмінің промоутерлері мен менеджерлері тұрғындарға іскерлік туризмінің дамуы олардың жақсы нысандарға қол жетімділігін қамтамасыз ету арқылы олардың өмірін қалай жақсарта алатынын түсінуге көмектесуі керек. Сонымен қатар, туристік әлеуетті институционалдық басқару адам ресурстарының сапасы мен әлеуетін арттыру, қоғамдық топтардың ынтымақтастығымен және сыртқы мүдделі тараптармен серіктестікпен биліктің синергиясы сияқты маңызды бөлігі болып табылады.

Бұл зерттеудің шектеуі тек тұрғындар мен іскерлік туризмінің өкілдерін қабылдауға бағытталған, ал келушілер мен менеджерлерді қабылдау есептеу үшін де өте маңызды. Сондықтан осы саланы дамыту бойынша қосымша зерттеулерді жалғастыру қажет (жоспарлау, басқару-сауалнама немесе сұхбат, сондай-ақ туристердің қабылдауы мен қанағаттануы).

Зерттеу нәтижелері бойынша Қазақстанның туристік секторына қатысты мынадай ұсыныстар әзірленді.

1. Аймақта іскерлік туризмнің баламалы түрлерін іске қосу үшін қажетті инфрақұрылымды жоспарлау және дамыту.

2. Жұртшылық пен туристік сектор арасында тиімді ынтымақтастық орнату.

3. Тур маршруттарын кеңейту арқылы пакеттік турлар санын көбейту.

4. Қазақстандағы табиғи байлықтар және тарихи-мәдени мұра элементтері, фаунаның, өзеннің құрылымы және т.б. қорғалуы тиіс.

5. Іскерлік туризмнен түсетін кірістердің аймақ экономикасына қосқан үлесіне туристік сұранысты арттыруға бағытталған жарнамалық іс-шараларға назар аудару.

6. Іскерлік туризмді дамыту үшін қажетті инфрақұрылымды қамтамасыз ету.

7. Туристік сектор қызметкерлерінің білім деңгейін арттыру үшін біліктілікті арттыру курстарының санын ұлғайту.

8. Туристік сұранысты арттыру үшін баға саясатын әзірлеу.

Институционалдық элементтер және сыртқы мүдделі тараптармен әріптестік қатынастар орнату Қазақстанның туристік әлеуетін дамыту үшін қабылдануы қажет шешімдер болып табылады.

Егер одан әрі зерттеулер Қазақстандағы қоғамдастық базасындағы басқа туристік көрікті жерлерді немесе қауымдастықтардың әлеуметтік, экономикалық және экологиялық жағдайларына оң әсер ететін басқа да объектілерді қамтыса, қоғамдастық негізіндегі іскерлік туризмді дамытудағы инновациялар кеңейтілетін болады. Болашақ зерттеулерде осы нәтижелерге сәйкес аймақтағы іскерлік туризмін дамытудың дұрыс әдістерін анықтауға басымдық берілуі керек. Мұнда алынған нәтижелер Қазақстанның іскерлік туризмін дамытудың ұзақ мерзімді стратегиясына ықпал етеді деп санаймыз.

**3.2 Кластерлерлік жолмен аймақтардағы іскерлік туризмді дамыту бағыттары**

Іскерлік туризмді дамыту көрсеткіштерін критериалды бағалау әдісімен Қазақстан Республикасында іскерлік туризмді дамытудың жай-күйі мен перспективалары айқындалды.

Қазақстанның 17 аймағында іскерлік туризмді дамыту критерийін бағалау: Ақмала, Ақтөбе, Алматы, Атырау, Батыс-Қазақстан, Жамбыл, Қарағанды, Қостанай, Қызылорда, Маңғыстау, Павлодар, Солтүстік-Қазақстан, Түркістан, Шығыс-Қазақстан облыстары, Астана (Нұр-Сұлтан), Алматы, Шымкент қалалары [112].

Рейтингте көп факторлы талдау әдістемесі қолданылды. Әдістеме дестинация потенциалын бағалайтын маңызды факторларды сипаттайтын әр түрлі көрсеткіштерді саралауға негіздеген.

Әрбір аймақ бойынша келесідей көрсеткіштерге бағалау жүргізілді.

Көрсеткіш 1 – Іскерлік туризмнің инфрақұрылымы.

Көрсеткіш 2 – Іс-шараларды өткізу үшін дестинация ретінде аймақты жылжыту бағдарламасы.

Көрсеткіш 3 – Аймақтың оқиға индустриясы саласындағы саясаты және мамандандырылған үйлестіруші органдардың қызметі.

Көрсеткіш 4 – Аймақта ірі халықаралық оқиғаларды өткізу тәжірибесі.

Көрсеткіш 5 – Туристік әлеует.

Бес топ көрсеткіштерінің салмақ коэффиценттерінің қосынды сомасының қосындысы арқылы интегралды рейтинг есептелді. Салмақ коэффиценті эксперттік бағалау әдісімен тағайындалды [113] және оның мәндері кему ретімен орналастырылды (27-кесте).

Кесте 27 – Әр топ үшін бағаланатын факторлардың салмақ коэффициенті

|  |  |
| --- | --- |
| Көрсеткіш | Жалпы рейтингтегі үлесі |
| Іскерлік туризмнің инфрақұрылымы | 0,4 |
| Іс шараларды өткізу үшін дестинация ретінде аймақты ілгерлету бағдарламасы | 0,2 |
| Іскерлік туризм индустрия саласында аймақ-дестинация саяса ты және мамандандырылған үйлестіруші органдардың қызметі | 0,2 |
| Ауқымды оқиғаларды өткізу тәжірибесі | 0,1 |
| Туристік-рекреациялық потенциалы | 0,1 |
| Ескертпе – Әдебиет негізінде құралған [113] | |

Әр көрсеткіш 28, 29, 30, 31, 32-кестелерінде көрсетілген критерийлер жиынтығынан тұрады. Критерий шегіндегі мәндер кему бойынша рейтингке ие болды. Осыдан кейін әр аймаққа 1-ден (ең үлкен) 17-ге дейін (ең кіші) дәреже тағайындалды.

Кесте 28 – Іскерлік туризмнің инфрақұрылымының критерийлері мен үлес салмақтары

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Критерий | Критерийдің үлес салмағы | Критерий түрі | Критерийдің сипаттамасы және бағалау принципі |
| Конгресті көрмелік орталықтардың болуы | 0,15 | сандық | Мамандандаралған конгресті көрмелік орталықтардың саны |
| Желілік қонақ үйдің болуы | 0,1 | сандық | Халықаралық және отандық қонақ үй желілерінің болуы |
| 100 адамнан аса сыйым дылығымен конгресс залы бар қонақ үй | 0,1 | сандық | 100 адамнан аса сыйатын залы бар қонақ үй (театрлық отырыс залы) |
| 28-кестенің жалғасы | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Әлемдік сауда орталықтары | 0,05 | сапалық | Қалада әлемдік сауда орталықта рының болуы (иә/жоқ) (Әлемдік сауда орталықтары ассоциациясы тізіміне енетін объектілер) |
| Ескертпе – Әдебиет негізінде құралған [113] | | | |

28-кестеде көрсетілген бағалау мақсаты – әр түрлі форматтағы іскерлік шараларды өткізу және дестинацияның қабылдау мүмкіндігін анықтау.

Іскерлік туризмнің инфрақұрылымы – қаланың әр түрлі форматтағы іскерлік шараларды қабылдау және өткізу мүмкіндігін сипаттайды. Конгресті – көрмелік орталықтардың, конгресс-отельдердің, желілік отельдердің, халықаралық сауда орталықтарының, конгрестік және көрмелік алаңдардың көлемінің болуы.

29-кестеде көрсетілген бағалау мақсаты – әр түрлі деңгейдегі іс-шараларды өткізу үшін дестинация мүмкіндігі және туристік легті тарту мүмкіндігін анықтау.

Кесте 29 – Іс-шараларды өткізу үшін дестинация ретінде өңірді ілгерлету бағдарламасының критерийлері мен үлес салмақтары

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Критерий | Критерийдің үлес салмағы | Критерий түрі | Критерийдің сипаттамасы және бағалау принципі |
| Аймақ брендінің болуы (туристік немесе оқиғалық) | 0,05 | сапалық | Аймақтың ресми брендінің болуы (иә/жоқ) (туристік немесе оқиғалық) |
| Бекітілген ілгер лету бағдарлама сының болуы | 0,05 | сапалық | Аймақтық/қалалық деңгейде бекітілген өңірді туристік немесе оқиғалық дестинация ретінде дамыту бойынша тұжырымдама, бағдарлама (иә/жоқ) |
| Шетелде ілгерлетудің болуы | 0,05 | сандық | Аймақтың шетелдегі халықаралық көрмелерге қатысуы, онда бағдарламаларға қатысу және стенд құру |
| Отандық нарықта ілгерлетудің болуы | 0,05 | сандық | Аймақтың өз стендтерімен Қазақстандық көрмелерге қатысуы |
| Ескертпе – Әдебиет негізінде құралған [113] | | | |

Іс шараларды өткізу үшін дестинация ретінде аймақты ілгерлету бағдарламасы немесе аймақтарға жайлы жағдай жасау және ілгерілету – іскерлік және көңіл көтеру шараларды өткізу үшін тартымды дестинация ретінде алдыға жылжыту бойынша аймақ мүмкіншілігін сипаттайды. Мұнда бағаланады: аймақ брендінің болуы, шетелде және Қазақстан ішінде ілгерлету саясаты.

Кесте 30 – Іскерлік туризм индустрия саласында аймақ-дестинация саясаты және мамандандырылған үйлестіруші органдардың қызметінің критерийлері мен үлес салмақтары

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Критерий | Критерий-дің үлес салмағы | Критерий түрі | Критерийдің сипаттамасы және бағалау принципі |
| Конгресс-бюроның болуы | 0,05 | сапалық | Аймақтық конгресс-бюроның болуы немесе оның қызметін атқарушы ұйымның болуы (иә/жоқ) |
| Туристік-ақпараттық орталықтың болуы | 0,02 | сандық | Аймақта туристік-ақпараттық орталықтың болуы |
| Іскерлік туризм индуст риясын дамыту бойынша саясаттың болуы (бекітіл ген аймақтық нормативті құжат, бағдарлама) | 0,05 | сапалық | Аймақта іскерлік туризм индустрия сын дамыту бойынша аймақ/қала үкіметі деңгейінде бекітілген тұжыр ымдама немесе бағдарламаның болуы (иә/жоқ) |
| Көрмелік-конгрестік қыз метті бюджеттік қаржы ландырудың болуы | 0,03 | сапалық | Аймақ территориясына тартылатын іс шараларды өткізуді қолдайтын қаржы лық құралдардың болуы (иә/жоқ) |
| КБ-ға мүшелерінің болуы | 0,05 | сандық | Аймақта КБ-ға мүшелердің болуы |
| Ескертпе – Әдебиет негізінде құралған [113] | | | |

30-кестеде көрсетілген бағалау мақсаты – нарыққа қатысушылардың қызмет аралық қатынастарын үйлестіруді әкімшілік деңгейінде ұйымдастыру.

Іскерлік туризм индустрия саласында аймақ-дестинация саясаты және мамандандырылған үйлестіруші органдардың қызметі – нарыққа қатысушылардың әкімшілік координация деңгейін сипаттайды. Бағаланатын көрсеткіштер: конгресс – бюроның, ақпараттық-туристік орталықтардың болуы, конгрестік және көрме-жәрмеңкелік қызметтің дамуын қолдайтын саясаттың болуы, бюджетінен көрме-конгрес қызметін қаржыландыруының болуы, конгресс бюро мүшелігі бар компаниялардың болуы.

31-кестеде көрсетілген бағалау мақсаты – деңгейі әр түрлі іс шараларды ұйымдастыру үшін дестинацияның тартымдылық деңгейін бағалау.

Кесте 31 – Аймақта ауқымды оқиғаларды өткізу тәжірибесінің критерийлері мен үлес салмақтары

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Критерий | Критерийдің үлес салмағы | Критерий түрі | Критерийдің сипаттамасы және бағалау принципі |
| 5 жыл бұрын және 5 жыл жоспардағы өткізілген және өткізілетін ауқымды халықаралық іс шаралар есепке алынады | 0,04 | сандық | Ұлттық және аймақтық конгрес с бюролардың ақпараты бойын ша халықаралық масштабтағы іс шаралар: Олимпиадалық ойын, Универсиадалар, халықаралық саммиттер, ШОС, ЕАЭС форумдары |
| 31-кестенің жалғасы | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Халықаралық ассоциация лармен өткізілген іс-шара лар соңғы және жоспар ланған 5 жыл ішінде | 0,04 | сандық | ICCA ақпараттық базасының негізінде |
| 10 жыл ішінде қайталама ретпен өткізіліп келген оқиғалық кездесу | 0,02 | сандық | Өңір әкімшілігімен, Kazakh Tourism, ресми ақпараты негізін де ротациясыз өткізілудегі уақиғалық іс шаралар |
| Ескертпе – Әдебиет негізінде құралған [113] | | | |

Ауқымды оқиғаларды өткізу тәжірибесі – әр түрлі деңгейде шаралар ұйымдыстырушылар үшін дестинация тартымдылығын сипаттайды. Бағаланады: соңғы үш жылда ауқымды халықаралық оқиғаны өткізу тәжірибесі (спорттық, мәдени, іскерлік, үкіметтік), алдағы бес жылға жоспарланған ауқымды оқиғалардан немесе халықаралық ассоциациялардың болуы, соңғы он жылда тұрақты түрде өткізілетін оқиғалардың болуы.

32-кестеде көрсетілген бағалаудың мақсаты – дестинацияның туристік контент тартымдылығын және оның қол жетімділігін анықтау.

Туристік-рекреациялық потенциалы – дестинацияның туристік контент тартымдылығын және оның қол жетімділігін сипаттайды. Бағаланады: рекреациалық және мәдени потенциал, тарихи маңызды объектілердің болуы, көліктік және халықаралық қатынастардың қолжетімділігі.

Кесте 32 – Туристік-рекреациялық потенциалының критерийлері мен үлес салмақтары

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Критерий | Критерийдің үлес салмағы | Критерий түрі | Критерийдің сипаттамасы және бағалау принципі |
| Тарихи мәдени по тенциал: ЮНЕСКО | 0,05 | сапалық | ЮНЕСКО объектілерінің территорияда болуы (иә/жоқ) |
| Көліктік қолжетімдік (шетелдік қалалар мен тура әуе көлі гінің болуы) | 0,05 | сандық | Өңірден шетелге авиарейстің санымен сипатталады |
| Ескертпе – Әдебиет негізінде құралған [113] | | | |

Әрбір критерий бойынша жалпы балл келесі (1) формула бойынша есептелді [113, с. 254]:

|  |  |
| --- | --- |
|  | (1) |

Осылайша, аймақ дәрежесі неғұрлым жоғары болса, критерий бойынша жалпы балл соғұрлым төмен болады. Критерийлер жиынтығы бойынша жалпы балл сомасынан көрсеткіштің жалпы балы қосылды. Тиісінше, көрсеткіш бойынша өңірдің даму деңгейі неғұрлым жоғары болса, көрсеткіштің жалпы балы соғұрлым төмен болады.

Барлық 5 индикатордың жалпы ұпайларының қосындысынан рейтингтің интегралдық мәні қалыптасты. Әрі қарай аймақтар рейтингтің интегралдық мәнінің төмендеуі бойынша рейтингке ие болды. Ең үлкен мәнге ие аймаққа 17 (ең кіші) дәреже, ал ең төменгі мәнге 1 (ең үлкен) дәреже берілді.

Нәтижелер 33-кестеде келтірілген.

Кесте 33 – Критерийлер бойынша жалпы ұпайлардың нәтижелері

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Аймақ | Көрсеткіш 1 | Көрсеткіш 2 | Көрсеткіш 3 | Көрсеткіш 4 | Көрсеткіш 5 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Ақмола облысы | 0,01927 | 0,00454 | 0,00908 | 0,00588 | 0,03137 |
| Ақтөбе облысы | 0,01486 | 0,00401 | 0,00908 | 0,00588 | 0,05882 |
| Алматы облысы | 0,00142 | 0,00364 | 0,00523 | 0,00037 | 0,05882 |
| Алматы қ. | 0,01482 | 0,00384 | 0,00798 | 0,00588 | 0,03137 |
| Атырау облысы | 0,01915 | 0,00425 | 0,00908 | 0,00588 | 0,05882 |
| Батыс Қазақстан облысы | 0,02196 | 0,00523 | 0,00908 | 0,00588 | 0,05882 |
| Жамбыл облысы | 0,01927 | 0,00467 | 0,00908 | 0,00588 | 0,05882 |
| Қарағанды облысы | 0,00560 | 0,00366 | 0,00524 | 0,00588 | 0,05882 |
| Қостанай облысы | 0,02196 | 0,00572 | 0,00908 | 0,00588 | 0,03137 |
| Қызылорда облысы | 0,01968 | 0,00437 | 0,00908 | 0,00588 | 0,05882 |
| Маңғыстау облысы | 0,01535 | 0,00379 | 0,00908 | 0,00588 | 0,05882 |
| Астана қ. | 0,01494 | 0,00370 | 0,00415 | 0,00588 | 0,03137 |
| Павлодар облысы | 0,01968 | 0,00414 | 0,00908 | 0,00370 | 0,05882 |
| Солтүстік Қазақстан облысы | 0,01968 | 0,00719 | 0,00908 | 0,00370 | 0,05882 |
| Түркістан облысы | 0,00144 | 0,00361 | 0,00412 | 0,00035 | 0,05882 |
| Шығыс Қазақстан облысы | 0,01968 | 0,00385 | 0,00908 | 0,00370 | 0,05882 |
| Шымкент қ. | 0,01535 | 0,00371 | 0,00908 | 0,00588 | 0,03137 |
| Ескертпе – Автормен зерттеу барысында әзірленген | | | | | |

Статистикалық талдау SPSS 26 бағдарламасын қолдану арқылы өткізілді. Сандық айнымалылардың қалыпты таралу заңына сәйкестігі W-Шапиро-Уилк сынағы, экспресс талдау және асимметрия арқылы бағаланды. Сандық айнымалылар медиана (Me – median) және квартильдер (Q1 – Q3) түрінде ұсынылған. Айырмашылықтарды талдау Манн-Уитни U-тестінің көмегімен жүзеге асырылады. Категориялық айнымалылар абсолютті және салыстырмалы мәндер түрінде ұсынылған. Айырмашылықтарды талдау Фишердің нақты критерийін қолдану арқылы жүзеге асырылады. Бақылауларды топтарға бөлу үшін Вард әдісі бойынша иерархиялық кластерлеу қолданылды. Айырмашылықтар p<0,05 кезінде статистикалық маңызды деп танылды [114].

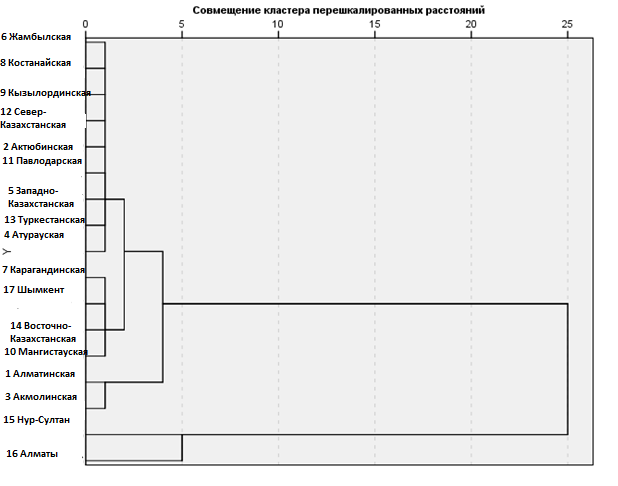
Әр аймақ бойынша рейтингтің интегралдық мәнінің нәтижелері 34-кестеде келтірілген.

Кесте 34 – Әр аймақ бойынша рейтингтің интегралдық мәні

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Аймақ | Рейтингтің интегралдық мәні | Дәрежесі |
| Ақмола облысы | 0,07015 | 6 |
| Ақтөбе облысы | 0,09266 | 9 |
| Алматы облысы | 0,06948 | 5 |
| *Алматы қаласы* | *0,06390* | *2* |
| Атырау облысы | 0,09719 | 13 |
| Батыс Қазақстан облысы | 0,10098 | 17 |
| Жамбыл облысы | 0,09773 | 14 |
| Қарағанды облысы | 0,07920 | 8 |
| Қостанай облысы | 0,07402 | 7 |
| Қызылорда облысы | 0,09784 | 15 |
| Маңғыстау облысы | 0,09293 | 10 |
| *Астана қаласы* | *0,06004* | *1* |
| Павлодар облысы | 0,09543 | 12 |
| Солтүстік Қазақстан | 0,09847 | 16 |
| Түркістан облысы | 0,06834 | 4 |
| Шығыс Қазақстан облысы | 0,09514 | 11 |
| Шымкент қаласы | 0,06540 | 3 |
| Ескертпе – Автормен зерттеу барысында әзірленген | | |

34-кестеде көрсетілгендей 1-ші, ең жоғары дәреже, Астана қ., 2-ші дәреже – Алматы қ., 3-ші дәреже – Шымкент қ. тағайындалды.

Әрі қарай Варда әдісі бойынша иерархиялық кластерлеу арқылы рейтингтің интегралды мәні бойынша аймақтарды бөлу жүзеге асырылды [115].



Сурет 41 – Топ аралық байланыс әдісін қолдана отырып кластерлеу дендрограммасы

Дендрограмма түріндегі кластерлік талдау нәтижелері 41-суретте көрсетілген. Дендрограммада аймақтардың 3 бөлек кластерге бөлінуі айқын көрінеді.

Бірінші кластер іскерлік туризмді дамытудың төмен параметрлерімен сипатталады, 15 өңірді қамтиды: Ақмола, Ақтөбе, Атырау, Алматы, Қарағанды, Қостанай, Түркістан, Батыс Қазақстан, Жамбыл, Қызылорда, Маңғыстау, Павлодар, Солтүстік Қазақстан, Шығыс Қазақстан облыстары және Шымкент қаласы.

Екінші кластер – Алматы қаласы.

Үшінші кластер – Қазақстанның іскерлік туризмді дамыту үшін ең қолайлы аймағы - Астана (Нұр-Сұлтан) қаласы.

Бірінші кластерде іскерлік туризмді дамыту үшін саланың инфрақұрылымын қалыптастыру қажет. Ол үшін қызмет көрсету сапасын арттыру және қонақүйлердің сыйымдылығын арттыру, жаңа заманауи қонақүйлер, санаторийлер, басқа да орналастыру орындарын салу (шағын қонақүйлер санын ұлғайту) талап етіледі; жол бойындағы инфрақұрылымды дамыту (кафелер, дүкендер, санаторийлер); тарих және мәдениет ескерткіштерін қайта құру (іскерлік кездесулерді арзан экскурсиялық бағдарламамен үйлестіру үшін); қоғамдық тамақтандыру желісін дамыту (ең алдымен ұлттық немесе өзге де айқын тұжырымдамасы бар мейрамханалардың қолжетімділік деңгейін арттыру, сондай-ақ фаст-фудтың қазіргі заманғы форматы); маркетингтік саясатты жандандыру (орталықтандырылған іс-шаралар, жарнамалық өнімдер тізбесін кеңейту, Қазақстан өкілдерінің негізгі туристік форумдарға, конференцияларға, көрмелерге қатысуы, ақпараттық қолдау).

Екінші кластерде неғұрлым тартымды және тиімді инвестициялық жобаларды дамытуды жоспарлау және ұйымдастыру, іскерлік туризм және инфрақұрылыммен сабақтас салалар мәселелерін ұлғайту қажет. Бұл іс-шараларды жүзеге асыру үлкен инвестицияларды қажет етеді, іс-шараларды дайындау және қамтамасыз ету кезінде (инфрақұрылым, жылжыту) қаржыландыруда бюджет қаражатының маңызды рөлі болуы қажет. Биліктің міндеті-туристер үшін қолайлы жағдай жасау. Бюджеттен тыс қаржыландыру көздерінен алынатын салым басым болуға тиіс.

Үшінші кластерде белсенді ақпараттық саясат жүргізу және тиімді жобалар тізімін және кластердің инвестициялық мүмкіндіктері туралы ақпаратты әлеуетті инвесторларға жеткізу қажет; туристік кешеннің пайдаланылмайтын объектілерінің (санаторийлер, пансионаттар, лагерьлер, демалыс базалары) дерекқорын жасау; бюджет қаражаты есебінен іскерлік туризм инфрақұрылымының құрылысын қаржыландыру мүмкіндігін қарастыру және жағдайлар жасау; мәдени мұра объектілерін сақтауға кешенді көзқарасты қамтамасыз ету, ұлттық экономика мен мәдени дәстүрлерді дамыту, мемлекеттік аумақтарды орнықты дамыту міндеттерін шешу, мемлекеттік ортаның сәулетті болуын жетілдіру, іскерлік туризмді дамыту мақсатында мекемелердің туристік бизнес және мәдениет ұйымдарымен әріптестігін нығайту жөніндегі шаралар; инвестициялық жобаларға тұрақты мониторинг пен бағалауды жүзеге асыру.

Қазақстан аймақтарының іскерлік туризмнің деңгейін анықтайтын іскерлік туризм әлеуетінің төлқұжатын ұсындық (Қосымша Д).

Зерттеу нәтижелері Қазақстанның іскерлік туризм саласының тиісті дамуына кедергі келтіретін бірқатар проблемалары бар екенін көрсетті, атап айтқанда: әртүрлі өңірлер арасында іскерлік туризмді дамытудың біркелкі дамымауы; өңірлік халықаралық әуежайлардың жеткіліксіз саны; бизнес қонақ үйлердің болмауы; қонақүйлердегі бизнес-санат нөмірлерінің жеткіліксіз саны; халықаралық клиенттерге қызмет көрсету сапасының әлемдік стандарттарға сәйкес келмеуі; экономикалық жағдайдың тұрақсыздығына байланысты мемлекет пен инвесторлардың тарапынан жеткіліксіз қаржыландыру; білікті персоналдың жетіспеушілігі; туристік сала қызметкерлерін оқытудың ескірген әдістері және халықаралық тағылымдамадан өту және шеберлік өткізу үшін шетелдік мамандарды тарту үшін қолайлы жағдайлардың болмауы.

Осыған сүйене отырып, біз Қазақстанда іскерлік туризмді дамытудың негізгі басымдықтарына мыналарды жатқызу қажет деп санаймыз: жоғары санатты қонақ үйлерді қоса алғанда, ірі ұлттық қонақүйлер (кейіннен халықаралық) желісін құру; инвестициялық саясатты енгізу және басымдықтарды айқындау (қаржыландыру көздерін іздеу; инвестициялық тартымдылық деңгейін арттыру және салықтық ынталандыруды енгізу), жоғары білікті қызметкерлерді даярлау бағдарламаларын әзірлеу ірі қалаларда да, өңірлерде де іскерлік туризмнің заманауи, қуатты инфрақұрылымын дамыту; көлік қатынасын дамыту; іскерлік туризм нарығының барлық субъектілерімен ынтымақтастық, кірме бизнес-туризм технологияларын жетілдіру.

Қойылған мақсаттарды іске асыру Қазақстанның ұлттық және халықаралық туристік нарықтарда іскерлік туризмді дамытудың жоғарғы деңгейіне шығуына ықпал ететін болады.

**3.3 Іскерлік туризмді жетілдіру бойынша ұсыныстар**

Іскерлік туризм өзінің экономикалық табиғаты бойынша дестинациялар үшін өте тиімді. Артықшылықтарды атап кетейік:

1. Көптеген іскерлік іс-шаралар (конгрестер, симпозиумдар) алдын-ала, 2-5 жыл бұрын жоспарланады. Оларды өткізу кестесі нақты сақталады-іс-шараны өткізу жоспарына еш нәрсе кедергі келтірмеу керек. 3-5 күндік іскерлік іс - шараны дайындау және ұйымдастыру үшін кем дегенде бір жыл қажет. Осы уақыт ішінде жергілікті қызметкерлер (хатшылық, гидтер, іс-шараны сүйемелдеу үшін аудармашылар және туристік қызметтерді ұсынатын ұйымдар) жұмылдырылады.

2 Іс-шараға қатысушылар, әдетте, қатысуды жеке қаражаттан төлемейді. Демек, қатысушыларды орналастыру және тамақтандыру жоғары деңгейлі қонақ үйлерде жүзеге асырылады, презентация шаралары мен банкеттер кеңінен қолданылады. Осы белгі бойынша Астанада жоғары дәрежелі қонақүйлердің ең көп жүктелуі (бес жұлдыз). Жаппай келетін турист қарапайым орналастыру мен тамақтануды қалайды.

Қатысу жарнасын, тасымалдау, орналастыру және тамақтану шығындарын төлеуден басқа, іскер туристер «тәуліктік» деп аталатын қаражат алады. Осылайша, UNWTO бағалауы бойынша, іскери іс-шараға қатысушы дестинацияға қарапайым жаппай туристке қарағанда екі-үш есе көп қаражат жұмсайды. Туристік емес қызметтерді, жұмыстарды және тауарларды сатып алу-дестинацияның екінші үлкен пайдасы.

3. Маусымнан тыс уақытта іс-шараларды өткізудің кең мүмкіндігі. Іскерлік туризмнің ерекшелігі оның маусымға тәуелсіздігі болып табылады, дегенмен конгрессті өткізудің тартымдылығы дәл маусым кезінде даусыз және осы саладағы өте ықпалды адамдардың бәсекелестік негізде қатысуын қамтамасыз етуге мүмкіндік береді.

4. Ірі конгресстік іс-шараларды өткізу әдістемесі делегаттар мен қатысушыларға конгреске дейінгі және кейінгі туристік қызмет көрсетуді кеңінен қолданады. Делегаттардың сапарға жұбайын, хатшыларын, балаларын мүмкіндіктері мен жағдайларына қарай тартуы мүмкін, бұл туралы ұйымдастыру комитеті алдын ала хабардар болуы тиіс. Олар үшін делегат немесе қатысушы іскерлік іс-шаралармен айналысатын уақыт кезеңінде орналастырумен қоса көптеген туристік қызметтер ұсынылатын болады. Бұл тәжірибе конгресті ұйымдастыру арқылы дестинацияға туристердің қосымша санын тартуға мүмкіндік береді, бұл жоспарланған іс-шараға қатысушылардың жалпы санының шамамен үштен біріне артық.

5. Қаланың дамуы үшін маңызды фактор іскерлік іс-шараны өткізу туралы баспасөзде жариялау болып табылады. Оқиға орнынан бұқаралық ақпарат құралдарындағы репортаждар көбінесе бірінші жолақтарға, алғашқы арналарға түседі және шетелге таратылады, бұл қатысушы фирмалардың идеяларының, көзқарастарының, өнімінің тартымдылығына және ілгерілеуіне ғана емес, сонымен қатар туристік ағындарды тартуға ықпал ететін туристік дестинация өніміне ықпал етеді.

Қазақстанда іскерлік туризмді дамыту үшін міндеттерді шешу қажет.

Бірінші міндет – іскерлік туризм инфрақұрылымын жетілдіру. Жоғарыда айтылғандай, іскерлік туризмді тиісті деңгейде дамыту үшін қазіргі заманғы қонақ үй кешендерін, тамақтану кәсіпорындарын, көрме және конгресс орталықтарын, төлем жүйелерін, заманауи технологияларды қамтитын тиісті инфрақұрылым болуы қажет, соның арқасында іскер адам өзінің орналасқан жеріне қарамастан өз бизнесін алаңсыз-кедергісіз орындай алады.

Соңғы жылдары Қазақстанда (Астана, Алматы, Ақтау, Шымкент, Түркістан қалаларында) қазіргі заманғы бес жұлдызды қонақ үйлер пайда болды. Астананың қонақ үй секторын кеңейтуде ЭКСПО-2017 дүниежүзілік көрмесі маңызды рөл атқарды, оған дайындық кезінде St Regis, The Ritz-Carlton, Hilton Astana бес жұлдызды қонақ үй нысандары ашылды; төрт жұлдызды - Wyndham Garden, Best Western Plus. 2019 жылы - Sheraton Astana. Зерттеулер Қазақстанның қонақ үй нарығы инвесторлар мен ірі халықаралық қонақүйлер мен туристік компаниялар үшін барған сайын тартымды болып келе жатқанын растайды. Алайда, бұл қонақ үйлер іскери іс-шараларды өткізуге арналмаған.

Қазақстанның қонақ үй нарығында, мегаполистерінде ең алдымен, бизнес-клиенттердің қажеттіліктерін қанағаттандыруға арналған бизнес-қонақүйлердің тапшылығы байқалады. Бұл жоғары дәрежелі қонақтарды қабылдауға арналған арнайы премиум қонақ үй. Іскери қонақ үйлер әлемнің барлық ірі мегаполистерінде шоғырланған. Мұндай қонақүйлер тиісті қызметтердің толық жиынтығын ұсынуы керек: трансфер (кері жолды қоса алғанда); офлайн және онлайн конференциялар өткізу үшін келіссөздер бөлмелерін, конференц-залдарды ұсыну; сахнада сөйлеу, дәрістерді оқу және презентацияларды жасау үшін қажетті жабдықтар; хатшылық қызметтері; аударманың барлық түрлері; заңгерді немесе кез келген басқа бейінді мамандарды ұсыну; электрондық пошта және басқа байланыс қызметтерінің түрлері; қорғауды қамтамасыз ету; кері билеттерге тапсырыс беру; көлік құралын жалға алу.

Қосымша сервиске тегін газеттер мен жергілікті телефон қоңыраулары, таңертеңгі кофе кіруі мүмкін.

Конгресс туризмі конференциялар мен семинарларды ұйымдастырудан және өткізуден басқа, делегацияларды, жұмыс топтарын, кәсіби және басқа да келушілерді қабылдауды, сондай-ақ тамақтану, орналастыру, мәдени бағдарламаны ұйымдастыру бойынша қосымша қызметтер көрсетуді қамтиды.

Бизнес-қонақүйдің әрбір бөлмесі бірінші дәрежелі жиһазбен және барлық қажетті техникамен жабдықталуы тиіс.

Бөлмелердің қызмет көрсету сапасы мен жабдықтары қонақ үй санатына сәйкес келуі керек. Іскерлік іс-шараларға қызмет көрсетуге мамандандырылған қонақүйлерде кем дегенде төрт жұлдыз санаты болуы керек.

Мұндай премиум қонақ үй кешені тікелей қала орталығында немесе бизнес-кварталда орналасуы керек. Ол іскери клиенттің барлық талаптарына сәйкес келуі керек:

– әкімшілік объектілерге барынша жақындық;

– оқшаулықты қамтамасыз ету үшін бір орындық нөмірлер болуы керек;

– аумағында конференц-залдар мен келіссөздер жүргізуге арналған бөлмелердің болуы;

– нөмір жұмыс аймағын қамтуы керек;

– банк филиалдары (мысалы, айырбастау пункттері) орналасқан жеріне жақын болуы керек.

Сонымен қатар, бизнес-қонақүйдің ұйымдық құрылымы қолданыстағы еуропалық/халықаралық стандарттардың талаптарына жауап беруі және ISO 9001 СМЖ сертификатына ие болуы тиіс.

Іскерлік іс-шаралар нарығына қызмет көрсететін қонақүйлерде ауқымды іс-шараны ұйымдастыру және өткізу үшін қажетті алаңдар немесе жабдықтар болмаған жағдайда, әлемде қонақ үй мен конгресс-көрме орталығының функцияларын біріктіру практикасы қолданылады. Бұл жағдайда конгресс-көрме орталығында конференциялар мен басқа да ауқымды іс-шараларды өткізуге арналған үй-жайлар ғана емес, сонымен қатар жеткілікті көрме алаңдары, сондай-ақ көрме жабдықтары бар. Осылайша, конгресс-көрме орталығы жақын маңдағы қонақ үйлердің іскерлік белсенділігінің генераторына айналады.

Туризм саласындағы қызмет туралы, оның ішінде барлық деңгейдегі іскерлік іс-шараларды өткізуге қатысты толыққанды мемлекеттік статистикалық ақпараттың жоқтығына назар аударғымыз келеді; туристік индустрияның тұтастай алғанда ел деңгейінде де, аймақтар деңгейінде де экономикалық-статистикалық зерделенуі әлсіз.

ICCA оны ұсынатын белгілі бір елдегі уәкілетті ұйымдардан барлық ақпаратты жинайтыны белгілі. Әзірге конгресс қызметі туралы ақпарат жинау сияқты басымдық жоқ болғандықтан, ресми статистика да жоқ. Осы зерттеуді орындау барысында бізде сұрақтар туындады: аймақтар мен қалаларда қанша, қандай конгресстік іс-шаралар және қандай форматта өтуде. Әзірге елде мұндай ресми статистика жоқ, ол ICCA-да жоқ. Сондықтан, егер ICCA-ға белгілі бір ел өзінде өткен Халықаралық конгресс іс-шаралары туралы ақпарат бермесе, онда ICCA өз ақпараттарын қолдана отырып өзі жинайды. Мұндай ақпаратты жинау органы өте қажет. Мұндай орган «Kazakh Tourism» компаниясының қарамағында жұмыс істеуі тиіс деп санаймыз.

Туризмді басқарудың жергілікті органдары өздерінің мерзімді статистикалық есептерінде есепті кезеңде өткізілген іскерлік іс-шаралардың саны, осы іс-шараға қатысушылардың саны, іс-шараны өткізуге арналған қаржылық шығындар туралы қысқаша мәлімет жасауға тиіс.

Мұндай статистикалық ақпараттың болмауы туристік кешеннің ауқымын және оның ел (аймақ) экономикасына әсерін, елдің (өңірдің) іскерлік тартымдылығын шынайы бағалауға, туристік сала ұйымдарының Қазақстанның қаржы жүйесінің барлық деңгейлерінің бюджеттеріне, оның ішінде мультипликативтік әсерді ескере отырып, тікелей үлесін бағалауға мүмкіндік бермейді.

Іскерлік туризмді ұйымдастыру және дамыту саласында республикалық деңгейдегі ғылыми және зерттеу мекемелері жоқ. Бұл, біздің ойымызша, елде де, аймақтарда да іскерлік туризмнің жай-күйі туралы толыққанды ақпараттың болмауының себебі болып табылады.

Қазақстандық оқиғалық іс-шаралар нарығын, ел мен аймақтардың оқиғалар әлеуетінің рейтингін зерттейтін Республикалық ғылыми-зерттеу орталығы қажет. Зерттеу оқиға индустриясының өңірлік нарықтарының дамуына неғұрлым елеулі әсер ететін көрсеткіштердің бес тобын зерттеуге негізделуі тиіс: мамандандырылған инфрақұрылымның және материалдық-техникалық базаның болуы; өңірдің конгресс-көрме әлеуетін дамытудың бекітілген саясатының, сондай-ақ оны ішкі және сыртқы нарықта ілгерілету бағдарламасының болуы; жоғары деңгейдегі маңызды оқиғаларды тарту және өткізу тәжірибесі; туристік тартымдылық; дестинацияның көліктік қолжетімділігі. Бұл сұрақтарды шешуге біздің ойымызша «Kazakh Tourism» жетекшілік ете алады.

Іскерлік туризм саласында қызмет көрсетуге бағытталған кадрларды даярлаудың жоқтығы байқалады, бұл жоғары оқу орындарының қолданыстағы білім беру бағдарламалары мазмұнының жетілмегендігі болып табылады. Event-менеджмент мамандығы ірі корпорацияларда, жарнама агенттіктерінде, БАҚ-та, қонақ үй және туристік бизнесте ерекше сұранысқа ие.

Шет елдерде event-қызметін (meetings management және business travel) басқаратын мамандардың білім беру және сертификаттау саласында мол тәжірибе жинақталған. Халықаралық жіктеу бойынша осы саладағы барлық мамандар мен компаниялар үш негізгі топқа бөлінеді. Біріншісі - корпоративтік оқиғаларды жоспарлаумен және ұйымдастырумен айналысатын кездесулерді басқарушылар (meeting planners, MP) (олар корпоративтік оқиғаның орнын, уақытын және сипатын тапсырыс берушімен келіседі және оның бюджетін есептейді). Екіншісі - корпоративтік іс-шараларға (соның ішінде инсентивтік саяхаттарды ұйымдастыруға) арналған қызметтердің кең спектрін көрсететін кәсіби ұйымдастырушылар (кәсіби конгресс ұйымдастырушылары, РСО). Үшіншісі - бағыт менеджерлері (destination management companies, DMC) - іс-шара өтетін жерде топтар мен жеке тұлғаларды қабылдауды және оларға қызмет көрсетуді қамтамасыз ететін фирмалар [116].

Әділдік үшін КАГиР (Қазақстандық қонақ үйлер мен мейрамханалар қауымдастығы) әзірлеген кәсіби стандарттарда «MICE-қызметтер менеджері», «корпоративтік қызметтерді ұйымдастыру жөніндегі менеджер», «іскерлік іс-шараларды ұйымдастыру жөніндегі менеджер» мамандықтары көзделгенін атап өткен жөн. Біліктілік талаптары әзірленді. Бірақ біздің жоғары оқу орындарының білім беру бағдарламалары тиісті біліктілікті алу үшін толыққанды жеткіліксіз. Кездесу индустриясының мамандары өз кәсібінің құпияларын көп жағдайда еңбек процесінде түсінеді.

Іскерлік іс-шараларды ұйымдастырудың ерекшеліктері мен әдістеріне байланысты пәндерді қоса отырып, «Туризм» (бакалавриат, магистратура) бағыты бойынша кадрлар даярлаудың білім беру бағдарламаларының мазмұнын қайта қарау қажеттігі байқалады.

Конгресс және туристік ұйымдардың басшылары мен қызметкерлерінің конгресс-менеджменті саласында біліктілікті арттыру курстарын барлық жерде ұйымдастыру қажеттілігі бар. Курстардың мақсаты-шағын және орта компанияларды көрмелерді, конференциялар мен әдістерді ұйымдастыру әдістеріне үйрету және олардың дамуына көмек көрсету.

Кіру және шығу туризмінің арақатынасы әзірге Қазақстанның пайдасына емес, өйткені осы уақытқа дейін бірнеше отандық компаниялар сапалы корпоративтік сапарларға шыға алады. Алайда, қазақстандық бизнес-қоғамдастықтың шетелдік әріптестермен кең ауқымды байланыстарын неғұрлым белсенді дамыту үшін алғышарттар қазірдің өзінде бар. Бұл үшін негізгі фактор экономиканың тұрақты өсуі, қоғамды демократияландыру процестері, саяси тыныштық және Қазақстанның тиімді геосаяси жағдайы болып табылады.

Ол үшін елімізді іскерлік туризм өнімі ретінде халықаралық нарықта сауатты ілгерілету қажет. Қазақстан (Астана мысалында, аймақтар арасында ең үлкен әлеуетке ие) іскерлік кездесулер өткізуге қабілетті ел ретінде әлі де аз біледі, ал шетелдіктер туризмнің осы сегментінде оның әлеуетті мүмкіндіктері туралы ақпарат ала алмайды. Елімізде іскерлік туризмді дамытудың нақты бағдарламасы жоқ. Егер жақын арада барлық мүдделі тараптардың бірлескен күш-жігерімен Астананы іскерлік туризм орталығы ретінде ілгерілету стратегиясы әзірленбесе, қала орасан зор әлеуетіне қарамастан ұзақ уақыт бойы әлемдік деңгейдегі іскерлік іс-шаралардан түсетін қомақты табысқа ие бола алмайды.

Астананың іскерлік туризм орталығы ретіндегі тартымдылығы мынада: қалада айтарлықтай ғылыми орта бар, бұл білім және ғылым орталығы; бай мәдени қор-көптеген мұражайлар, театрлар, тарихи орындар; бұл ыңғайлы көлік торабы, Астанаға көліктің кез келген түрімен – авиациялық, теміржол, автомобильмен жетуге болады; сервис жолға қойылған: қонақ үйлер, мейрамханалар, қалалық көлік, т.б.

Әлемдік іскерлік туризм нарығында сөзсіз келешегі бар Астана әлі күнге дейін аз танымал және шетелдік бәсекелестерінен айтарлықтай төмен. Қалада шағын корпоративтік топтар мен жеке тұлғалардың (соның ішінде жоғары дәрежелі VIP тұлғалардың) сапарларын ұйымдастыру, ірі халықаралық іс-шараларды өткізу жақсы жолға қойылған (АЭФ, ӘДЛЛС, ЭКСПО-2017, UNWTO-ың VIII Дүниежүзілік қалалық туризм саммитті және т.б.).

Әлемдік іскерлік туризм нарығында сөзсіз перспективалары бар Астана әзірге аса танымал емес және өзінің шетелдік бәсекелестерінен айтарлықтай төмен. Қала шағын корпоративтік топтармен жеке тұлғалардың (соның ішінде ең жоғары дәрежелі VIР-тұлғалардың) сапарларын ұйымдастырумен де, ірі халықаралық іс-шараларды (АЭФ, ӘДЛЛС, ЭКСПО-2017, Қалалық туризм жөніндегі UNWTO VIII Дүниежүзілік саммиті және т.б.) жақсы деңгейде өткізуде.

Алматы 2023-2024 жылдар аралығында ШЫҰ-ның мәдени және туристік астанасы болып жарияланды [117]. Осы мүмкіндікті пайдаланып, мәдени іс-шараларды өткізу барысында қаланың туристік мүмкіндіктерін көрсетіп, қаланың іскерлік туризм имиджін насихаттап, көтеру керек.

Конгрестік іс-шараларды қамтамасыз етуге байланысты қызметтер нарығында ақпараттық кеңістікті қалыптастыруға бағытталған шаралардың қажеттілігін жеке атап өткен жөн.

Қазіргі уақытта Қазақстанда іскерлік іс-шараларға, атап айтқанда, конгресстік іс-шараларға арналған мамандандырылған мерзімді басылымдар жоқ. Алматы сауда және инвестициялар палатасы жыл сайынғы көрме жоспарын жариялайды (<https://alcci.kz/>), іскерлік оқиғаларды іздеу сайттары бар (<https://worldexpo.pro/country/kazahstan/sector/turizm>,  [https://expomap.ru/expo /country/kazakhstan](https://expomap.ru/expo/country/kazakhstan)). Олар іс-шаралар тізімін жариялаумен шектеледі. Алайда, тұтастай алғанда, іскерлік туризмді ақпараттық қамтамасыз ету жағдайы қанағаттанарлықсыз деңгейде, нарықтың қажеттіліктерін көрсетпейді.

Бір-бірімен байланысты бағыттарды біріктіретін бірыңғай интернет-портал мен мамандандырылған журнал құру қажеттілігі туындады: конгресс және конференция қызметі, көрме қызметі, қонақ үй бизнесі, конференциядан кейінгі қызмет көрсету және т.б.

Осылайша, күш-жігерді осындай жобаларды қолдауға (бірыңғай интернет-портал құру және қолдау, мамандандырылған журнал шығару) бағыттау керек, бұл елдің және өңірлердің инфрақұрылымдық ресурстары, осы нарықта қызмет көрсететін белгілі бір компаниялардың беделі туралы ақпаратты ашық әрі қолжетімді етеді.

Әлемдік нарықта дәстүрлі мәдени-ойын-сауық туризмінің күшті бәсекелестігі, сондай-ақ корпоративтік саяхат нарығының дамуы байқалады. Іскерлік туризм және интенсив секторда жұмыс істейтін жоғары мамандандырылған компаниялар тапсырыс берушімен жұмыс істеуде неғұрлым кәсіби және жеке тәсілді қамтамасыз етуге қабілетті. Мұндай компаниялар әдетте Travel Management Company (TMC) - іскерлік сапарларды басқару компаниялары деп аталады. TMС кеңесшілері бизнес-клиентпен өзара әрекеттесуді ұйымдастыруға көмектеседі, осылайша тапсырыс берушінің қаражаты үнемделеді және іскери туристке көрсетілетін қызметтердің сапасы жоғары болады.

Қазақстанда іскерлік туризм саласында қызмет көрсететін компаниялар жоқ. Кешенді корпоративтік қызмет көрсетуге маманданған компаниялар қажет (іссапарларды, корпоративтік іс-шаралар мен конференцияларды ұйымдастыру):

– іскерлік және жеке сапарларды ұйымдастыруды қамтамасыз ететін компаниялар (United Travel Services). Іскерлік туризм операторларының осы санатындағы қызметтерге әуе және теміржол билеттерін брондау кіреді;

– инсентив-туризмге маманданған компаниялар-корпоративтік демалыстың түпнұсқа бағдарламалары;

– топтық және жеке турларды ұйымдастыратын, бірақ өз қызметінде ең алдымен іскерлік сапарларды, соның ішінде конгресстік іс-шараларды ұйымдастыруға бағытталған кіру туризмінің операторлары.

Іскерлік, интенсивтік сапарлар мен конгресстік іс-шараларды ұйымдастыру бойынша басқа да қызметтерді ұсынатын кең бейінді туристік компаниялар (кіру және шығу, корпоративтік және іскерлік туризм) арасында «Global Air», «Complete Service» (Олимпиада және Азия ойындарын қоса алғанда, әлемдік спорттық іс-шаралардың арнайы бағдарламаларын әзірлеу), «International Travel Plus». Оның ішінде тек «International Travel Plus» заңды тұлғалардың іскерлік іс-шараларына қызмет көрсетумен байланысты толыққанды қызметпен айналысады. BCD Travel және BCD Meetings & Events эксклюзивті серіктесі. Бұл әлемдік сапа стандарттарына сүйене отырып, әлемдік франчайзинг деңгейінде корпоративтік клиенттер үшін іс-шаралар ұйымдастыратын Қазақстандағы жалғыз сертификатталған франшизалық агенттік бар.

Қазақстанда іскерлік туризмді дамыту тұжырымдамасын әзірлеудің орындылығы туралы қорытынды шығады. Атап айтқанда, тұжырымдамада осындай бағыттар көрсетілуі тиіс:

– инвестициялық және инновациялық қызметті дамыту;

– көлік және инженерлік инфрақұрылымды жаңғырту;

– кіру туризмін жандандыру;

– халықаралық іскерлік байланыстар мен алмасуларды дамытуды ынталандыру.

Бұл тұжырымдама халықаралық кездесулер (Meetings Market) және іскерлік туризм нарығында Қазақстанды кезең - кезеңімен ілгерілетуді (Астана және Алматы қалаларын, одан кейін-аймақтарды ілгерілетуді) қамтуы тиіс жалпы елдер мен аймақтардың іскерлік туризм инфрақұрылымын жетілдіру арқылы. Осы саладағы саясатты тұжырымдау және басымдықтарды анықтау өте қажет.

Туристік нарықтың іскерлік іс-шаралар сегментін дамыту кезінде жеке капитал үшін экономикалық (оның ішінде салықтық) преференцияларды айқындайтын нақты және түсінікті мемлекеттік тұжырымдама қажет. Содан кейін жеке бизнес өкілдеріне қандай ережелер бойынша ойнайтыны, қандай міндеттемелер қабылдай алатындығы және қандай қосымша пайда (немесе шығындарды азайту) күте алатындығы белгілі болады.

Жыл сайын аймақтар мен әлем елдері арасындағы іскерлік, мәдени, ғылыми байланыстар күшейе түсуде. Осыған байланысты Іскерлік туризм индустриясын дамыту табысты бизнестің ажырамас шарты болады және ұлттық экономиканың дамуына және оның әлемдік нарыққа интеграциялануына айтарлықтай әсер етеді.

**3.4 Қазақстан экономикасына іскерлік туризмнің интегралды кумулятивті әсерін есептеу**

Туризмнің ел үшін экономикалық маңыздылығы тікелей және жанама әсермен (эффектпен) анықталады. Тікелей әсер қолданыстағы ұлттық шоттар шеңберінде ескеріледі. Жанама әсерді туристік мультипликатор арқылы анықтауға болады [118].

Туризмнің ел экономикасына тікелей әсері оның салықтар арқылы әртүрлі деңгейдегі бюджеттердің кіріс бөлігінде, сондай-ақ жалпы ішкі өнімді қалыптастыруға қосқан үлесінен көрінеді. Сонымен қатар туризмнің әлеуметтік салаға тікелей әсері демалыс және сауықтыру арқылы еңбек ресурстарының сапасын арттыру параметрлерінен, сондай-ақ осы салада ашылып-құрылған жұмыс орындарының санынан көрінеді.

Туризмнің ел экономикасына тікелей әсер ету көрсеткіштері туристік статистика жүйесіне және ұлттық шоттардың құрылымына енгізілген және белгілі бір дәрежеде сенімділік, тағайындалған ережелер бойынша көрсетіледі.

Туризмнің жанама әсері оның әлеуметтік-экономикалық сипатында әлдеқайда кең, ал оның жиынтық әсері тікелей экономикалық және әлеуметтік эффектен әлдеқайда жоғары.

Мұның себебі мультипликатордың эффектісі болып табылады, яғни «шығыстар – кірістер» тізбегі бойынша туризм арқылы онымен байланысты (іргелес) ілеспе салалардың дамуы қоса ынталандырылған кезде болады. Туристердің келу-болу орнындағы шығындары неғұрлым жоғары болса және шығыстар-кірістер айналымының (транзакцияларының) саны көп болса, туризмнің жанама (мультипликативті) әсері соғұрлым жоғары болады.

Туристік мультипликатор – бұл елдегі туристердің шығындарына байланысты елдің экономикасы мен әлеуметтік саласындағы кірістердің өсу коэффициенті.

Кейнсиандық талдау аясында заманауи экономикада «мультипликатор доктринасы» инвестицияның кіріске күшейтілген (көбейтетін) әсерін білдіреді.

Қазақстан экономикасына іскерлік туризмнің интегралды кумулятивті эффектті есептеу кезінде тура және жанама (мультипликативті) есептеу моделін қолдануға негізделдік.

Төмендегі бастапқы деректер негізге алынған.

1. Есептік базалық кезең – 2021 жыл.

2. Жалпы 2021 жылы іскерлік турист саны – 719 784 адам.

3. Жылына орташа статистикалық шығын бір іскер туристке – 263 925 тг.

2021 жылы іскерлік турист шығыны 447,2 млн долл. құрады (15-кесте). 2021 жылы Қазақстанға келген іскерлік мақсаттағы турист саны 719 784 адам (19-сурет). Сәйкесінше бір іскерлік турист шығыны – 621 долл. (447,2 млн. долл./719 784).

2021 жылы теңгенің долларға орташа жылдық курсын есепке ала отырып, бір іскерлік мақсаттағы туристің теңгеге шаққандағы орташа шығынын табамыз: 621\*425= 263 925 тг.

4. Іскерлік туристер санының жыл сайынғы өсу қарқыны, туризм дамуының әртүрлі сценарийлерін (оптимистік, пессимистік және нақты) ескере отырып анықталды.

Пандемия туристік ағынға өз ықпалын енгізбей қоймады (19-сурет). 2019 жылға дейін біздің елге туристік ағынның жыл сайынғы өсімі байқалды, оның ішінде іскерлік туристер де бар. 2020 жылы олардың саны 49%-ға төмендеді, сәйкесінше 743 187 адам. 2021 жылы тағыда 3,1%-ға төмендеді (719 784 адам).

UNWTO сарапшыларыларының пікірінше, пандемияға дейінгі көрсеткішке, оның ішінде, халықаралық келу бойынша да, туризм 2024 жылы қалыпқа келеді [119]. Kazakh Tourism сарапшылары да біздің елдің көрсеткіштері бойынша осы пікірді ұстанады [120].

Осы пікірді есепке ала отырып, оптимистік болжам бойынша Қазақстанға келген іскер туристер санының жыл сайынғы өсу қарқыны 19,3%-ды құрайды.

Пессимистік болжам жыл сайынғы өсу қарқынын 1% шамасында қарастырады.

Біз негізгі (базалық) нұсқаға тоқталамыз, болжау бойынша іскерлік турист санының әр жыл сайынғы өсімі - 5%.

5) Іскер туристің барлық категориясындағы әр жылдық шығынның өсім қарқыны - 3%.

6) Іскерлік туризм индустриясының әр жылдық табысы.

*Ел экономикасына іскерлік туризмнің тура әсерін есептеу*

Қазақстанда іскерлік туризмді дамыту бағыттарын игеру нәтижесінде іскерлік туристтердің келу көлемін әр жыл сайын өсіруін (5%) қамтамасыздауды жоспарлауда. Жыл сайын құрылымдық өзгерістің салдарынан іскерлік шаралардың өсуі іскер туристердің 5% өсуіне әкеп соғады:

– 2022 ж. 719 784 + 719 784\*5/100 = 755 773 адам;

– 2023 ж. 755 773 + 755 733\*5/100 = 793 562 адам;

– 2024 ж. 793 562 + 793 562\*5/100 = 833 240 адам;

– 2025 ж. 833 240 + 833 240\*5/100 = 874 902 адам.

Шығын құны:

– 2022 ж. 263,925\*1,03 =271,843 мың тг.;

– 2023 ж. 271,843\*1,03=279,998 мың тг.;

– 2024 ж. 279,998\*1,03=288,398 мың тг.;

– 2025 ж. 288,398\*1,03=297,050 мың тг.

Туристердің келген жерінде жұмсаған шығыны – туристік кәсіпорындардың, көлік компаниялардың, сауда саласының, тұрмыстық қызмет көрсету, байланыс, бос уақыт және ойын сауық саласындағы кәсіпорындар және т.б. Осы табыс - қосымша пайда, инвестиция, еңбек ақы, қосымша жұмыс орындары және т.б.

Осыған орай туризм индустриясының жылдық табысы, іскерлік турист көлемін бір туристің орта статистикалық шығынына көбейту негізінде табылады (35-кесте).

Кесте 35 – Экономикаға іскерлік туризмнің тура әсерін есептеу

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Кезең | Іскерлік туристер саны,  адам | 1-турист шығыны,  мың тг. | Туризм индустриясының табысы, барлығы,  млрд тг. |
| 2021 | 719 784 | 263, 925 | 189,969 |
| 2022 | 755 773 | 271,843 | 205,451 |
| 2023 | 793 562 | 279,998 | 222,196 |
| 2024 | 833 240 | 288,398 | 240,305 |
| 2025 | 874 902 | 297,050 | 259,890 |
| Ескертпе – Автормен зерттеу барысында әзірленген | | | |

1. кесте көрсеткіші бойынша туристің шығын сомасы 2023 жылы есептік жылмен салыстырғанда 32,227 млн. тг. шамасына көбейеді, 2025 жылда – 69,921 млн. тг-ге көбейеді деп жобалауға болады.

*Ел экономикасына іскерлік туризмнің жанама әсерін есептеу*

Ел экономикасына іскерлік туризмнің жанама әсерін талдауды (2) модель негізінде және туристік мультипликатар шеңберінде туристік шығын динамикасы негізінде есептейміз.

Мультипликатордың көрсеткіші [118, с. 59]:

К= 1/(1- ХТБ) (2)

мұнда ХТБ – халықтың тұтынуға шекті бейімділігі.

Қазақстан Республикасы Ұлттық статистика бюросы деректеріне сүйене отырып [96, б. 32], Қазақстан бойынша тұрғындардың табысы мен шығыны өзгеруінің динамикасын көрсетіп, оларға сәйкес тұтынуға шекті бейімділікті (ХТБ) есептедік (36-кесте).

36-кестеде орташа статистикалық тұтынуға шекті бейімділік (ХТБ) көрсетілген мерзімде 0,7351 немесе 73,51% құрайды.

Кесте 36 – Тұрғындардың табысы мен шығынының өзгеру динамикасы

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Жылдар | Табыс деңгейі, тг. | Шығыс деңгейі, тг. | ХТБ |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| 2013 | 432 573 | 303 666 | 0,702 |
| 2014 | 467 763 | 333 982 | 0,714 |
| 2015 | 493 264 | 383 759 | 0,778 |
| 2016 | 533 561 | 412 976 | 0,774 |
| 2017 | 570 742 | 414 929 | 0,727 |
| 2018 | 629 033 | 491 275 | 0,781 |
| 2019 | 692 703 | 496 668 | 0,717 |
| 2020 | 744 424 | 539 707 | 0,725 |
| 2021 | 812 547 | 567 971 | 0,699 |
| 2022 | 964 447 | 707 904 | 0,734 |
| Ескертпе – Әдебиет негізінде құралған [96, б. 28] | | | |

Мультипликатордың есептік моделін қолдана отырып, мультипликатордың көрсеткішін шығардық:

К = 1/ (1-ХТБ) = 1/(1 - 0,7351) = 1/0,2649 = 3,76

Осыдан негізінде бір іскерлік туристік шығынының мультипликативті әсері:

1\*263 925 + 0,7351\*263 925 + (0,7351)2\*263 925 + (0,7351)3\*263 925 + ... + (0,7351)20 \*263 925 = 912 358 тг.

Бір іскер туристің орташа шығыны 263 925 тг-ні құрайды. 20 айналым жасай отырып, бюджетке 912 358 тг. қосымша кіріс түсіреді.

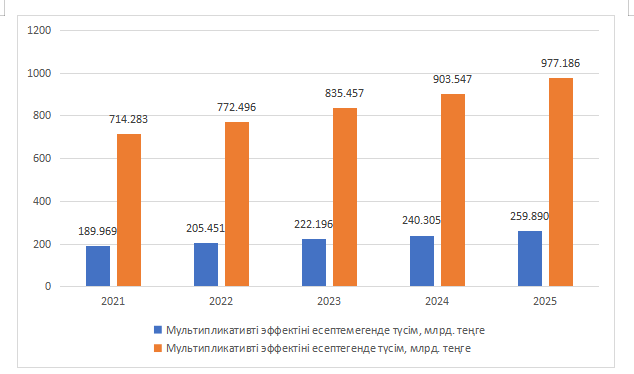
Іскерлік туризм дамуын болжау үшін және оның өңір экономикасына қысқа мерзімді және ұзақ мерзімді кезеңдерге әсерін тигізуін бағалауда 2021-2025 жылды қоса алғанда іскерлік турист келуінің құрылымын болжау қажет және Қазақстан үшін туристік мультипликатордың орташа шамасы (К=3,76), мультипликаторлық әсерді есепке ала отырып іскерлік туризмнен ақшалай түсімдердің уақыттық сомалық қатарының болжамын аламыз (37-кесте).

Кесте 37 – Қазақстан қызмет саласына іскерлік туризмнен қаржылық түсімді болжау

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Кезең | Ақшалай түсім сомасы, млрд тг. | | |
| мультипликативті әсерді есептемегенде | мультипликативті әсерді есептегенде (\*3,76) | интегралды кумулятивті әсер |
| 2021 | 189,969 | 714,283 | 904,252 |
| 2022 | 205,451 | 772,496 | 977,947 |
| 2023 | 222,196 | 835,457 | 1 057,653 |
| 2024 | 240,305 | 903,547 | 1 143,852 |
| 2025 | 259,890 | 977,186 | 1 237,076 |
| \* – мультипликатордың көрсеткіші  Ескертпе – Автормен зерттеу барысында әзірленген | | | |

Интегралды кумулятивті әсер, тура және жанама әсерлердің сомасының қосындысы, 2021 жылы 904,252 млрд. тг. құраса, 2025 жылы 1 237,076 млрд. тг. құрайды деп жоспарлауға болады.

Іскерлік туризмнен түсетін қаржы болжамы 42-суретте көрсетілген.



Сурет 42 – Іскерлік туризмнен түсетін қаржы болжамы, млрд тг.

Ескертпе – Автормен зерттеу барысында әзірленген

Жүргізілген зерттеу көрсеткендей Қазақстанда іскерлік туризмді дамыту бойынша тұжырымдаманы жүргізу нәтижесінде 2025 жылды 2021 жылмен салыстырғанда іскерлік туризмнен тура түсімдердің сомасы 69,921 млрд. тг-ге өсіп, 259,89 млрд. тг-ні құрайды. Мультипликативті әсерді есепке алғанда қаржылық түсім осы мерзімде 1,37 есе өседі.

Мұнда іскерлік туризмнің тиімділігі мәселелерін қозғауға тура келеді. Оны дамыту үшін, атап айтқанда оның инфрақұрылымын дамыту үшін түрлі іс-шаралар өткізіледі. Мысал ретінде орналастыру және тамақтандыру кәсіпорындары ұсынатын қызметтерге инвестиция салу мәселелеріне тоқталайық. Және оны іскерлік туристерге қызмет көрсетуден алынатын табыспен салыстырайық (38-кесте).

Кесте 38 – Тиімділік коэффициентінің мәні, 2018-2022жж.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Жылдар | Орналастыру қызметтеріне салынған инвестициялар, млн тңг. | Іскерлік туристердің шығыны | | ТК |
| млн долл. | млн тңг. |
| 2018 | 102 450 | 329,5 | 113 678 | 0,90 |
| 2019 | 107 735 | 344,8 | 132 058 | 0,82 |
| 2020 | 124 329 | 136,30 | 56 292 | 2,21 |
| 2021 | 122 996 | 321,88 | 137 120 | 0,89 |
| 2022 | 88 724 | 302,34 | 139 076 | 0,64 |
| Ескертпе - ҚР МСМ Туризм комитетінің деректері негізінде автормен есептелген  Ескертпе – Автормен зерттеу барысында әзірленген | | | | |

Тиімділікті сипаттайтын көрсеткіш – тиімділік коэффициенті болады, ол шығыстың (орналастыру қызметтеріне салынған инвестициялар) кіріске қатынасымен (біздің елімізге келетін іскер туристердің шығыстары) анықталады:

ТК = Орналастыру қызметтеріне салынған инвестициялар / Іскерлік туристердің шығыны

Бізбен есептелген деректер, табыс алу үшін қанша инвестиция жұмсалатынын көрсетеді. Мысалы, 2019 жылы бір іскерлік туристке қызмет көрсетуден алынған 1 тг. табысқа 0,82 тг. инвестиция салынған. 2020 жылы бұл қатынас екі есе асады. Аталған алшақтық пандемия салдарымен түсіндіріледі, мұнда іскерлік туристердің келуінің аз мөлшері байқалды.

**Үшінші бөлім бойынша тұжырым**

1. Қазақстанда іскерлік туризмді дамыту жағдайына біз жүргізген SWOT-талдау оның әлсіз және күшті жақтарын, оның дамуы үшін мүмкіндіктер мен қауіптерді анықтауға мүмкіндік берді. Елдің артықшылықтары іскерлік туризмді дамыту факторларын қалыптастырады, ал анықталған кемшіліктер мен оларды жою қажеттілігі өз кезегінде іскерлік туризмді дамытудың алғышарттары болып табылады.

2. Іскерлік туризмнің дамуын тиімді болжау үшін Қазақстандағы жергілікті тұрғындар мен туристік сектор өкілдерінің туризмнің әсерін қалай қабылдайтынын және олардың әлеуметтік-демографиялық сипаттамаларына байланысты іскерлік туризмге көзқарастарының қалай өзгеретінін бағалаймыз. Зерттеу нәтижелерін өңдеу үшін SPSS Statistics 26 бағдарламасы қолданылды.

Зерттеу барысында біз ұсынған 12 гипотезаның заңдылығы тексерілді. Оларды 4 бағыт бойынша біріктіруге болады: іскерлік туризмнің оң экономикалық әсері; іскерлік туризмнің оң әлеуметтік-мәдени әсерлері; іскерлік туризмнің жағымсыз экономикалық салдары; іскерлік туризмнің теріс әлеуметтік-мәдени салдары.

Зерттеу нәтижелерін өңдеу Қазақстандағы жергілікті тұрғындар мен сектор өкілдерінің қабылдауы арасында айырмашылық бар деген 6 гипотезаның заңдылығын көрсетті: жасына байланысты іскерлік туризмнің теріс әлеуметтік-мәдени салдарын; білім деңгейіне байланысты іскерлік туризмнің оң әлеуметтік-мәдени салдарын; білім деңгейіне байланысты іскерлік туризмнің теріс экономикалық салдарын; табыс деңгейіне байланысты іскерлік туризмнің оң экономикалық әсері мен оң әлеуметтік-мәдени салдарын; табыс деңгейіне байланысты іскерлік туризмнің теріс экономикалық салдарын.

3. Іскерлік туризмді дамыту көрсеткіштерін критериалды бағалау әдісімен ҚР-да іскерлік туризмді дамытудың жағдайы мен перспективалары айқындалды.

Қазақстанның 14 облысының және Астана (Нұр-Сұлтан), Алматы, Шымкент мегаполистерінің іскерлік туризмді дамыту көрсеткіштерін критериалды бағалау жүргізілді.

Аймақтар 5 көрсеткіш бойынша бағаланды: іскерлік туризмнің инфрақұрылымы; іс-шараларды өткізу үшін дестинация ретінде аймақты жылжыту бағдарламасы; аймақтың оқиға индустриясы саласындағы саясаты және мамандандырылған үйлестіруші органдардың қызметі; аймақта ірі халықаралық оқиғаларды өткізу тәжірибесі; аймақтың туристік әлеуеті.

Зерттеу іскерлік туризмді кластерлік дамыту қажеттілігін көрсетті. Астана қаласы ұсынған кластер неғұрлым дамыған болып табылды, Алматы қаласы ұсынған кластер сәл артта қалды, Қазақстанның басқа аймақтары ұсынған үшінші кластерді дамыту үшін барынша күш салу қажет.

4. Көрсеткіштерді зерттеу барысында, Қазақстанның қонақ үй нарығында тапшылық байқалады, мегаполистерде бизнес-қонақүйлер жетіспейді. Мұндай премиум қонақ үй кешені тікелей қала орталығында немесе бизнес-кварталда орналасуы керек. Ол іскери клиенттің барлық қажетіне сәйкес келуі керек. ISO 9001 СМЖ сертификаты бар.

5. Туризм саласындағы қызмет туралы мемлекеттік статистикалық ақпараттың болмауы толыққанды зерттеулер жүргізуге мүмкіндік бермейді. Біз осындай ақпаратты жинау жөніндегі орган өте қажет деп санаймыз және мұндай орган «Kazakh Tourism" компаниясының қарамағында жұмыс жасауы тиіс.

6. Оқиғалық іс-шаралардың республикалық ғылыми-зерттеу орталығы қажет, оның қызметі қазақстандық оқиғалық іс-шаралар нарығын, ел мен аймақтардағы оқиғалық іс-шаралар әлеуетінің рейтингін зерттеу болып табылады.

7. Іскерлік іс-шараларды ұйымдастырудың ерекшеліктері мен әдістеріне байланысты пәндерді қоса отырып, «Туризм» (бакалавриат, магистратура) бағыты бойынша кадрлар даярлаудың білім беру бағдарламаларының мазмұнын қайта қарау қажет. Бұл іскерлік туризм саласында қызмет көрсетуге бағытталған event-менеджмент кадрларын даярлаудың жоқтығын өтеуге мүмкіндік береді.

8. Конгрестік іс-шараларды қамтамасыз етуге байланысты қызметтер нарығында ақпараттық кеңістікті қалыптастыруға бағытталған шаралар қажет. Қазақстандағы іскерлік туризмнің жай-күйі мен даму мәселелерін қамтитын бірыңғай интернет-портал мен мамандандырылған журнал құруды ұсынамыз.

9. Қазақстанда іскерлік сапарларға, корпоративтік іс-шаралар мен конференцияларға қызмет көрсетумен айналысатын операторлардың санаулы ғана саны бар.

10. Қазақстанда іскерлік туризмді дамыту тұжырымдамасын әзірлеу қажет. Онда іскерлік туризмді және халықаралық іскерлік байланыстар мен алмасуларды дамыту мәселелері көрініс табуы тиіс. Тұжырымдама тұтастай алғанда елдің және аймақтардың іскерлік туризм инфрақұрылымын жетілдіру арқылы халықаралық кездесулер мен іскерлік туризм нарығында Қазақстанның кезең - кезеңімен ілгерілеуін (Астана және Алматы қалаларын, одан кейін аймақтарды ілгерілетуді) қамтуы тиіс.

**ҚОРЫТЫНДЫ**

Диссертациялық зерттеудің нәтижесінде заманауи әлеуметтік-экономикалық жағдайда Қазақстан экономикасын дамытудың перспективалық бағыты ретінде іскерлік туризмнің әдіснамалық негіздері мен оны жетілдірудің жолдары әзірленді:

1. Классикалық туризм мен іскерлік туризмнің ерекшеліктерін салыстырмалы бағалау негізінде іскерлік туризм түсінігінің нақтыланған ұғымы, оның жіктелуі және іскерлік туризмді ұйымдастырудың құрылымдық моделі ұсынылды.

Іскерлік туризмнің нақтыланған ұғымы, ол қызметкерлердің әртүрлі корпоративтік мақсаттардағы сапарлары (іскерлік сапарлары) жұмыс уақытында, компания бюджеті есебінен жүзеге асырылады деген ұстанымнан тұжырымдалды.

Іскерлік туризм оқиғаларының жіктелуі келесі негізгі белгілер бойынша жүзеге асырылды: аумақтық белгісі, жиілігі, өткізу нысаны, мақсаты және т.б. Жіктеудің нәтижесі іскерлік туризмнің құрамдас бөліктері туралы негізгі толық ақпаратты қамытуға мүмкіндік береді.

Іскерлік туризмді іскерлік іс-шара кезінде туристік өнімді (қызметті) өндіруші мен тұтынушы арасындағы өзара әрекеттесу процесі ретінде қарастыру ұсынылды. Іскер саяхатшыға көрсетілетін қызметтер классикалық туристік қызметтер (орналастыру, көлік, тамақтану, экскурсиялар, көңіл көтеру, бөлшек сауда) және іскерлік туризм қызметтерінен құрылады деп тұжырымдалды.

2. Инфрақұрылымның дамуы іскерлік туризмнің даму деңгейіне, іскерлік іс-шаралар мен оған қатысушылардың санының артуына, іскерлік туризмде жұмыспен қамтылғандар адамдардың санының артуына, сондай-ақ іскерлік туристік қызметтер қажеттілігінің артуына тікелей әсер етеді. Осыған байланысты зерттеу нәтижесінде аймақтың және жалпы елдің экономикасына тікелей және жанама (мультипликативті) әсер ететіні анықталды.

3. Зерттеу барысында іскерлік оқиғалардың әлемдік рейтингі 2019 жылы өткізілген соңғы рейтинг бойынша Қазақстан әлемдік рейтингте 79-орынға ие болды. Қазақстанның екі қаласы позицияларға иеленді (Астана – 221 орын, Алматы – 337 орын). Төмен болса да, дегенмен бұл позициялар жыл сайын жақсарып келетіні нақтыланды.

Қазақстан 2021 жылы БЭФ (Саяхат және туризмді дамыту индексі) бойынша позициясын жақсартып, 117 елдің ішінде 66-шы орынды иеленді. Жеке қосалқы индекстер бойынша елдің жалпы рейтингтегі әлеуеті жоғары. Мысалы, бағаның бәсекеге қабілеттілігі бойынша Қазақстан 1-ші орынға ие болды.

4. Жаһандық іскерлік туризмнің жай-күйіне COVID-19 пандемиясының салдарын талдау ұлттық шекараларды ашудағы кідірістерге қарамастан, ауқымды кездесулер мен іс-шараларды онлайн немесе аралас нысанда өткізілсе де, компаниялар мен іскер саяхатшылардың әдеттегі қызметін қалпына келтіруге деген үлкен ынтасы бар екенін көрсетті.

2026 жылға қарай іскерлік саяхаттың GBTA (Іскерлік туризмнің халықаралық ассоциациясы) толық қалпына келуін болжап отыр.

5. Қазақстандағы іскерлік туризмнің жағдайын талдау кезінде елімізде, әсіресе елордада, іскерлік туризм (біртіндеп немесе қарқынды) дамып келеді деген қорытынды жасалды.

Бұған соңғы жылдары өткізілген әлемдік деңгейдегі ауқымды іс-шаралар (АЭФ, ӘДДЛС, EXPO-2017 және т.б.), іскерлік туризм инфрақұрылымының жақсаруы (жаңа 5 жұлдызды қонақ үйлердің, басқа да мәдени нысандардың пайда болуы) ықпал жасауда.

Пандемиядан кейін туризм жағдайы, оның ішінде іскерлік туризмнің инфрақұрылымы қалпына келе бастады. Туристік ағынның артуы байқалды.

6. Іскерлік туризмді дамыту көрсеткіштерін критериалды бағалау әдісімен Қазақстанда іскерлік туризмді дамытудың жағдайы мен перспективалары айқындалды.

7. Елімізде іскерлік туризм инфрақұрылымының дамуы аймақтар бойынша біркелкі еместігі туралы ұсынған гипотезамыз расталды.

Қазақстанда іскерлік туризмді жетілдіру мақсатында келесі ұсыныстар берілді:

1. Іскерлік туризмді кластерлік жолмен дамыту қажет. Бірінші кластер – іскерлік туризм неғұрлым дамыған Астана қаласы. Екінші кластер – іскерлік туризмді жетілдіру қажеттігі бар Алматы қаласы.Үшінші кластер – іскерлік туризмді дамыту үшін барынша күш салу қажеттігі бар Қазақстанның қалған аймақтары.

2. Елімізді, оның ішінде Астананы, іскерлік туризм өнімі ретінде халықаралық нарықта сауатты ілгерілету қажет. Астананың тартымдылығы айқын.

3. Қазақстанда іскерлік туризмді дамыту тұжырымдамасын әзірлеу қажет. Онда іскерлік туризмді және халықаралық іскерлік байланыстар мен алмасуларды дамыту мәселелері көрініс табуы тиіс. Тұжырымда тұтастай алғанда елдің және аймақтардың іскерлік туризм инфрақұрылымын жетілдіру арқылы халықаралық кездесулер мен іскерлік туризм нарығын кезең - кезеңімен ілгерілеуін (Астана және Алматы қалаларын, одан кейін аймақтар) қамтуға тиіс.

4. Қазақстанның мегаполистерінде заманға сай бизнес-отельдер салу керек.

5. Туризм саласындағы қызметтер туралы мемлекеттік статистикалық ақпаратты жинау жөніндегі орган құру қажет. Мұндай орган "Kazakh Tourism" Ұлттық компаниясының қарамағында жұмыс жасауы тиіс.

6. Оқиғалық іс-шаралардың республикалық ғылыми-зерттеу орталығын құру қажет. Оның қызметі - қазақстандық оқиғалық іс-шаралар нарығын, ел мен аймақтардағы оқиғалық іс-шаралар әлеуетінің рейтингін осы зерттеу барысында ұсынған іскерлік туризм әлеуетінің төлқұжаты негізінде зерттеп анықтау болып табылады.

7. Іскерлік іс-шараларды ұйымдастырудың ерекшеліктері мен әдістеріне байланысты пәндерді қоса отырып, «Туризм» (бакалавриат, магистратура) бағыты бойынша кадрлар даярлаудың білім беру бағдарламаларының мазмұнын қайта қарау қажет. Бұл іскерлік туризм саласында қызмет көрсетуге бағытталған event-менеджмент кадрларын даярлаудың жоқтығын өтеуге мүмкіндік береді.

8. Қазақстанда іскерлік сапарларға, корпоративтік іс-шаралар мен конференцияларға қызмет көрсетумен айналысатын операторлардың санын көбейтіп, қызмет көрсету сапасын жақсарту қажеттілігіне назар аудару керек.

9. Конгресстік іс-шараларды қамтамасыз етуге байланысты қызметтер нарығында ақпараттық кеңістікті қалыптастыруға бағытталған шаралар қажет. Қазақстандағы іскерлік туризмнің жай-күйі мен даму мәселелерін қамтитын бірыңғай интернет-порталды мен мамандандырылған журналды құру қажет.

Ұсынылып отырған іс-шаралар Қазақстанда іскерлік туризмді одан әрі дамытуға, оның әлемдік рейтингісінің оң бағытта жоғарылауына мен беделі мен әлемге танылуын арттыруға үлес қосады.

**ПАЙДАЛАНҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ**

1 BTI™ Outlook Annual Global Report&Forecast – 2021 // https:// revistatravelmanager.com/wp-content/uploads/2022/02/2021-gbta. 25.07.2022.

# 2 Global business travel recovery stalled by recent headwinds // https:// insights.ehotelier.com/global-news/2022/08/25/global-business-travel. 17.02.2023.

# 3 GBTA Projects Full Business Travel Recovery by 2026 // https://www. businesstravelexecutive.com/news/gbta-projects-full-business-travel. 17.02.2023.

# 4 MICE-туризм - прибыльный, сложный и особенно перспективный // <https://buyingbusinesstravel.com.ru/glossary/term/MICE/>. 19.03.2021.

5 Қазақстан Республикасы Үкіметінің Қаулысы. Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2023 жылға дейінгі тұжырымдамасын бекіту туралы: 2017 жылдың 30 маусымы, №406 // <http://adilet.zan.kz/kaz/docs/P1700000406>. 27.08.2019.

6 Қазақстан Республикасы Үкіметінің Қаулысы. Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2019-2025 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасын бекіту туралы: 2019 жылдың 31 мамыры, №360 // <http://adilet.zan.kz/kaz/docs/P1900000360>. 30.01.2020.

7 Годовой отчет за 2020 / Акционерное общество «Национальная компания «Kazakh Tourism» // [https://qaztourism.kz/upload/iblock.](https://qaztourism.kz/upload/iblock.%20) 15.08.2021.

8Государственная программа развития туристской отрасли Республики Казахстан на 2019-2025 годы: итоги за 2020 год // [https://www.gov.kz/ memleket/entities/tourism/documents/details/146894?lang=ru](https://www.gov.kz/%20memleket/entities/tourism/documents/details/146894?lang=ru). 22.05.2021.

9Қазақстан Республикасы Президентінің Жарлығы. Қазақстан Республикасының 2025 жылға дейінгі Ұлттық даму жоспарын бекіту және Қазақстан Республикасы Президентінің кейбір жарлықтарының күші жойылды деп тану туралы:2018 жылдың 15 ақпанда, №636 бекітілген // <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/U1800000636>. 27.02.2019.

## 10 Skift Global Travel Economy Outlook 2019 // https://research.skift.com /report/skift-global-travel-economy-outlook-2019/. 29.08.2021.

11 Яшина А.Н. Деловой туризм, как перспективное направление туристской индустрии: учеб. пос. – М.: ИНФРА-М, 2018. – 384 с.

12 Travel&Tourism Global Economic Impact&Trends 2020 // [https://wttc.org/ Portals/0/Documents/Reports/2020/Global%20Economic%20Impact.](https://wttc.org/%20Portals/0/Documents/Reports/2020/Global%20Economic%20Impact.) 22.08.2021.

13 GBTA BTI™ Outlook 2018. Annual Global Report&Forecast Prospects For Global Business Travel 2018-2022 // <https://www.businesswire.com.> 11.11.2021.

14 Дыбаль М.А. Деловой туризм как перспективное направление развития экономики региона: на примере Санкт-Петербурга: дис ... канд. эконом. наук: 08.00.05. – СПб., 2011. – 185 с.

15 Бронская Ю.К. Бизнес-туризм как фактор развития туристического рынка России: дис ... канд. эконом. наук: 08.00.05. – М., 2007. – 147 с.

16 Рицци В.В. Развитие и продвижение индустрии делового туризма на туристском рынке: на примере Санкт-Петербурга: дис ... канд. эконом. наук: 08.00.05. – СПб, 2009. – 278 с.

17 Гуляев В.Г. Деловой туризм и индустрия MICE в России и за рубежом: основы, понятия и тенденции. – М.: Импринт, 2014. – 219 с.

## 18 Индустрия встреч как драйвер развития экономики. Региональный аспект // <https://rnc-consult.ru/netcat_files/userfiles/Meetings_Industry.> 25.02.2019.

# 19 $1,589 трлн. составит объем бизнес-туризма в мире к 2020 // <https://forbes.kz/process/businessmen/1589_trln_sostavit_obyem_biznes.> 12.04.2020.

20 Rakhmetullina S.Z., Trusheva S., Savanchiyeva A.S. et al. The Ecological Component of Tourism Development in the Region // Journal of Environmental Management and Tourism. – 2017. – Vol. 8, Issue 2. – P. 417-426.

21 Trusheva Sh., Syzdykbayeva B. Prospects and Development of Tourism in Kazakhstan and the Impact of Incentive Tours on Efficiency // European Research Studies Journal. – 2018. – Vol. 21, Issue 3. – P. 727-737.

22 Гусев Э.Б. Основы выставочной деятельности: учеб. пос. – М.: Изд-во РЭА им. Плеханова, 2016. – 134 с.

23 Davidson R. Business Travel: Conferences, Incentive Travel, Exhibitions, Corporate Hospitality and Corporate Travel. – Essex: FT Prentice Hall, 2015. – 179 p.

24 Davidson R., Cope B. Business Travel: Conferences, Incentive Travel, Exhibitions, Corporate Hospitality and Corporate Travel. – Lobdon: Prentice Hall Financial Times, 2003. – 290 p.

25 Swarbrooke J., Horner S. Business travel and tourism. – London: Routledge, 2001. – 384 p.

26 Aguilera A. Business travel and mobile workers // Transportation Research. – 2008. – Vol.42, Part A. – P. 1109-1116.

27 Зорин И.В., Квартальнов. В.А. Энциклопедия туризма: справоч. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 368 с.

28 Балабанов И.Т., Балабанов А.И. Экономика туризма: учебник. – М.: Финансы и статистика, 2017. – 320 с.

# 29 Суворова И.Н. Формирование комплексной стратегии развития агентств корпоративного делового туризма в рамках аутсорсинга: автореф. … канд. эконом. наук: 08.00.05. – М., 2013. – 22 с.

30 Александрова А.Ю. Международный туризм: учеб. – М.: Аспект Пресс, 2014. – 470 с.

31 Савин Д.А., Мельникова И.Г. Деловой туризм: учеб.-метод. пос. – Ярославль: ЯрГУ, 2019. – 48 с.

32 Морозова С., Пустовит И. Проблемы и тенденции развития отрасли Event&MICE в России // <https://adindex.ru/publication/analitics.> 02.01.2019.

33 Swarbrooke J., Horner S. Business travel and tourism. – Oxford: Butterworth Hienemann, 2021. – 422 p.

34 Aburumman A.A. COVID-19 impact and survival strategy in business tourism market: the example of the UAE MICE industry // <https://doi.org/10.1057/s41599-020-00630-8>. 07.05.2021.

35 Kim K., Ko D. How to build a sustainable MICE environment based on social identity theory // Sustainability. – 2020. – Vol. 12, Issue 17. – P. 7166-7175.

36 Дегтярева Т.Д., Крючков А.Л. Аутсорсинг как технология межфирменного сотрудничества // Интеллект. Инновации. Инвестиции. – 2018. – №1. – C. 13-18.

37 Богданов Е.И., Богомолова Е.С., Орловская В.П.Экономика отрасли туризма: учеб. – М.: ИНФРА-М, 2021. – 318 с.

38 Лысакова Л.А., Карпова Е.М., Лесная Е.Н. Tourismus. Туризм: учеб. пос. – М.: ФЛИНТА, 2020. – 145 с.

39 Котанс А.Я. Технология социально-культурного сервиса и туризма: учеб. пос. – М.: ФЛИНТА, 2019. – 384 с.

40 Покровский Н.Е., Черняева Т.И. Туризм: от социальной теории к практике управления: учеб. пос– М.: Университетская книга, 2020. – 424 с.

41 А.К. 34543 РК. Іскерлік туризм қызметінің құрылымдық моделі / Ш.А. Трушева, Б.У. Сыздыкбаева; енгіз. 11.04.23.

42 Васильева В.В. Формирование системы обеспечения качества деятельности в индустрии деловых встреч: дис. … док. эконом. наук: 08.00.05. – СПб., 2017. – 315 с.

43 А.К. 34287 РК. Іскерлік туризм іс-шараларының жиынтық жіктелуі / Ш.А. Трушева, Б.У. Сыздыкбаева; енгіз. 04.04.23.

44 Урядова А.В., Савин Д.А. Специальные виды туризма: учеб. пос. – Ярославль: ЯрГУ, 2013. –127 с.

45 Агешкина Н.А. Основы турагентской и туроператорской деятельности: учеб. пос. – М.: ИНФРА-М, 2021. – 567 с.

46 Русина А.Н., Карпычева О.В., Якимова Е.А. и др. Перспективы развития внутреннего туризма в современных условиях // Экономика, предпринимательство и право. – 2021. – Т. 11, №10. – С. 2343-2356.

47 Кусов И.С., Тимиргалеева Р.Р., Шабалина Н.В. и др. Организация туристской деятельности: электр. учеб. пос. – Майкоп: ЭлИТ, 2021. – 294 с.

48 Докашенко Л.В. Предпосылки развития делового туризма в России // Вестник Оренбург. гос. ун-та. – 2018. – №1(176). – С. 79-89.

49 Морозова М.А., Карпова Г.А., Хорева Л.В. Экономика туризма. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2017. – 364 с.

50 ГОСТ Р 53524-2009. Конгрессная деятельность. Термины и определения. – Введ. 2009-12-15. – М.: Стандартинформ, 2009. – 16 с.

51 Бугорский В.П. Организация туристской индустрии: правовые основы: учеб. пос. – М.: Юрайт, 2021. – 165 с.

52 Плохих Р.В., Исаков Е.Д., Актымбаева А.С. Туризмология негіздері: оқу құр. – Алматы: Қазақ Университеті, 2021. – 112 б.

53 Домалатов Е.Б., Ахметова Л.М. Туризмдегі кәсіпкерлік қызметінің негіздері: оқу құр. – Өскемен: С. Аманжолов атындағы ШҚМУ «Берел» баспасы, 2020. – 210 б.

54 Сұрағанова С.К., Сабатаева Б.О. Туризм менеджменті: оқул. – Алматы: Кітап, 2012. – 256 б.

55 Трушева Ш.А. Қазақстандағы іскерлік туризм және оның әлеуметтік-экономикалық дамудағы рөлі // ПМУ хабаршысы. – 2020. – №2. – Б. 86-100.

# 56 Международные Business Travel ассоциации // [https://vuzlit.com/400673 /mezhdunarodnye\_business\_travel\_assotsiatsii](https://vuzlit.com/400673%20/mezhdunarodnye_business_travel_assotsiatsii). 11.10.2020.

57 Сапрунова В. Туризм: эволюция, структура, маркетинг. – М.; Ось-89, 1999. – 160 с.

58 Папирян Г.А. Международные экономические отношения: экономика туризма. – М.: Финансы и статистика, 2010. – 208 с.

59 Устойчивое развитие событийной индустрии: для кого и зачем? / под ред. Д. Островской // CongressTime. Время конгрессов. – 2020. – №1(10). – С. 3-112.

# 60 В поисках финансирования: успешные модели привлечения средств для дестинаций // <https://event-live.ru/articles/tsifry-i-fakty/tsifry-i.> 01.12.2020.

61 Kazakh Tourism может войти в состав членов WTTC // <https://qaztourism.kz/press-center/all/717.> 01.12.2022.

62 International Congress and Convention Association // htpps://iccaworld.org. 20.12.2022.

63 2017 ICCA Statistics Report Country & City Rankings Public Abstract // <https://www.the-iceberg.org/research/9953/>. 10.03.2020.

64 2018 ICCA Statistics Report Country & City Rankings Public Abstract // htpps://iccaworld.org[. 12.03.2020.](https://www.turob.com/assets/Istatistikler.%2012.03.2020.%20)

65 2019 ICCA Statistics Report Country & City Rankings // <https://www.stnet.ch/app/uploads/2021/07/ICCA-Statistics-2019.pdf>. 12.03.2020.

66 2021 ICCA Ranking Public Abstract [https://www.iccaworld.org/ cnt/Research/ICCA%20DPI%202021-%20Public%20 Abstract.pdf](https://www.iccaworld.org/%20cnt/Research/ICCA%20DPI%202021-%20Public%20%20Abstract.pdf). 12.03.2020.

67 The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019 // https://www3. weforum.org/docs/WEF\_TTCR\_2019.pdf. 12.03.2020.

68 Travel & Tourism Development Index 2021 Rebuilding for a Sustainable and Resilient Future // <https://www3.weforum.org/docs.> 25.08.2022.

69 Казахстан улучшил позиции в рейтинге туризма Всемирного Экономического Форума // <https://ruh.kz/ru/2022/05/30/kazahstan.> 25.08.2022.

70 Курач Е.В., Иваскив И.С. Особенности и специфика развития делового туризма в России и за рубежом // <http://rrbusiness.ru/journal>. 12.10.2019.

71 Гуляев В.Г. Туризм: экономика и социальное развитие. – М.: Финансы и статистика, 2010. – 304 с.

72 Андреев А.В., Борисова Л.М., Плучевская Э.В. Основы региональной экономики. – М.: Кнорус, 2011. – 336 с.

73 Самые популярные направления делового туризма // <https://tonkosti.ru/>. 20.11.2019.

74 Выставки в мире // <https://tonkosti.ru/>. 09.10.2019.

75 Выставочные центры мира // <http://www.totalexpo.ru/centre.> 22.10.2019.

76 Доронин А. Рынок делового туризма в цифрах и фактах // Туризм: проблемы, перспективы, практика. – 2009. – №7. – С. 29.

77 Серегина В. Обзор мирового рынка конгрессного туризма // Туризм: проблемы, перспективы, практика. – 2010. – №2. – С. 22-23.

78 Конференцию проводим в отеле // <https://new-hotel.ru/site/hotel-equipment/service/conference-hall/>. 22.01.2020.

79 ТОП-10 лучших бизнес-отелей Европы и Америки // <https://blog.ostrovok.ru/top-10-luchshix-biznes-otelej-evropy-i-ameriki.> 12.11.2020.

80 Юркова А. Конференц-анатомия Как найти себя в индустрии встреч // <https://www.litres.ru/aleksandra-urkova/konferenc-anatomiya/chitat.> 01.08.2022.

81 Трушева Ш.А., Сыздыкбаева Б.У. Состояние делового туризма в Казахстане // Инновационное развитие пищевой, легкой промышленности и индустрии гостеприимства: сб. матер. междунар. науч.-прак. конф. – Алматы: АТУ, 2015. – С. 306-315.

82 Выставочные компании в Казахстане // [https://www.kps.kz/ kazahstan/uslugi/vyistavochnyie\_kompanii](https://www.kps.kz/%20kazahstan/uslugi/vyistavochnyie_kompanii). 12.11.2020.

83 Календарь выставок на 2022 год // <https://alcci.kz/event/vystavki-kazahstan-2021/>. 02.11.2021.

84 Форумы в стране Казахстан 2023-2024 // [https://worldexpo.pro/ country/kazahstan/sector/turizm](https://worldexpo.pro/%20country/kazahstan/sector/turizm). 12.11.2022.

85 Мероприятия в категории Туризм в стране Казахстан 2023-2024 // <https://worldexpo.pro/country/kazahstan/sector/turizm>. 11.11.2022.

86 16-я Казахстанская Международная Туристская выставка // https:// leisure.kz/ru/vystavka/itogi-vystavki/itogi-leisure. 17.11.2019.

87 Итоги выставки // <https://kitf.kz/images/download/2022>. 12.11.2020.

88 Астана принимает участников XVIII сессии Генассамблеи ЮНВТО // <https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=30480507>. 22.12.2019.

89 Нұр-Сұлтанда алғаш рет UNWTO-ның қалалық туризм мәселелері бойынша саммиті өтті // <https://www.kt.kz/kaz/state/n_r-s_ltanda.> 09.11.2020.

# 90 Астана экономикалық форумы // [https://economy.kz/kz/ Issledovanija\_instituta/Astaninskij\_ekonomicheskij\_forum/](https://economy.kz/kz/%20Issledovanija_instituta/Astaninskij_ekonomicheskij_forum/). 09.11.2021.

91 Астанинский экономический форум пройдет в июне 2023 года// <https://tass.ru/ekonomika/16659741>. 29.09.2022.

92 Съезд лидеров мировых и традиционных религий хронология // [https://www.gov.kz/memleket/entities/mfa-islamabad/press/news/.](https://www.gov.kz/memleket/entities/mfa-islamabad/press/news/.%20) 10.07.2022.

# 93 Расходы республиканского бюджета РК на ЭКСПО-2017 // [https: //ranking.kz/reviews/banking-and-finance/rashody-respublikanskogo.](https://ranking.kz/reviews/banking-and-finance/rashody-respublikanskogo-byudzheta-rk-na-ekspo-2017.html) 19.07.2022.

94 Что получил Казахстан от ЭКСПО? // [https://kapital.kz/economic/ 62882/chto-poluchil-kazakhstan-ot-ekspo.html](https://kapital.kz/economic/%2062882/chto-poluchil-kazakhstan-ot-ekspo.html). 05.07.2021.

# 95 Влияние EXPO-2017 на внешнюю политику РК и на имидж РК за рубежом // <https://yvision.kz/post/833943?category=Политика>. 16.05.2022.

96 Қазақстан туризмі 2017-2021: стат. жин. / Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігі – Нұр-Сұлтан, 2022. – 65 б.

97 Қазақстан Ұлттық Банкі. Төлем балансы // <https://nationalbank.kz/> kz/news/platezhnyy-balans-vn-sektora. 15.04.2023.

98 Трушева Ш.А. Іскерлік туризмнің дамуы – туризм индустриясын өркендету бағыттарының бірі // Хабаршы ЕҰУ. – 2017. – №3(118), бөл. 1. – Б. 549-554.

99 10 лучших ресторанов Алматы по мнению иностранцев // <https://pandaland.kz/articles/restorany/almaty/10-luchshih-restoranov.> 17.10.2021.

100 Международные аэропорты Казахстана // [https://aviateka.su/ kazakhstan-int-airports](https://aviateka.su/%20kazakhstan-int-airports). 11.10.2022.

101 Сколько у казахстанских перевозчиков самолетов и сколько в стране аэропортов // <https://tengritravel.kz/around-the-world/skolko.> 23.02.2022.

102 Аэропорт Астаны получил престижную международную награду // <https://informburo.kz/novosti/aeroport-astany-polucil-prestiznuyu.> 16.03.2023.

103 Железнодорожный вокзал // [https://informburo.kz/.](https://informburo.kz/.%20) 12.11.2022.

# 104 Крупнейшие столичные конгресс-центры: где провести мероприятие? // <https://informburo.kz/special/krupneyshie-stolichnye-kongress-centry.> 14.07.2022.

### 105 Лучшие площадки города Алматы // <https://squares.kz/result>? sptype= Конференц-зал&city=Алматы. 19.10.2022.

106 Лучшие площадки города Астана // https://squares.kz/result?sptype= Конференц-зал&city=Астана. 19.10.2022.

107 Международная выставочная компании «Атакент-Экспо» //<https://www.atakentexpo.kz/>. 09.08.2022.

108 Как будет выглядеть Конгресс-центр на «Атакенте» // https:// tengrinews.kz/kazakhstan\_news/budet-vyiglyadet-kongress-tsentr. 21.10.2022.

109 Трушева Ш.А., Сыздыкбаева Б.У. Қазақстандағы іскерлік туризмнің қазіргі жағдайын талдау // Жаһандану жағдайында жаңа индустриялдану-Қазақстанның экономикалық өсуінің драйвері: 9-ы Астана экономикалық форумы аясындағы жас ғалым. халық. ғыл. конферен. матер. – Астана, 2016. –Б. 303-307.

110 Трушева Ш.А. Анализ сильных и слабых сторон, возможностей и угроз развития делового туризма в Казахстане // XIX-Сатпаевские чтения: матер. междунар. науч. конф. – Павлодар, 2019. – С. 242-255.

111 Близоруков М.Г. Количественные методы анализа многомерных величин: учеб. пос. – Екатеринбург: Изд-во Урал.ун-тa, 2009. – 124 с.

112 Trusheva Sh., Abdramanova G., ZHakupov A. et al. Assessment of the impact of regional characteristics and the development of event tourism on business tourism in the Republic of Kazakhstan based on clusterization and a regression model // Journal of Envirenmental Management and Tourism. – 2022. – Vol. 13, Issue 4 (60). – P. 985-994.

113 Орлов А.И. Экспертные оценки: учеб. пос. – М.: ИВСТЭ, 2002. – 378 с.

# 114 Гитис Л.Х. Статистическая классификация и кластерный анализ. – М.: Изд-во Москов. гос. горн. ун-та, 2003. – 157 с.

115 Саати Т. Принятие решений. Метод анализа иерархий / пер. с англ. – М.: Радио и связь, 1993. – 278 с.

116 Kimes S. The basics of yield management // The Cornell HRA Quartery. –2009. – Vol. 30, Issue 3. – P. 46-55.

117 Алматы станет культурной и туристской столицей ШОС на 2023-2024 годы // <https://www.inform.kz/ru/almaty-stanet-kul-turnoy-i-turistskoy.> 04.04.2023.

118 Гуляев В.Г. Мультипликативный эффект в туризме // Вестник РМАТ. – 2011. – №3(3). – С. 58-69.

# 119 Мировой туризм вернется к допандемийному уровню только в 2024 году или позднее // <https://www.atorus.ru/node/49606>. 17.10.2022.

120 Годовой отчет за 2021 / Акционерное общество «Национальная компания «Kazakh Tourism» // <https://qaztourism.kz/upload/iblock.> 22.11.2022.

121 Трушева Ш.А., Тлеубаева А.Т,. Сартова Р.Б., т.б. Қазақстанда MICE туризм саласындағы саясатты кластерлік тәсіл мен регрессиялық модель негізінде іске асыруды бағалау // ҚР ҰҒА хабаршысы. Экономика. – Алматы, 2023. – №3(403) – Б.558 -577.

**ҚОСЫМША А**

Авторлық куәліктер

«Іскерлік туризм іс-шараларының жиынтық жіктелуі» атты авторлық куәлік



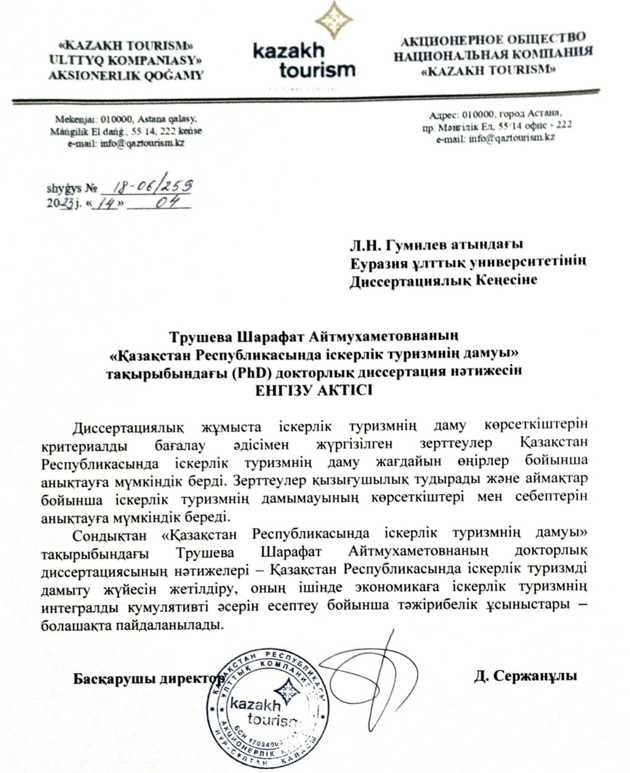
«Іскерлік туризм қызметінің құрылымдық моделі» атты авторлық куәлік

Изображение выглядит как диаграмма

Автоматически созданное описание

**ҚОСЫМША Ә**

Ғылыми-зерттеу нәтижелерін енгізу туралы акт



**ҚОСЫМША Б**

Қазақстанда өткен маңызды оқиғалардың тізімі

Кесте Б.1 – Қазақстанда өткен ірі халықаралық саяси және спорттық шаралардың жиынтық тізімі

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Шара атауы | Өткізілу орны | Күні | Қатысқан шет ел мемлекеттері | Қорытынды | Іскерлік туризмнің дамуына оң әсері |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Өңіраралық ынтымақтас-тық форумы | Қазақстан мен Ресейдің шекаралас қалаларында | 2004 ж. бастап  жыл сайын | Қазақстан, Ресей прези денттері және шекаралас аймақ басшылары | Аймақ басшылары арасында тиімді келі сім шарттар жасалды | Өңірлер және мемлекеттер ара сында іскерлік, мәдени және ғылы ми байланыстар да нығайды |
| Еуропадағы Қауіпсіздік және Ынтымақ тастық Ұйымының саммиті (ЕҚЫҰ) | Астана | 1-2 желтоқ-сан 2010ж. | 56 елдің үкіметі мен мемлекет басшылары | Астана деклара циясы қабылданды | Қазақстанның дү ниежүзілік арена дағы саясатының дұрыстығы жағы нан беделі жоғары екендігін көрсетті және жалпы туризмнің дамуы на әсерін тигізді |
| Астана экономика-лық форумы (АЭФ) | Астана | 2008 ж. бастап,  мамыр | 100-ге жуық ел өкілдері | Әлемдік дағдарысқа қарсы жоспар тұжырымдамасы қабылданды | Жыл сайын өткі зіледі. Іскерлік туризмнің дамуы на тікелей ықпалы бар. Астананың MICE орталық ре тінде даму имид жін арттырады |
| VII Қысқы Азия Ойындары немесе Азиада 2011 | Алматы және Астана | Қаңтар мен ақпан 2011ж. | 45 ел спортшылары | Қазақстан 70 медаль оның ішінде 32 «алтын» | Әлемдік аренада мемлекеттің авто ритетін нығайта ды, танымдылығы артады |
| «Ядролық қарусыз әлем» форумы | Астана | 2011ж. | ЕврАзЭс, МАГАТЭ, ОБСЕ, ОДВЗЯИ, ОДКБ, ООН, ШОС и ЮНЕСКО сияқты әлемнің беделді ұйым дары өкілдері және 400 ден аса әлем елде рінің өкілдері | Жаһандық ядролық қаруды жоюға шақыратын декларация қабылданды | Іскерлік туризмнің негізін қалауға алғышарт болатын форум.  Әлем бойынша ел дің танымалдылы ғын арттырып, интеграциялық үрдіске шоғырлан дырады |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Б.1-кестенің жалғасы | | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Ирандық ядерлы бағдарлама бойынша келіссөз | Алматы | Ақпан 2013 ж. | 5ел БҰҰ-ның тұрақты мүшеле рі қатысты (Ресей, Қытай, АҚШ, Франция, Ұлыбритания) | Қазақстан келіссөзге қатысқан жоқ, модератор ретінде болды | Әлемдік аренада мемлекеттің авторитетін нығайтады, танымдылығы артады |
| Ауыр атлетика бойынша әлем чемпионаты | Алматы | Қараша 2014 ж. | 72 елден 538 спортшы қатысты | Қазақстан командалық есепте 3 орын 3 алтын, 2 күміс медаль | Елдің жағымды туристік имиджін қалыптастыруға септігін тигізеді |
| Әлемдік және дәстүрлі дін лидерлерінің съезді | Астана | 2003 ж. бастап  3 жылда бір рет | Еуропа, Азия, Таяу Шығыс және Америка елдерінен 35 ел өкілдері | Декларация қабылданды. Бірігіп келешекте қоғамдағы тұрақтылықты сақтап қалу | Елдер арасында іскерлік, мәдени-ғылыми байланыстарды дамытуға маңызды рөл атқарды |
| Сириядағы жағдайды реттеу бойынша келіссөз | Астана | Қаңтар 2017 ж. | Сирия, Ресей, Иран, Түркия. 320 шетел және 120 Қазақстандық БАҚ өкілдері | Сириялық мәсе лелерді тоқтату бойынша гарант елдер - Ресей, Иран, Түркия, бақы лау механизмін жасауды келісті | Әлемдік аренада мемлекеттің авторитетін нығайтады, танымдылығы артады |
| Универсиада -2017 (28-ші Халықаралық студенттік қысқы ойындар) | Алматы | 2017 ж. | 57 ел өкілдері. 12 ойын түрі. 2000 спортшылар. | Ең үлкен делегация-мен келген команда Қытай, Ресей, АҚШ және Канада | Танымдылы-ғын кеңейтеді, әлемдік аренада Қазақстанның туристік тартымдылығын арттырады, мемлекеттің қонақжайлылы ғын көрсетеді |
| EXPO – 2017 | Астана | 10 шілде -10қыр-күйек 2017ж. | 100 ел, 10-нан астам халықа ралық ұйымдар, инновациялық технологиялар бойынша көшбасшы компаниялар | Көрмеге 110 ел қатысады, 5 млн. келіп кетуші, оның 85% Қазақстандықтар ал 15% шетелдіктер | Көрмелік объекті лердің құрлысы на инвестиция лар тартылды, Сыртқы экономи калық байланыс нығайды. Салынған ғима раттар болашақта ауқымды халықа ралық көрмелік |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Б.1-кестенің жалғасы | | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|  |  |  |  |  | және ақпарат тық-презента циялық алаң ретінде қарауға мүмкіндік береді |
| «Global Silk Road» Жібек жолы елдері қалаларының мэрлер форумы | Астана | 2-3 шілде 2018 ж. | 60-тан астам елден 30-дан астам мэрлер мен 2 000 делегат | Сауда, биз нес, инвести ция және мәдени алма су мүмкін діктерін ашу үшін іс-шара болып табы лады. ынтымақтасты, интегра ция, экспорт ты дамыту дың практи калық құрал дарын талқылаиды. | Әлемдік аренада мемлекеттің авторитетін нығайтады, танымдылығы артады |
| Жоғарғы Еуразиялық экономика-лық кеңестің отырысы | Нұр-Сұлтан қ. | 29 мамыр 2019 ж. | Ресей  Беларусь  Армения  Қарғыз елдерінің президенттері | Құрылғанына 5 жыл толуына байланысты, есеп беру және жос пар: ұйым ішіндегі сауда-саттық ты 30%-ға өсіру | Шараның ұйымдастыры-луы, логисти касы, басқары луының жоғар ғы деңгейі болашақ туризм деңгейінің дамуына кепіл |
| Қала туризмінің дамуы бойынша ЮНВТО-ның 8 сессия саммиті «Ақылды қала, ақылды дестинация» | Нұр-Сұлтан қ.  Тәуелсіздік сарайы | 9 қазан 2019 ж. | Анкара, Бангкок, Хельсинки, Казань, Самарканд, Ташкент, Таллина, Исламабада, Хельсинки – мэрлері, 700 делегат, 30 елден | Қазақстанның Астана, Алматы қалаларындағы туризмді дамыту бойынша Smart city, цифрлы технологияларды, логистика | Астана, Алматы қалаларында «24-48-72» сағаттық туристік ұсынымдарын жетілдіру. 24/4 режимінде қызмет көрсету арқылы Қазақстанның табысы |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Б.1-кестенің жалғасы | | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| PTM 2019  Азия-Тынық мұхит өңірі халықаралық туристік көрме – PATA Travel Mart | Нұр-Сұлтан қ.  «Көрме» | 18-20 қыр-күйек | 63 елден, 1200 делегат | Көрме, Нетворкинг платформа, іскерлік форумдар туристік саланы дамытуға арналды | ҚР мәдениет және спорт министрлігі мен РАТА ассоциациясы арасында, Қазақстанның ассоцияция мүшелігіне енуі бойынша келісім жасалды |
| Азиядағы өзара ықпал дастық және сенім шара лары жөнін дегі кеңестің VI саммиті | Астана қ. | 12-13 қазан,  2022 ж. | 11 ел басшылары және 50-ге жуық делегация | Геосаяси жағдайдағы азық-түлік қауіпсіздігі талқыланды |  |
| Ескертпе – Бұқара ақпарат құралдарын контент талдау жүргізу арқылы автормен құрастырылған | | | | | |

Кесте Б.2 – Қазақстан өңірлерінде 2023 жылы өткізілетін халықаралық көрмелер мен конференциялар тізімі

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Көрмелер | | | | | | | | | | | |
| көрмелер атауы | | тақырыбы | | күні | | қала | орны | | мақсатты қатысушылар | | |
| 1 | | 2 | | 3 | | 4 | 5 | | 6 | | |
| Central Asia HomeTextile 2023 - | | Үй текстилінің халықаралық көрмесі | | 19-22 ақпан | | Алматы | КО Атакент | |  | | |
| [Выставка фран шиз Астана 2023](https://expomap.ru/expo/vystavka-franshiz-astana/) | | Франшиза көрмесі | | 28 ақпан | | Астана | х | |  | | |
| [Kazakhstan Security Systems 2023](https://expomap.ru/expo/kazakhstan-security-systems/) | | Қауіпсіздік және азаматтық қорғау жөніндегі халықаралық көрме | | 5-6 наурыз | | Астана | ХКО «EXPO» | |  | | |
| [Выставка франшиз Алматы 2023](https://expomap.ru/expo/vystavka-franshiz-almaty/) | | Франшиза көрмесі | | 2 наурыз | | Алматы | х | |  | | |
| [United Proper ty Expo. Шым кент 2023](https://expomap.ru/expo/united-property-expo-shymkent/) | | Шетел жылжымайтын мүлік көрмесі | | 10-11 наурыз | | Шымкент | х | |  | | |
| [Central Asia Fashion (CAF). Весна 2023](https://expomap.ru/expo/central-asia-fashion/) | | Халықаралық сән көрмесі | | 13-15 наурыз | | Алматы | КО Атакент | | 150+ | | |
| Б.2-кестенің жалғасы | | | | | | | | | | | |
| 1 | | 2 | | 3 | | 4 | 5 | | 6 | | |
| [Homedeco 2023](https://expomap.ru/expo/homedeco/) | | Үй текстилінің ха лықаралық көрмесі | | 13-15 наурыз | | Алматы | КО Атакент | |  | | |
| [Lift Expo Kazakhstan 2023](https://expomap.ru/expo/lift-expo/) | | Лифттер, эскалотор лар және көтеру құ ралдарының халы қаралық көрмесі | | 29-31 наурыз | | Алматы | х | |  | | |
| [AtyrauBuild 2023](https://expomap.ru/expo/atyraubuild/) | | Солтүстік-Каспий өңірі құрылыс көрмесі | | 5-7 сәуір | | Атырау | х | |  | | |
| [Global Oil & Gas Atyrau 2023](https://expomap.ru/expo/global-oil-gas-atyrau/) | | Мұнай газ саласы ның маманданды рылған көрмесі | | 5-7 сәуір | | Атырау | х | |  | | |
| KITF 2023 | | 21-ші Қазақстан дық халықаралық туристік көрме | | 19-23 сәуір | | Алматы | КО Атакент | | 4766+ | | |
| [MinTech Павлодар 2023](https://expomap.ru/expo/mintech-pavlodar/) | | Тау-кен, металлур гия, көмір және энергетика өнеркәсі бінің жабдықтары мен технологияла рының халықара лық көрмесі | | 24-26 мамыр | | Павлодар | х | |  | | |
| [MinTech Өскемен 2023](https://expomap.ru/expo/mintech-ust-kamenogorsk/) | | Тау кен техноло гиясы, металлургия, металл өңдеу, көмір және энергетика өнеркәсіптік құрыл ғылары бойынша халықаралық көрме | | 30 мамыр -1 маусым | | Ақтөбе | х | | 100+ | | |
| [KADEX 2023](https://expomap.ru/expo/kadex/) | | Қаруланы және әскери-техникалық жарақ | | 7-10 маусым | | Астана | КО Көрме | |  | | |
| [Mining Week Kazakhstan 2023](https://expomap.ru/expo/mining-week-kazakhstan/) | | Тау-кен металлур гия кешеніне және жер қойнауын ұтым ды пайдалануға арнал ған техноло гиялар мен жабдық тардың халықара лық көрмесі | | 27-29 маусым | | Қарағанды | х | |  | | |
| TravelExpo Astana 2023 (Astana Leisure) | | Қазақстандық халықаралық туристік көрме | | 4-6 қазан | | Астана | КО Көрме | | 100+ | | |
| Конференциялар | | | | | | | | | | | |
| Даунстрим Казахстан и Центральная Азия 2023 | | Техникалық визит конференциясы | | 1-3 мамыр | | Атырау | х | | 150+ | | |
| Б.2-кестенің жалғасы | | | | | | | | | | |
| 1 | 2 | | 3 | | 4 | | | 5 | | 6 |
| [Mining & Metallurgy Congress (АММ) 2023](https://expomap.ru/conference/mining-metallurgy-congress-amm/) | Халықаралық тау-металлургиялық конгресс | | 14-15 маусым | | Астана | | | х | | х |
| [Astana Mining & Metallurgy Congress (АММ) 2023](https://expomap.ru/conference/astana-mining-metallurgy-congress-amm/) | Халықаралық тау-металлургиялық конгресс | | 15-16 маусым | | Астана | | | х | | х |

**ҚОСЫМША В**

Қазақстан аймақтарындағы орналастыру орындарының көрсеткіштері

Кесте В.1 – Қазақстан аймақтарында санаттары бойынша орналастыру орындарын бөлу, 2022 жыл бойынша

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Аймақ | 5-жұлдызды | 4-жұлдызды | 3-жұлдызды |
| Қазақстан Республикасы | 25 | 58 | 48 |
| Ақмола | х | 7 | 7 |
| Ақтөбе | х | 7 | 7 |
| Алматы | х | 2 | - |
| Атырау | 3 | 3 | 4 |
| Батыс Қазақстан | - | 1 | 1 |
| Жамбыл | 1 | 3 | 2 |
| Қарағанды | 1 | 2 | 2 |
| Қызылорда | - | 4 | 3 |
| Маңғыстау | 3 | 1 | 2 |
| Павлодар | - | - | - |
| Солтүстік Қазақстан | - | 1 | - |
| Түркістан | - | - | - |
| Шығыс Қазақстан | 1 | 1 | 4 |
| Астана қаласы | 6 | 12 | 7 |
| Алматы қаласы | 8 | 12 | 7 |
| Шымкент қаласы | 2 | 2 | 2 |
| Ескертпе – ҚР ҰСБ бюросы деректерінің [96] негізінде автор құрастырған | | | |

Кесте В.2 – Облыстар бойынша 2018-2022 жылдары орналастыру орындарының саны және біржолғы сиымдылығы

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Аймақ | Көрсеткіштер | 2018 жыл | 2019 жыл | 2020 жыл | 2021 жыл | 2022 жыл |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| Абай | Орналастыру орындарының саны | - | - | - | - | 325 |
| Орналастыру орында рының бір жолғы сыйымдылығы | - | - | - | - | 17609 |
| Ақмола | Орналастыру орындарының саны | 287 | 370 | 311 | 341 | 340 |
| Орналастыру орында рының бір жолғы сыйымдылығы | 12562 | 13573 | 12742 | 15040 | 14475 |
| Ақтобе | Орналастыру орындарының саны | 102 | 105 | 97 | 100 | 99 |
| Орналастыру орында рының бір жолғы сыйымдылығы | 4725 | 4848 | 4902 | 5421 | 5503 |
| В.2-кестенің жалғасы | | | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| Алматы | Орналастыру орындарының саны | 515 | 540 | 539 | 567 | 241 |
| Орналастыру орында рының бір жолғы сыйымдылығы | 25786 | 26824 | 27745 | 28758 | 12937 |
| Атырау | Орналастыру орындарының саны | 91 | 100 | 101 | 106 | 131 |
| Орналастыру орында рының бір жолғы сыйымдылығы | 4668 | 5146 | 5360 | 5582 | 7021 |
| Батыс Қазақстан | Орналастыру орындарының саны | 74 | 67 | 73 | 76 | 84 |
| Орналастыру орында рының бір жолғы сыйымдылығы | 3011 | 3513 | 3633 | 4167 | 4430 |
| Жамбыл | Орналастыру орындарының саны | 178 | 185 | 185 | 191 | 212 |
| Орналастыру орында рының бір жолғы сыйымдылығы | 3884 | 5750 | 5986 | 6311 | 6893 |
| Жетісу | Орналастыру орындарының саны | - | - | - | - | 346 |
| Орналастыру орында рының бір жолғы сыйымдылығы | - | - | - | - | 16696 |
| Қарағанды | Орналастыру орындарының саны | 253 | 250 | 247 | 247 | 241 |
| Орналастыру орында рының бір жолғы сыйымдылығы | 11997 | 11824 | 11944 | 11760 | 11875 |
| Қостанай | Орналастыру орындарының саны | 139 | 141 | 138 | 141 | 141 |
| Орналастыру орында рының бір жолғы сыйымдылығы | 6417 | 6063 | 6066 | 5689 | 5735 |
| Қызылорда | Орналастыру орындарының саны | 98 | 108 | 112 | 119 | 133 |
| Орналастыру орында рының бір жолғы сыйымдылығы | 2115 | 3467 | 3510 | 3593 | 3863 |
| Маңғыстау | Орналастыру орындарының саны | 82 | 92 | 91 | 97 | 99 |
| Орналастыру орында рының бір жолғы сыйымдылығы | 5204 | 5811 | 6822 | 7174 | 7445 |
| Павлодар | Орналастыру орындарының саны | 97 | 112 | 114 | 111 | 134 |
| Орналастыру орында рының бір жолғы сыйымдылығы | 7115 | 8374 | 8427 | 8156 | 9079 |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| В.2-кестенің жалғасы | | | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| Солтүстік Қазақстан | Орналастыру орындарының саны | 112 | 119 | 114 | 116 | 125 |
| Орналастыру орындарының бір жолғы сыйымдылығы | 4940 | 5535 | 5626 | 5683 | 6044 |
| Түркістан | Орналастыру орындарының саны | 148 | 164 | 175 | 204 | 220 |
| Орналастыру орын дарының бір жолғы сыйымдылығы | 5912 | 7680 | 7410 | 8330 | 8706 |
| Ұлытау | Орналастыру орындарының саны | - | - | - | - | 24 |
| Орналастыру орын дарының бір жолғы сыйымдылығы | - | - | - | - | 480 |
| Шығыс Қазақстан | Орналастыру орындарының саны | 537 | 576 | 562 | 587 | 320 |
| Орналастыру орын дарының бір жолғы сыйымдылығы | 31917 | 33629 | 34176 | 35315 | 19630 |
| Астана қаласы | Орналастыру орындарының саны | 213 | 208 | 212 | 212 | 229 |
| Орналастыру орын дарының бір жолғы сыйымдылығы | 14584 | 13902 | 14192 | 14815 | 15551 |
| Алматы қаласы | Орналастыру орындарының саны | 286 | 339 | 335 | 350 | 384 |
| Орналастыру орын дарының бір жолғы сыйымдылығы | 19426 | 20669 | 20553 | 21838 | 24043 |
| Шымкент қаласы | Орналастыру орындарының саны | 106 | 116 | 108 | 121 | 142 |
| Орналастыру орын дарының бір жолғы сыйымдылығы | 4340 | 4593 | 4525 | 5398 | 5516 |
| *Қазақстан бойынша* | *Орналастыру орындарының саны* | *3322* | *3592* | *3514* | *3686* | *3970* |
| *Орналастыру орын дарының бір жолғы сыйымдылығы* | *168603* | *181201* | *183 619* | *193030* | *203531* |

**ҚОСЫМША Г**

Іскерлік туризмнің жай-күйін анықтау сауалнамасы

Құрметті респондент!

Докторлық диссертация (PhD) аясындағы зерттеулер барысында Қазақстандағы іскерлік туризмнің жай-күйі бойынша сұрақтар туындады. Осыған орай Сізге өңірдегі іскерлік туризмді дамыту туралы бірқатар сұрақтарға жауап беру ұсынылады. Сіздің жауаптарыңыз арнайы бағдарламалық қамтамасыз етуді пайдалана отырып өңделеді. Жауаптарыңыз үшін алдын ала рахмет!

Анкета

Уважаемый респондент!

В ходе исследований в рамках докторской диссертации (PhD) возникли вопросы по состоянию делового туризма в Казахстане. В связи с этим Вам предлагается ответить на ряд вопросов о развитии делового туризма в регионе. Ваши ответы будут обработаны с использованием специального программного обеспечения. Заранее благодарим Вас за ответы!

Қай өңірден екеніңізді көрсетіңіз/ Укажите, пожалуйста, ваш регион

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. Сіздің жасыңыз/ Ваш возраст:

– 39 жасқа дейін/ до 39 лет;

– 40-55 жас/40-55 лет;

– 55 жастан асқан/старше 55 лет.

1. Сіздің жынысыңыз/Ваш пол:

– ер/мужчина;

– әйел/женщина.

1. Қазақстан туристік саласында іскерлік туризмнің маңыздылығын (рөлін) қалай бағалайсыз? (маңыздылығын 5-балдық шкала бойынша бағалаңыз, мұндағы 1 – маңызды емес сипаттама, 5 – өте маңызды сипаттама)/Как Вы оцениваете значение (роль) делового туризма в туристской отрасли Казахстана? (оцените важность по 5-бальной шкале, где 1 – неважная характеристика, 5 –очень важная характеристика):

– 1 – мүлдем маңызды емес/совсем не имеет значения;

– 2 – маңызды/имеет значение;

– 3 – керісінше елеулі маңыздылау/скорее имеет важное значение;

– 4 – бұл елеулі маңызды/имеет важное значение;

– 5 – бұл өте елеулі маңызды/имеет очень важное значение.

1. Іскерлік туризм дамуында Сіз қандай мәселелерді байқадыңыз?/Какие проблемы в развитии делового туризма Вы видите?

* сыбайлас жемқорлықтың жоғары деңгейі/высокий уровень коррупции;
* жеке сектордағы бизнес-құзыреттердің тапшылығы/дефицит бизнес-компетенций в частном секторе;
* бизнестің жеткіліксіз дайындығы /недостаточная готовность бизнеса;
* қаражатты мақсатсыз пайдалану /нецелевое использование средств;
* кадрларды даярлау деңгейінің жеткіліксіздігі/недостаточный уровень подготовки кадров;
* сауатты ақпараттық-талдамалық сүйемелдеудің болмауы/отсутствие грамотного информационно-аналитического сопровождения;
* ортақ мақсаттың болмауы /отсутствие общей цели;
* серіктестіктің болмауы /отсутствие партнерских отношений;
* бизнес-ортаның мемлекетке деген сенімінің болмауы/отсутствие у бизнес-среды доверия к государству;
* әлсіз қаржыландыру /слабое финансирование.

1. MICE бағыттарының қайсысы Қазақстанда жақсы дамыған?/Какое из направлений MICE в Казахстане хорошо развито?

* meetings – келіссөздер, бизнес-кездесу/переговоры, бизнес-встречи
* incentives – тимбилдингтер, корпоративтер, оқу/тимбилдинги, корпоративы, обучение
* conferences – конференциялар, конгрестер, семинарлар/конференции, конгрессы, семинары
* exhibitions – көрмелер, имидждік шаралар/выставки, имиджевые мероприятия

1. Сіздің ойыңызша, Қазақстанда іскерлік туризмді дамыту қандай секторларға ықпал етеді?/Чему способствует, на Ваш взгляд развитие делового туризма в Казахстане?

– іскерлік туризмдегі білім беру және ғылыми-зерттеу ортасын жандандыру/активизация образовательной и научно-исследовательской среды в деловом туризме;

– іскерлік туризмде серіктестіктерді құру және дамыту/построение и развитие партнерских отношений в деловом туризме;

– инвестиция тарту/привлечение инвестиций;

– іскерлік туризмнің инфрақұрылымын дамыту/развитие инфраструктуры делового туризма;

– іскерлік туризмнің маркетингтік стратегиясын әзірлеу және ілгерілету/разработка и продвижение маркетинговой стратегии делового туризма;

– іскерлік туризмнің жаңа өнімдерін әзірлеу/разработка новых продуктов делового туризма;

– инновацияны дамыту/содействие инновациям;

– адами ресурстарды дамытуға жәрдемдесу/содействие развитию человеческих ресурсов;

– ортақ мақсаттарға қол жеткізуге бағытталған бірлескен орта құру/создание совместной среды, направленной на достижение общих целей;

– жұмыспен қамтуды арттыру/увеличение занятости;

– бизнес ортаны жақсарту/улучшение бизнес среды.

1. Қазақстандағы іскерлік туризмдегі білім беру және ғылыми кеңістігін қалай бағалайсыз?/Как Вы оцениваете уровень образовательного и научного пространства делового туризма в Казахстане?

– төмен/низкий;

– қанағаттанарлық/удовлетворительный;

– жеткілікті/достаточный;

– орташа/средний;

– жоғары/высокий.

8. Қазақстанның іскерлік туризм саласындағы кадрлық әлеуетін қалай бағалайсыз?/Как Вы оцениваете кадровый потенциал делового туризма Казахстана?

– төмен/низкий;

– орташа/средний;

– орташадан жоғары/выше среднего;

– жоғары/высокий.

9. Іскерлік туризм нарығындағы өзара қатынасы мен ынтымақтастығының басым түрлерін көрсетіңіз/Укажите приоритетные виды взаимодействия и сотрудничества на рынке делового туризма:

– нарықтағы компаниялар арасында/между компаниями на рынке;

– компаниялар мен мемлекеттік ұйымдар арасында/между компаниями и государственными организациями;

– компаниялар мен ғылыми-зерттеу институттары арасында/между компаниями и исследовательскими институтами;

– компаниялар мен білім беру мекемелері арасында/между компаниями и образовательными учреждениями;

– компаниялар мен қаржы институттары арасында/между компаниями и финансовыми институтами;

– туристік кластер мен басқа кластерлер арасында /между туристским кластером и другими кластерами.

1. Сіздің аймағыңызда орналастыру орындары жеткілікті ме?/Достаточно ли в Вашем регионе средств размещения?

– жеткіліксіз/недостаточно;

– жеткілікті/достаточно;

– жаңалары қажет/необходимы современные;

– басқалар/другое.

1. Орналастыру орындарының жаңа түрлерін ашу қажеттігі бар ма?/Существует ли необходимость открытия новых видов средств размещения?

– жоқ/нет;

– хостелдер/хостелы;

– эконом кластағы қонақ үйлер/гостиницы эконом класса;

– VIP қонақтарды орналастыру орындары/Средства размещения VIP гостей;

– Бизнес отельдер/Бизнес-отели.

12. Сіздің аймағыңызда жаңа тамақтану орындарын ашу қажеттігі бар ма?/Существует ли необходимость открытия новых предприятий питания в Вашем регионе?

– жоқ/нет;

– жылдам тамақтану орындары/предприятия быстрого питания;

– кішігірім жайлы кафелер (жақсы ас мәзірімен)/небольшие уютные кафе (с хорошей кухней);

– мамандандырылған кафе мен мейрамханалар/специализированные кафе и рестораны.

13. Іскерлік кездесуді, халықаралық деңгейдегі шараларды, конгрестерді өткізу объектілері Қазақстанда жеткілікті ме?/Достаточно ли в Казахстане объектов для проведения деловых встреч, мероприятий на международном уровне, конгрессов?

– өңірлерде жеткілікті/в регионах достаточно;

– өңірлерде жеткіліксіз/в регионах не достаточно;

– Астанада жеткілікті /в Астане достаточно;

– Алматыда жеткілікті/в Алматы достаточно;

– Астанада жеткіліксіз/в Астане не достаточно;

– Алматыда жеткіліксіз /в Алматы не достаточно.

14. Бос уақытты өткізетін (көңіл көтеретін индустрия: кинотеатры, театрлар, цирк, гольф-клубтар, саябақтар, аквапарктер, түнгі клубтар, спорттық және сауықтыру орталықтары, мұз айдындары және т.б.) Қазақстанда жеткілікті ме?/Достаточно ли в Казахстане предприятий досуга (индустрии развлечения: кинотеатры, театры, цирк, гольф-клубы, парки, аквапарки, ночные клубы, спортивные и оздоровительные центры, катки и пр.)?

– өңірлерде жеткілікті/врегионах достаточно;

– өңірлерде жеткіліксіз/врегионах не достаточно;

– Астанада жеткілікті /в Астане достаточно;

– Алматыда жеткілікті/в Алматы достаточно;

– Астанада жеткіліксіз/в Астане не достаточно;

– Алматыда жеткіліксіз /в Алматы не достаточно.

*Зерттеуге қатысқаныңыз үшін рахмет!/Благодарим Вас за участие в опросе!*

**ҚОСЫМША Ғ**

Кесте Ғ.1 – Іскерлік туризмді жетілдіру бойынша сауалнама сұрақтары

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Әсерлер/Эффекты | 1 = мүлдем келіспей мін/катего рически не согласен | 2 =  келіс-пей-мін/ не согла сен | 3 = шеше алмай мын/  не могу решить | 4 = келі семін/  согла сен | 5= толы-ғымен келісемін/ полностью согласен |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 1. Қазақстанда іскерлік туризмді дамыту экономикалық дамуға ықпал етеді /Развитие делового туризма в Казахстане способствует экономическому развитию |  |  |  |  |  |
| 2. Қазақстанда іскерлік туризмді дамыту ішкі және шетелдік капитал ағынын туғыза отырып, әл-ауқатты арттырады/Развитие делового туризма в Казахстане увеличивает благосостояние, вызывая приток иностранного капитала |  |  |  |  |  |
| 3. Қазақстанда іскерлік туризмді дамыту іскерлік туризмге инвестициялардың ұлғаюын қамтамасыз етеді/Развитие делового туризма в Казахстане обеспечивает увеличение инвестиций в деловой туризм |  |  |  |  |  |
| 4. Қазақстанда іскерлік туризмді дамыту жан басына шаққандағы табысты арттырады/Развитие делового туризма в Казахстане увеличивает доход на душу населения |  |  |  |  |  |
| 5. Қазақстанда іскерлік туризмді дамыту жұмысқа орналасу үшін жаңа мүмкіндіктер туғызуда/Развитие делового туризма в Казахстане создает новые возможности для трудоустройства |  |  |  |  |  |
| 6. Қазақстанда іскерлік туризмді дамыту іскерлік туризмді, инфрақұрылымын дамытуды қамтамасыз етеді/ Развитие делового туризма в Казахстане обеспечивает развитие делового туризма, его инфраструктуры |  |  |  |  |  |
| 7. Қазақстанға келетін туристерді сатып алу саудаға оң әсер етеді /Покупки туристов, посещающих Казахстан, положительно влияют на торговлю |  |  |  |  |  |
| 8. Іскерлік туризмді Қазақстан тұрғындары жұмыс істейді/В деловом туризме работают жители Казахстана |  |  |  |  |  |
| Ғ.1-кестенің жалғасы | | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 10. Развитие делового туризма в Казахста не вызовет рост цен на товары и услуги |  |  |  |  |  |
| 11. Іскерлік туризм Қазақстанның жер гілікті өнімдерін өткізуге ықпал ететін бо лады/ Деловой туризм будет способство вать сбыту местных продуктов Казахстана |  |  |  |  |  |
| 12.Іскерлік туризмнің оң әлеуметтік-мәде ни әсерлері/Положительные социокультур ные эффекты делового туризма |  |  |  |  |  |
| 13. Іскерлік туризм Қазақстан тұрғындарын әлеуметтік және мәдени тұрғыдан байытады/ Деловой туризм обогатит жителей Казахстана в социальном и культурном плане |  |  |  |  |  |
| 14. Іскерлік туризм Қазақстан тұрғындарының әртүрлі мәдениеттерден шыққан адамдарға қатысты дүниетанымын оң өзгертеді/ Деловой туризм положительно изменит мировоззрение жителей Казахстана по отношению к людям разных культур |  |  |  |  |  |
| 15. Іскерлік туризм нашарлайды / Деловой туризм будет ухудшаться |  |  |  |  |  |
| 16. Іскерлік туризм Қазақстандағы қылмыс деңгейін арттырады/ Деловой туризм увеличит уровень преступности в Казахстане |  |  |  |  |  |
| 17. Жергілікті халықтың құрылымы нашарлауда/Структура местного населения ухудшается |  |  |  |  |  |
| 18. Іскерлік туризм Қазақстанның табиғи, мәдени және тарихи мұрасын қорғауды қамтамасыз етеді/ Деловой туризм обеспе чит защиту природного, культурного и исторического наследия Казахстана |  |  |  |  |  |
| 19. Іскерлік туризм Қазақстандағы саябақ тар мен жасыл аймақтар санын арттырады/ Деловой туризм увеличит количество парков и зеленых зон в Казахстане |  |  |  |  |  |
| 20. Іскерлік туризм Қазақстанда экологиялық саланың дамуын қамтамасыз етеді/ Деловой туризм обеспечит развитие экологического сознания в Казахстане |  |  |  |  |  |
| Ескертпе – Іскерлік туризмінің әсерін 5 балдық шкала бойынша бағалаңыз/Оцените, пожалуйста, эффекты делового туризма по 5-балльной шкале | | | | | |

**ҚОСЫМША Д**

Кесте Д.1 – Қазақстан аймағының іскерлік туризм әлеуетінің төлқұжаты

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Көрсеткіштер | | | Баға |
| 1. Оқиға инфрақұрылымы | | |
| критерий | | критерийдің сипаттамасы және  бағалау принципі |
| 1 | | 2 | 3 |
| Мамандандырылған көрме және конгресс орталықтарының болуы | | Мамандандырылған көрме және конгресс орталықтарының саны |  |
| Мамандырылған конгресс-көрме нысандарын жаңғырту | | Есепті жылы аймақта жаңғыртылған объектілердің саны (объектінің сандық және сапалық параметрлерін елеулі жақсартуы ескеріледі) |  |
| 4\*, 5\*- қонақ үйлердің болуы | | Халықаралық және қазақстандық желілер қонақ үйлерінің саны |  |
| Сыйымдылығы 100 адамнан асатын залы бар бизнес-қонақ үйлерінің болуы | | Сыйымдылығы 100 адамнан асатын (театрдағыдай отыру) залы бар  қонақ үйлер саны |  |
| Ірі сауда-ойын-сауық орталықтарының болуы | | Қалада ірі сауда-ойын-сауық орталықтарының болуы (иә/жоқ) |  |
| 1. Іс-шараларды өткізу үшін дестинация ретінде аймақты жылжыту бағдарламасы | | |  |
| Аймақта брендтің болуы (туристік және іс-шаралық) | | Аймақтың/қаланың (туристік немесе іс-шаралық) ресми брендінің болуы  (иә/жоқ) |  |
| Бекітілген, аймақты жылжыту бағдарламалардың болуы | | Аймақ/қала әкімшілігі деңгейінде бекітіл ген аймақты туристік және/немесе іс-шара лық дестинация ретінде ілгерілету тұжы рымдамасының немесе бағдарлама сының болуы (иә/жоқ) |  |
| Шетелде аймақты ілгерілетудің болуы | | Өңір өкілдері стендтермен қатысқан шетелдегі халықаралық көрмелердің саны (өткен жылғы көрмелер саны) |  |
| Қазақстан нарығында аймақты ілгерілетудің болуы | | Аймақ өкілдері стендтермен қатысқан қаза қстандық көрмелердің саны/бағдарламаға қатысу (өткен 5 жылдағы көрмелер саны) |  |
| 1. Аймақтың оқиға индустриясы саласындағы саясаты және мамандандырылған үйлестіруші органдардың қызметі | | |  |
| Конгресс-бюроның болуы | | Ұқсас функцияларды орындайтын аймақтық конгресс-бюроның немесе ұйымның болуы (иә / жоқ) |  |
| Туристік-ақпараттық  орталықтар (ТАО) | | Өңірдегі туристік-ақпараттық орталықтардың саны |  |
| Оқиғалар индустриясын дамыту жөніндегі саясаттың болуы (бекі тілген аймақтық нормативтік  құжаттар, бағдарламалар) | | Өңірдің/қаланың әкімшілігі деңгейінде бекітілген өңірдегі оқиғалар индустриясын дамыту тұжырымдамасының немесе бағдарламасының болуы (иә/жоқ) |  |
| Д.1-кестенің жалғасы | | | |
| 1 | 2 | | 3 |
| Конгресс-көрме  индустриясын  өңірлік қолдау шараларының болуы | COVID-19 пандемиясына байланысты қабылданған және аймақтағы заңнамалық деңгейде бекітілген конгресс-көрме саласын қолдау шараларының болуы | |  |
| Көрме-жәрмеңке және конгресс қызметін бюджеттік қаржыландырудың болуы | Аймаққа тартылатын іс-шараларды қолдаудың қаржы құралдары (иә/жоқ) | |  |
| Өңірде КБ мүшелерінің болуы | Өңірдегі КБ мүшелерінің саны | |  |
| 4. Аймақта ірі халықаралық оқиғаларды өткізу тәжірибесі | | | |
| Соңғы 5 жылда өткізілген және  5 жылға жоспарланған ірі халықаралық оқиғалар | Ұлттық КБ және аймақтық КБ деректері. Бағалау кезінде халықаралық ауқымдағы ірі оқиғалар ескеріледі: Универсиадалар, әлем чемпионаттары, маңызды спорт чемпионаттары, маңызды мәдени оқиғалар, ШЫҰ, ЕАЭО халықаралық саммиттері мен форумдары және т.б.  Офлайн, онлайн және гибридті форматтағы іс-шаралар ескеріледі | |  |
| Соңғы 5 жылда өткізілген және алдағы 5 жылға жоспарланған халықаралық қауымдастық тардың іс-шаралары | Ұлттық КБ, аймақтық КБ деректері, ICCA дерекқоры. Ассоциативті кездесулер сегментіндегі оқиғалар бағаланады. Офлайн, онлайн және гибридті форматтағы іс-шаралар ескеріледі | |  |
| Соңғы 10 жылда тұрақты оқиғалардың болуы | Өңір әкімшілігінің, ҚР Ұлттық экономика министрлігінің ресми деректері, сондай-ақ Kazakh Tourism-ің деректері.  Ротациясыз өткізілетін тұрақты ірі оқиға лар бағаланады. Офлайн, онлайн және гибридті форматтағы іс-шаралар ескеріледі | |  |
| 5.Туристік әлеует | | | |
| Мәдени-тарихи әлеует: ЮНЕСКО-ның Бүкіләлемдік мұрасы | Аймақ аумағында ЮНЕСКО нысандарының болуы (иә/жоқ) | |  |
| Қазақстандағы киелі жерлер тізі міне енгізілген киелі нысандар | Қазақстандағы киелі жерлер тізіміне енгізілген нысандар саны | |  |
| Көлікке қол жетімділік (шетелдік қалаларға тікелей тұрақты әуе және теміржол қатынасы бар ) | Шет елдерге аймақтан тұрақты тікелей әуе және теміржол рейстері бар бағыттар саны | |  |