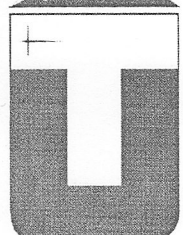


ТҰРАН



УНИВЕРСИТЕТИ

Қазақстан Республикасының
білім және ғылым министрлігі

«ТҰРАН»

УНИВЕРСИТЕТІНІҢ ХАБАРШЫСЫ

Ғылыми журнал

ВЕСТНИК УНИВЕРСИТЕТА

«ТУРАН»

Научный журнал

№ 2 (62)

2016

Алматы

Свидетельство № 9394-Ж от 22 июля 2008 г.
Министерство культуры и информации Республики Казахстан
Комитет информации и архивов

Собственник: учреждение
«Университет «Туран»

Выходит с января 1999 г.
один раз в квартал

НАУЧНО-РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

1. Алшанов Р.А. - ректор университета «Туран», д.э.н., профессор, академик Международной инженерной академии (**председатель совета**)
2. Исламгулова С.К. - проректор по науке и аккредитации университета «Туран», д.п.н. (**зам. председателя совета**)
3. Абишев А.А. - директор Международного института лидерства университета «Туран», д.э.н., профессор
4. Алиев У.Ж. - вице-президент корпорации «Туран», д.э.н., профессор
5. Александрова А.Ю. - профессор Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова (РФ), д.г.н.
6. Арупов А.А. - директор Института мировой экономики и международных отношений, д.э.н., профессор, академик МАИ
7. Аханов С.А. - председатель Совета Ассоциации финансистов Казахстана, д.э.н., профессор университета «Туран»
8. Баишев Ж.Н. - судья Верховного суда, к.ю.н., профессор университета «Туран»
9. Дан Джим - Государственный Пенсильванский университет (США), доктор PhD, профессор
10. Жапаров Б.А. - директор Архива Президента РК, д.т.н., профессор
11. Зоркальцев В.И. - Институт систем энергетики им. Л.А. Мелентьева СО РАН (РФ), д.т.н., профессор
12. Ержанов М.С. - президент Гильдии бухгалтеров и внутренних аудиторов, д.э.н., профессор
13. Есиркепов Т.А. - директор Института системных исследований казахстанского общества университета «Туран», д.э.н., профессор
14. Калимолдаев М.Н. - директор Института проблем информатики и управления МОН РК, д.ф.-м.н., профессор
15. Козлов В.В. - профессор Ярославского государственного университета им. П.Г. Демидова (РФ), д.психол.н.
16. Мукамбаева Г.А. - Кыргызский национальный университет им. Ж. Баласагына, д.ю.н., профессор
17. Петров П.С. - Великотырновский университет (Болгария), доктор PhD
18. Попков В.К. - профессор кафедры сетевых информационных технологий Новосибирского государственного технического университета (РФ), д.ф.-м.н.
19. Сатмурзаев А.А. - проректор по учебно-методической работе университета «Туран», д.э.н., профессор
20. Тазабеков К.А. - президент Казахстанской ассоциации маркетинга, профессор университета «Туран»

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

1. Алшанов Р.А. - **главный редактор**, ректор университета «Туран»
2. Исламгулова С.К. - **зам. главного редактора**, проректор по науке и аккредитации университета «Туран»
3. Алиев У.Ж. - вице-президент корпорации «Туран»
4. Сатмурзаев А.А. - проректор по учебно-методической работе университета «Туран»
5. Тазабеков К.А. - первый проректор университета «Туран»
6. Тусупова Л.А. - проректор по послевузовскому образованию и международному сотрудничеству, д.э.н., профессор университета «Туран»
7. Бычкова С.Ф. - член Конституционного совета Республики Казахстан, д.ю.н., профессор университета «Туран»
8. Бузело А.С. - зав. кафедрой журналистики и переводческого дела, к.филол.н.
9. Вуколов В.Н. - директор Научно-исследовательского института туризма университета «Туран», д.п.н., профессор
10. Гайтов А.А. - декан гуманитарно-юридического факультета, к.ю.н., доцент
11. Жанузакова Л.Т. - зам. директора Института системных исследований казахстанского общества университета «Туран», д.ю.н., профессор университета «Туран»
12. Камалов А.К. - зав. кафедрой международных отношений и регионоведения, д.и.н., профессор университета «Туран»
13. Курбатова Н.В. - **редактор**, руководитель редакционно-издательского отдела
14. Маргацкая Г.С. - декан экономического факультета, к.э.н., профессор университета «Туран»
15. Мусабекова Г.З. - зав. кафедрой языков, к.п.н., доцент
16. Нусупбекова Г.С. - декан факультета «Академия кино и телевидения», д.т.н., профессор университета «Туран»
17. Сисенова А.Т. - зав. кафедрой менеджмента, к.э.н., доцент
18. Успанова М.У. - зав. кафедрой маркетинга и сервиса, д.э.н., профессор университета «Туран»
19. Хамитова Д.М. - зав. кафедрой туризма и сервиса, к.э.н.

Университету «Туран» принадлежат исключительные права на перепечатку отдельных материалов, издание и коммерческое использование журнала

© Университет «Туран», 2014

УДК 331.5:37(574)

Дабылтаева Назым Есбергенқызы
э.ғ.к., доцент

Намазбаева Зауре Есенқұлқызы
аға оқытушы

Т.Рысқұлов атындағы Жаңа экономикалық Университеті

Іскерлік туризмнің әлемдік нарықтағы орны және оның даму тенденциялары

Түйінді сөздер: туризм, бизнес-туризм, іскерлік туризм, туристік нарық, туристік пакеттер, интенсив-туризм, турлар;

Ключевые слова: туризм, бизнес-туризм, деловой туризм, туристский рынок, рынок, турпакеты, интенсив-туризм, туры;

Keywords: urism, business tourism, tourist market, market, travel packages, tours ;

Халықаралық туризмнің экономика, мәдениет және әлеуметтік сала үшін маңыздылығын асыра бағалау мүмкін емес. Онымен тікелей немесе жанама шамамен 30 сала байланысты, оның үлесіне әлемдік экспорттың 8 %, әлемдік қызметтер нарығының 31 % , 100 млн. жұмыс орындары (әлемдегі әрбір оныншы жұмыс) келеді. Жыл сайын халықаралық шекара асатындар саны шамамен 35 млн.адам. Туристік қызметтен түсетін кіріс мөлшері жылына бір триллион долларды құрайды.

2014 жылғы туризмнен келген кіріс 1,3 трл.долл. құраған. Айта кету керек, 1998 жылдан бері бірінші орынға шыққан әлемдік қызметтер экспорты-туризм әлі күнге дейін өз орнын сақтауда [1].

2014 жылы шекара асатын туристер легі 940 млн.адамды құраған. 2015 жылғы туристік нарықтың әлемдік көлемі 40 триллион долларға (әлемдік ЖҰӨ 2,5%) жеткен [2]. Экономиканың тежелі қайта қалпына келуі және жаңа қаржы-бюджеттік мәселелердің туындауы туристік нарыққа үдемелі тұрақсыздық әкелді. Дегенмен, соңғы айлардағы тенденциялар халықаралық туризм 2014 жылы өзінің өсуін, баяу болса да, жалғастырғанына куә боламыз. Осылайша, көптеген елдерге экспорттық мүмкіндіктер мен жұмыс орнымен қамтамасыз етуге жағдай жасады.

Ал Қазақстандағы жағдай қандай? Іскерлік туризм нарығы Орталық Азияда да өседі ме? Ең алдымен, іскерлік туризм жайлы нақты, ресми деректер жоқ екенін айта кеткен жөн. Елдегі туристтер жалпы саны бойынша деректер бар. Қазақстандық индустрия дамыту институтының (ҚИДИ) мәліметтері бойынша, 2014 жылдың I ширегінде 4100 адамға қызмет көрсетілген.

ҚИДИ деректері бойынша, келушілер туризмінде Қазақстанда өсу тенденциясы бар және 2014 жылы 1322,5 мың адамды құраған. Шетелге баратын қазақстандық азаматтар санының өсу тенденциясы сақталып, 2013 жылмен салыстырғанда 12,2 % өсіп, 2105,3 мың сапарды құраған. Бұрынғыдай, сапарға аттанудың басты мақсаты - демалыс уақытындағы сапарлар. Қазақстан

Республикасы Статистика Агенттігінің мәліметтері бойынша, 2014 жылы Қазақстандағы туристік қызметтердің жалпы көлемі 65,8 млрд.теңгені (\$430 млн) құраған. Орта есеппен іскерлік туризм нарығы, сарапшылар айтуынша, туристік қызмет нарығының 60-тан 80% құрайтынын есепке алсақ, онда оның көлемі \$250-350 млн. тең деп болжауға болады, ал ол дамыған және дамушы елдермен салыстырғанда әлдеқайда төмен.

Отандық туризмнің келесі сипаты - сыртқы және ішкі туризмнің арасындағы қарама - қайшылық. Сонымен бірге, шетелдіктердің келуші іскерлік сапарлары туристік сапарлардан басым. Нақты статистика жоқ, бірақ алдын ала бағалау бойынша арақатынасы 9:1 құрайды. Соңғы он жылда бизнес саяхаттарға әлемдік сауданың үштен бірі, ғаламдық корпоративтік өндіруді он есе жақсарту және дүние жүзі бойынша миллиондаған жұмыс орындарын жасау тиесілі.

Соған байланысты, WTTC атынан Оксфорд университеті экономистерінің жүргізген арнайы зерттеуі (2011 ж. мамырында басталған), келесідей нәтиже көрсетті:

- 2000 жылдан бастап, іскери сапарлардың өсуі 40 миллионнан аса жұмыс орнының жасалуына әсер етті. Бұл ғаламдық жұмыспен қамтылудың 20 % өсуін құрайды.

- Егер іскери сапарлар екі жыл қатарынан 25 %-ға қысқаратын болса, онда әлемдік ЖІӨ 5 %-ға төмен болып, нәтижесінде жұмыс орындары 30 миллионға азайып, ғаламдық жұмыспен қамтылудың орта шығыны 1% құрайды.

- Іскерлік сапарлар корпоративтік өнімділікті арттырып, инвестициядан 10:1 қатынасында қайтарым алады.

- Іскерлік туризм халықаралық сауданың ажырамас бөлігі болып табылады және есеп бойынша, соңғы он жылда әлемдік сауданың үштен бірін құрауы, халықаралық іскерлік сапарлармен байланысты [3].

ДСҰ сарапшыларының есебі бойынша, іскерлік туризм үлесі дүние жүзінде 20 % құрайды. Іскерлік туризм әлемдегі экономикалық нәтижелі туризм түрі болып табылады. Осылайша, авиакомпаниялардың 50 % кірісі, шамамен қонақүйлердің 60 % кірісі және авто жалға беру компанияларының 70 % астам кірісін осы туристтер категориясы арқылы келеді. Бұл сектордың тағы бір ерекшелігі - 3-4 жұмыс күні мен 1-3 күн ынталандыру демалыстарын құрайтын біріккен бағдарламаларға сұраныстың артуы [4].

Бизнес-туристер - қонақүйлер мен турфирмалар үшін тиімді тұтынушылар. Дүние жүзіндегі 55-60 % қонақүй бөлмелеріне бизнесмендер мен фирма менеджерлері бронь жасайды. Әр түрлі іскери кездесулер, конгресс, симпозиумдарделегаттарының тәуліктік шығындары \$345 асады, ал кәдімгі турист күніне шамамен орташа \$100-200 қаржы жұмсайды [4].

2010 жылы халықаралық туристтердің жартысына жуығы (51 % немесе 480 миллион келуші) бос уақытта күгін қалпына келтіру, мерекелерді атап өту мақсатымен демалған. Шамамен халықаралық туристтердің 15 % бизнес мәселелері және кәсіби мақсатта саяхаттаған. Сапарлардың 27 % достар мен туыстарға бару үшін, діни себептер мен қажылыққа бару, денсаулық, емделу, т.б. себептермен болған. Қалған 7 % сапар мақсаты көрсетілмеген [6].

Талдау көрсеткендей, соңғы жылдары дүние жүзінде корпоративті және интенсив турлардың қызметіне деген сұраныс артуда. Компания басшылары өз жұмыскерлері мен серіктестерін оқытудың, ынталандыру мен мадақтаудың әр түрлі түрлерін кеңінен қолданады. Дағдарыспен жағдай күрт өзгерді. Бір жағынан, компания өз бюджеттерін еппен қараса, басқа жағынан, ірі компаниялар шетелге іскери сапарларын тоқтатпайтындығы белгілі болды. Қазіргі кезде іскерлік туризмге деген мұқтаждық айтарлықтай ұлғайды, себебі компанияларға іскери сапарлар келісім-шарттар жасасу, нарықтағы жағдай туралы ой бөлісетін конференция мен конгресстер, жаңа мүмкіндіктер іздеу үшін қажет.

2009 жылы алғаш болып, Oxford Economics зерттеу компаниясы іскери туризм мен бизнес өсуі арасындағы тығыз байланысты анықтады іскери сапарларға жұмсалған әрбір АҚШ доллары 3,8 АҚШ долларына тең қосымша құн орнатады (осылайша, іскери туризм мультипликаторы пайда болады). Іскери сапарлардың қысқаруы қызметтерінің нәтижелеріне негативті әсер еткенін 40 % жуық компаниялар растады. Соның ішінде 11 % сату көлемі азайды, 12 % фирма аралық қарым-қатынас нәтижелілігі төмендеді, 10 % – ішкі эффективті бизнес-инициативаларының көлемі қысқарды, клиенттердің адалдығының жойылуы 8 % құрады. Жоғарыда аталған зерттеу, бизнес сәттілігінің құрамдас бөлігі болып, іскерлік туризм нарығының болашағына тікелей байланысты екенін растайды [6].

Бизнес-саяхат – халықаралық қызметтер саудасының компоненті, сондықтан тікелей қарым-қатынасты жою мен себеп-салдарлық байланысқа аса мән беру үшін статистика мәліметтері тауарлар саудасына келіп тіреледі. Сонымен қатар айта кететін жайт, күшті корреляция міндетті түрде шынайы себеп-салдарлық байланысты білдірмейді.

Жыл сайын әлемде шамамен 100 млн. бизнес-саяхаттар болады. Бизнес келіп кетулер саны бойынша әлемдік көшбасшы болып Еуропа саналады. Ең көп таралғаны - конференция, конгресс, көрмелерге сапарлар. Статистикалық мәліметтер талдауы көрсеткендей, Еуропадағы іскерлік туризмнің көшбасшы елдеріне Германия, Испания, Франция және Италия, Азияда – Таиланд, Түркия, Сингапур, Индонезия және Қытай, соған қоса АҚШ пен Канада жатады. Еуропа елдерінің қатарында бизнес-туристтерді белсенді қабылдайтын Ұлыбритания, Нидерланды, Швеция, Швейцария және Бельгия. Бельгия мен Францияға әрбір оныншы сапар, ал Ұлыбританияға әрбір үшінші сапар іскерлік мақсатта болады. Ресейде іскерлік туризмді дамыту орталықтарының бірі болып Мәскеу саналады.

Еуропадағы іскерлік туристтердің шетелге шығу сапарларының ең көп легін Германияға тиесілі: 5 млн. астам қызметтік сапарлар, соның ішінде 3 % - шетелге, 21 % – шетелге және мемлекет аралық, 76 % - Германия ішінде. Басқа құрлықтағы елдерге қызметтік сапардың орта ұзақтығы 12-13 күн, аймақ ішінде – 5-6 күн, Германия бойынша - 3-4 күн. Германияға ай сайын іскери мыңдаған адам барады: өндірушілер мен тоқыма, кілем төсеніштері, құрылыс материалдары, жиһаз, косметика, кондитерлік өнімдер, аурухана жабдықтары және т.б. сатушылары. Олар Кельнде, Майндағы Франкфурт, Мюнхень Штутгарт, Дрезден және т.б. Германия қалаларында (көп бөлігі қаңтарда)

арнайы іс-шараларға қатысып, сол саладағы әлемдік жетістіктермен танысады, жаңа өнім сатып алады, іскерлік қатынастар орнатады [6].

Германиядан соң , Испанияны атауға болады. Испаниядағы әдетте туристік сезон мамырда басталып, қазан айымен аяқталады, сондықтан, іскерлік кездесулер негізінен қазан айынан сәуір айына дейін жалғасады.

Ұлыбританияда іскерлік туризм нарығы мықтап өсуде. Осылайша, 2002 жылы оның көлемі 3,5 млрд.фунтты құрап, Ұлыбритания келушілерінің жалпы шығындарының 33% эквивалентті. 2005 ж. 6,8 млн. бизнес–турист тіркелген. Орта есеппен, оның әрбіреуі Ұлыбританияда 4 күн қалып, 528 фунт жұмсаған [6].

Айта кетерлігі, Еуропадағы күшті іскерлік орталықтар Франция мен Италия болып табылады. Француз қалалары Париж, Лион, Канны, Тулузи, итальяндық Милан, Верона, Неапольде арнайы құрылыс және медицина жабдықтары бойынша көрмелер мен конгрестер, электроника саласындағы әр түрлі конференциялар мен форумдар, сонымен қатар әлемдік сәндік киім, тоқыма, эксклюзивті тауарлар, азық-түлік тауарлар көрмелерінің өткізіледі. Жыл сайын мұнда 200-ден астам бизнес-шаралар өтіп, конгрестің 22 орталығы жұмыс істейді, олар әр түрлі бизнес кездесулерге лайықталып жасалынған.

Шамамен 65 мың саяхатшы корпоративті кездесулер, семинарлар мен конференцияға қатысу мақсатымен Мальта архипелагына келеді. Жыл сайын Мальта 1,2 млн. қонақ қабылдайды. Мальталық туризм ассоциясының (МТА) мәліметтері бойынша, корпоративтік кездесудің қатысушылар саны Мальтада шетелдік конгресс пен конференция делегаттарының санынан асып түседі. Жерорта теңіздік бұл ел қонақжайлық индустриясының барлық еуропалық стандартына жауап береді, сондықтан Германия, Ұлыбритания, Франция, Италия бизнесмендері арасында танымалдыққа ие.

Іскери адамдардың айтарлықтай легі АҚШ, Канада мен Мексикаға барады. Бұл мемлекеттер батыс жартышарындағы туристік нарықтың барлық сегменттерінде көшбасшылық етуде. Американдық құрлықтағы әрбір сегізінше сапар іскерлік мақсатта болады. Латын Америкасы экономикасының дамуымен, іскерлік қатынастардың кеңеюі мен орнығуына байланысты көптеген елдер іскерлік туризм нарығында өз орындарын мықтады, әсіресе Парагвай, Гватемала, Коста-Рика.

Оңтүстік-шығыс Азияда іскерлік сапарлар санының өскенін де көре аламыз: әрбір бесінші сапар іскерлік мақсатта, үштен бірі Сянган (Гонконг), Сингапур және Тайваньға тиесілі.

Соңғы кезде Африкада іскерлік туризмнің өте жоғары даму темпі Республика Конго, Зимбабве және Эфиопияда байқалған. Келушілер бойынша алғашқы орында Египет, Оңтүстік Африка және Марокко. Таяу Шығыста негізгі адамдар легі мұнай өндіруші мемлекеттерге (мысалы, Сауд Арабиясына және т.б.), сонымен қатар Израиль мен Иорданияға барған.

Әйтсе де, Африка мен Таяу Шығыста, аймақтағы саяси жағдайға байланысты іскерлік туризм дамуы біркелкі емес. Соңғы бірнеше жылда Таяу Шығыстағы саяси жағдай шиеленісті, онымен қоса іскерлік туризмнің де жағдайы өзгерді. Сол себепті, бұл аймақтардағы дамуды болжау қиындау.

Іскерлік туризмнің көп үлесіне іскерлік сапарлар жатады, бірақ маңызды сегмент - интенсив-турларға тиесілі. Luxury Travel журналының мәліметі сүйенсек, Еуропада отбасымен іскерлік сапарға аттану соңғы 5 жылда 30 өскен. Конгрестер мен көрмелерге әріптестер тобымен аттанып (орташа адамнан 8 адамға дейін), оның ішінде экскурсиондық, әлеуметтік және мәдебағдарламалар іскерлік кездесу кестесімен және клиенттің бос уақытым сәйкестендіріліп жасалады. Шамамен халықаралық іскери туристтердің 5-тен і (немесе халықаралық туристердердің жалпы санының 1%-ы) конгрестер мен конференцияға қатысу мақсатымен сапарға аттанады. Интенсив-туристерінің нарығында саяхаттың басыңқы түрі болып топтық туризм (10 туристтен асып) болып табылады. Оның үлесіне сапарлардың 60 % аса бөлігі тиесілі. Шамамен 30% интенсив- сапарлар шағын топтар - 2-5 адам арқылы жүзеге асырыла, 10%-ы жеке «мадақтау» сапарларға, ол марапатталған адамның өз отбасымен немесе достарымен саяхаттауына тиесілі [6].

Біздің ойымызша, жақын арада бұл құрылым елеулі өзгермеі. Бұрынғыдай келіссөздер жүргізу, келісімшарттар жасасу мақсатында ж кәсіби сапарлар басым болады. Сонымен қатар, ұдайы қарқынмен интенсив-турлар мен көрме туризм дами береді.

Жалпылай алғанда, іскерлік туризм құрылымында динамикалық түрі интенсив-туризм мен конгресстік-көрмелік туризм түрлері дамуда.

Интенсив-туризмде сапарлардың шамамен 80% Еуропаға, 10% – АҚШ 6% – Оңтүстік-Шығыс Азияға, 4% – басқа аймақтарға тиесілі. Еуропада интенсив-туризм бағыттарының көшбасшылары Франция (Париж, Страсбу), Испания, Швейцария, Австрия, Кипр, АҚШ (Нью-Йорк, Флорида, Бажағалау), сонымен қоса Кариб бассейнінің елдері. АҚШ-тан ынталандыру турларының ең жақсы бағыттары- Мексика, Ұлыбритания, Азия мен Тың мұхиты бассейні елдері .

«SITE» еуропалық интенсив-туризм ассоциациясының мәліметі бойын негізгі жеткізуші-мемлекеттер арасында біршама уақыт бойы АҚШ жете орын (шамамен 60%), Ұлыбритания (20%), Германия (11%) алады. Со кездері Жапониядан интенсив-келушілер саны артты. АҚШ-ті жұмысшыларды материалды ынталандыру орнына интенсив турлар қолданудың шығыны көлемі бойынша оның танымалдылыққа ие екенді аңғаруға болады. Ұлыбританияда қызметкерлерін мадақтау үшін жұмсала қаржының жалпы сомасынан 2/5, ал Франция мен Германияда –жартыс жуық қаражат жұмсалады. Интенсив-тур бағасы шамамен адам басына 1500 және одан жоғары АҚШ долларына сай келеді, ал ұзақтығы- үш күн жеті күнге дейін [6].

Статистикалық мәліметтер көрсеткендей, 2011 жылға рейтинг бойы елдерге көзқарас өзгермеген. Сонымен , барлық елдерде іс-шаралар екі е артқан. Кейбір қалаларда рейтинг бойынша орын ауыстырған. Осыла Гонконг 5 орыннан 22 орынға, Сингапур 2-ден 5-ге төмендеді. Бұрын ү бестікке енбеген Париж екінші орынға шықты. Ресей рейтингтегі 97 е ішінде 40 орынға табан тіреді, Мәскеу 78, Санкт-Петербург 82 оры Еуропалық рейтингте РФ 22 орында, ал Мәскеу 40-шы, Санкт-Петербург орында.

Өткізілген зерттеу арқылы халықаралық туризм табыс құрылымындағы іскерлік туризм даму тенденциясының өсу үлесі туралы қорытынды жасауға болады. Бұл сол бағыттыәлемдік туристік қызмет нарығында негізгі және қосымша кәсіпкерлік формаларын дамыту үшін қызықтыратын бағыт болады. Басқа жағынан, жаһандану, интеграция, кооперация негізінде әлемдік экономиканы дамыту инновациялық концепциясы Ресейдің халықаралық туристік қозғалыста жақсы алғышарттар жасайды. Бұл дегеніміз, жаңа туристік бағыттардың, елдің макроэкономикалық көрсеткіштерінің өсуіне көмектесетін ішкі туристік нарық дамуына әкеледі.

Жоғарыда айтылғандар бойынша мынадай қорытындыға келуге болады. Іскерлік туризмнің заманауи даму деңгейінде туристік қызмет кешенінің қалыптасуы интенсив-туризм аясында жоғары сұранысқа ие. Интенсив-туризм түгелімен дерлік клиент қалауы бойынша туроператорлармен толықтырылып және өңделген туристік қызмет кешенінің негізінде құрылады.

Халықаралық туризмнің тұрақты дамуының алғышарты туризм бүгінгі күні тек қана саяхат емес екенінде болып отыр. Ол адамзаттың елеулі қажеттілігіне айналып отыр, себебі заманауи қажеттіліктер проблемаласының бірі - тиімді тайм-менеджмент проблемасын шешуде. Ол біруақытта екі функцияны шешу мүмкіндігіне септігін тигізуде - әлеуметтік сипатта (сауықтыру, рухани және гуманитарлық) және кәсіби-іскерлік (келісімге келу, жиналыс өткізу, компанияның стратегиялық мәселелерін шешу және т.б.). Шынында, туристік қызметтердің жалпы көлеміндегі кәсіби туризм дамуының үлесі осымен түсіндіріледі. (Дүниежүзілік туристік ұйымның мәліметі бойынша, өсім соңғы 5 жылда 2 есеге көбейген). Сондықтан, кәсіби туризмнің даму ерекшеліктерін зерттеу - халықаралық туризмнің болашағы зор бағыты ретінде ұлттық деңгейде өзекті және қажет.

Пайдаланылған әдебиеттер

- 1 Россия станет одной из стран-лидеров туризма // Портал «Вояж». <http://www.travelpost.ru/>
- 2 Надим Зуауи. Генсек UNWTO ждет пятипроцентного роста мировой туристической индустрии в 2012 году. - 31.01.2012 АСУАН (Египет). - РИА Новости www.marketing.spb.ru/mr/travel/business_travel_market.htm
- 3 WTTC (The World Travel & Tourism Council: Всемирный совет по путешествиям и туризму). Special-research: business-travel-research, 2011.
- 4 Портна К. Бизнес отдыхает // Контракты. – 2006. - № 48.–декабрь. - с. 4.
- 5 Unwto tourism highlights, editio- 2011. www.e-unwto.org/doi/pdf/10.../978928441689
- 6 Euromonitor International (независимая компания, специализирующаяся в области международных стратегических исследований потребительских рынков). – Официальный сайт. www.euromonitor.com
- 7 Казанцева В. Российский рынок делового туризма - шестой в мире. – М.: РИА. Туризм. – 2014. - 24 авг.