

Батырбекова А.Н.^а,  Батырбекова М.Р.

Казахская академия спорта и туризма, г. Алматы, Республика Казахстан

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ MICE-ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

Батырбекова Аниэль Нурланбекқызы, Батырбекова Мадина Ринатовна
Перспективы развития MICE-туризма в Республике Казахстан

Аннотация. В данной статье рассматриваются перспективы развития MICE-туризма в Республике Казахстан. Благодаря стратегическому расположению в Центральной Азии и растущей инфраструктуре Казахстан позиционирует себя как перспективное направление для проведения международных мероприятий. В исследовании анализируется текущее состояние MICE-индустрии в стране, изучаются ее сильные и слабые стороны и возможности с помощью SWOT-анализа. В статье освещаются ключевые проблемы, связанные с данным направлением, такие как ограниченная глобальная осведомленность, нехватка квалифицированного персонала и конкуренция со стороны соседних стран. В работе представлены рекомендации по повышению конкурентоспособности Казахстана в секторе MICE, включая стратегический маркетинг, международное сотрудничество и государственно-частное партнерство. Полученные результаты свидетельствуют о том, что при реализации целевых стратегий и инвестиций Казахстан обладает значительным потенциалом для того, чтобы стать крупным игроком в мировой MICE-индустрии, предлагая экономические и социальные выгоды.

Ключевые слова: MICE-туризм, конференции, фестивали, глобализация, туристская инфраструктура

Батырбекова Аниэль Нурланбекқызы, Батырбекова Мадина Ринатовна
Қазақстан Республикасында MICE-туризмін дамыту перспективалары

Андатпа. Бұл мақалада Қазақстан Республикасында MICE-туризмді дамыту перспективалары қарастырылады. Орталық Азиядағы стратегиялық орналасуы мен өсіп келе жатқан инфрақұрылымының арқасында Қазақстан өзін халықаралық іс-шараларды өткізу үшін перспективалы бағыт ретінде көрсетеді. Зерттеу елдегі MICE индустриясының қазіргі жағдайын талдайды, SWOT талдауы арқылы күшті және әлсіз жақтары мен мүмкіндіктерін зерттейді. Мақалада шектеулі жаһандық хабардарлық, білікті кадрлардың жетіспеушілігі және көрші елдердің бәсекелестігі сияқты негізгі мәселелер қарастырылған. Жұмыста стратегиялық маркетингі, халықаралық ынтымақтастықты және мемлекеттік-жекешелік әріптестікті қоса алғанда, MICE секторында Қазақстанның бәсекеге қабілеттілігін арттыру бойынша ұсынымдар ұсынылған. Алынған нәтижелер нысаналы стратегиялар мен инвестицияларды іске асыру кезінде Қазақстанның экономикалық және әлеуметтік пайданы ұсына отырып, әлемдік MICE-индустрияда ірі ойыншы болу үшін елеулі әлеуеті бар екенін көрсетеді.

Түйін сөздер: MICE-туризм, конференциялар, фестивальдар, жаһандану, туристік инфрақұрылым

Batyrbekova Aniel Nurlanbekkyzy, Batyrbekova Madina Rinatovna
Prospects for the development of MICE tourism in the Republic of Kazakhstan

Abstract. This article discusses the prospects for the development of MICE tourism in the Republic of Kazakhstan. Due to its strategic location in Central Asia and growing infrastructure, Kazakhstan is positioning itself as a promising destination for international events. The study analyzes the current state of the MICE industry in the country, examines strengths, weaknesses and opportunities using SWOT analysis. The article highlights key issues such as limited global awareness, lack of qualified personnel and competition from neighboring countries. The paper presents recommendations for improving Kazakhstan's competitiveness in the MICE sector, including strategic marketing, international cooperation and public-private partnerships. The results obtained indicate that, when implementing targeted strategies and investments, Kazakhstan has significant potential to become a major player in the global MICE industry, offering economic and social benefits.

Keywords: MICE tourism, conferences, festivals, globalization, tourism infrastructure

Введение. За последние несколько десятилетий мировая индустрия туризма претерпела динамичные изменения, и специализированные секторы, такие как МІСЕ-туризм, стали вносить значительный вклад в доходы от туризма и экономическое развитие. МІСЕ-туризм, отличающийся сочетанием компонентов деловых поездок и поездок на отдых, представляет собой преобразующий потенциал для стран, стремящихся диверсифицировать свой туристский портфель и извлечь выгоду из растущего спроса на профессиональные мероприятия и деловые встречи. Республика Казахстан, стратегически расположенная в самом сердце Центральной Азии и обладающая богатым разнообразием культурных, исторических и природных достопримечательностей, осознала этот потенциал. Благодаря стремительному развитию инфраструктуры, изменениям в политике и стремлению позиционировать себя как центр проведения международных мероприятий, Казахстан может добиться значительных успехов в секторе МІСЕ-туризма/

По данным Всемирной туристской организации (ЮНВТО), ежегодно в секторе МІСЕ (Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions) проводится около 11 505 конференций и семинаров по всему миру, на которые затрачивается примерно 280 миллионов долларов, создавая значительную экономическую ценность для заинтересованных сторон. Индустрия МІСЕ-туризма предоставляет принимающим странам и городам значительные экономические выгоды [1].

Целью данного исследования является разработка практических рекомендаций для развития МІСЕ-туризма путем исследования текущего состояния и перспектив в Республике Казахстан.

Задачи исследования:

- изучение исторических аспектов формирования, а также современного состояния МІСЕ-туризма в Казахстане, определив сильные и слабые стороны и сферы для улучшения;
- изучение факторов спроса, влияющих на развитие МІСЕ-туризма в Казахстане, охватывающих целевую аудиторию, предпочтения и формирующиеся глобальные тенденции в данном туристском секторе;
- на основе полученных результатов разработка рекомендаций, направленных на повышение

конкурентоспособности Казахстана в сфере МІСЕ-туризма.

Материалы и методы исследования. Исследование перспектив развития МІСЕ-туризма в Республике Казахстан проводилось с использованием сочетания качественных и количественных методов:

1. Обзор литературы: Проведен всесторонний анализ научных публикаций, отраслевых отчетов и международных тематических исследований для выявления глобальных тенденций и лучших мировых практик в секторе МІСЕ-туризма. Основными источниками послужили отчеты ЮНВТО и специализированные публикации о развитии туризма на развивающихся рынках.

2. SWOT-анализ: Оценка текущего состояния МІСЕ-индустрии в Казахстане была проведена с помощью SWOT-анализа, включавшего изучение инфраструктуры, государственной политики и конкурентных преимуществ, а также выявление проблем и барьеров для роста.

3. Метод тематического исследования: Проанализированы успешные примеры проведения МІСЕ-мероприятий в других странах, такие как Всемирный экономический форум в Давосе и ИТВ в Берлине, с целью переноса лучших практик на казахстанский контекст.

4. Анализ данных: Собраны и проанализированы статистические данные о международных конференциях, выставках и деловых встречах в Казахстане из правительственных и отраслевых источников для выявления тенденций и экономического вклада МІСЕ-туризма.

Объединение этих методов позволило провести детальный анализ сектора МІСЕ в Казахстане и предложить практические рекомендации по его дальнейшему развитию. практические рекомендации по его дальнейшему развитию.

Обсуждение. МІСЕ-туризм представляет собой нишевый сегмент в обширной индустрии туризма, ориентированный, в первую очередь, на деловой и профессиональный секторы. В отличие от обычного развлекательного туризма, МІСЕ-туризм нацелен на участие в мероприятиях, связанных с бизнесом, часто в местах, специально выбранных для таких встреч [2].

МІСЕ – это аббревиатура на английском языке, в которой перечисляются мероприятия, связанные с бизнесом (Рисунок 1).

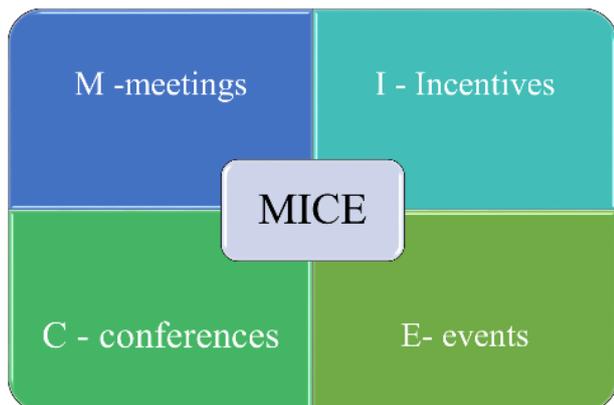


Рисунок 1 – Расшифровка аббревиатуры термина «MICE»

– Встречи (Meetings): включают в себя собрания для деловых дискуссий, обычно проводимые корпорациями, ассоциациями или организациями. Они могут варьироваться от заседаний правления и семинаров до крупных корпоративных конклавов.

– Стимулы (Incentives): корпорации или предприятия малого бизнеса часто вознаграждают своих сотрудников или дилеров поездками в качестве формы поощрения за их успешную работу. Эти поездки сочетают в себе досуг с той или иной формой профессиональной составляющей.

– Конференции (Conferences): более масштабные мероприятия, посвященные дискуссиям, презентациям и обмену знаниями по конкретным темам. Конференции часто собирают профессионалов со всего мира, предоставляя возможности для налаживания необходимых контактов.

– Выставки (Events): мероприятия, на которых демонстрируются продукты, услуги или бизнес-решения. Под эту категорию подпадают торговые ярмарки, экспозиции и съезды.

Экономическое влияние и значимость MICE-туризма как специализированного сектора в рамках общей индустрии туризма подчеркивают его важность в контексте развития инфраструктуры и брендинга туристических направлений, что привлекает внимание многих ученых и практиков [3].

Результаты. Казахстан, как девятая по величине страна в мире, исторически играл ключевую роль на Великом Шелковом пути, способствуя культурным и коммерческим обменам между Востоком и Западом. Однако на протяжении большей части XX века туризм в стране оставался слабо-развитым из-за статуса советской республики до 1991 года [4].

После обретения независимости Казахстан начал развивать туризм как важнейший сектор экономики, направленный на диверсификацию.

Первоначальные усилия были сосредоточены на внутреннем туризме и привлечении гостей из соседних стран. Однако, начиная с конца 1990-х и начала 2000-х годов, страна активно начала продвигать свои туристические ресурсы на международной арене – от крупных городов Алматы и Астаны до природных ландшафтов Горного Алтая и побережья Каспийского моря [5].

Серьезные усилия по развитию MICE-туризма начались в 2000-х годах. Этот процесс был ускорен несколькими факторами:

– глобализация и экономическое развитие: открытие экономики и развитие международных деловых связей повысило потребность в платформах для деловых обменов, что способствовало росту числа международных встреч и конференций в Казахстане;

– стратегическое расположение: географическое положение Казахстана между Россией и Китаем, а также его близость к Европе и Ближнему Востоку стали преимуществом для привлечения международных мероприятий;

– развитие инфраструктуры: правительство вложило значительные инвестиции в инфраструктуру, и в таких городах, как Астана и Алматы, построены современные конференц-центры, роскошные отели и другие объекты, соответствующие требованиям MICE;

– национальные инициативы: проведение глобальных мероприятий, таких как «Экспо-2017» в Астане, подчеркнуло возможности и амбиции Казахстана в сфере MICE, создав прецедент для будущих мероприятий.

Таким образом, Казахстан быстро и уверенно занял своё место в мировом секторе MICE-туризма, превратившись из исторического центра торговли эпохи Шелкового пути в современный центр для проведения международных деловых мероприятий [6]. Сегодня выделяются три крупных города, которые являются основными местами для проведения MICE-мероприятий (Рисунок 2).



Рисунок 2 – Крупные города MICE-туризма в Казахстане

Будучи столицей, Астана является лидером MICE-индустрии в Казахстане. Среди ключевых мест организации различных мероприятий следует выделить Международный выставочный центр «Астана» и выставочный центр «Корме». Уникальная футуристическая архитектура города, примером которой являются такие сооружения, как башня Байтерек, также создает интригующий фон для проведения мероприятий.

Алматы, считающийся главным культурным и коммерческим центром страны, может похвастаться такими площадками, как Atakent Expo, где регулярно проводятся международные выставки, конференции и форумы. Сочетание современных городских пейзажей с близлежащими чудесами природы, такими как ледовый каток «Медеу» и горнолыжный курорт Шымбулак, придает городу особую привлекательность.

Шымкент, третий по величине город Казахстана, исторически был в тени Астаны и Алматы с точки зрения MICE-туризма. Однако в последние годы Шымкент начал превращаться в важный региональный центр для проведения встреч, различных мероприятий, конференций и выставок, используя свои уникальные культурные, исторические и географические преимущества для привлечения как внутренних, так и международных мероприятий MICE.

В данной статье были рассмотрены успешные мероприятия MICE, проводимые по всему миру, чтобы получить представление о лучших практиках. Например:

– Всемирный экономический форум (ВЭФ) в Давосе, Швейцария: ежегодная встреча, которая собирает мировых лидеров, генеральных директоров и интеллектуалов для обсуждения наиболее актуальных мировых проблем и экономических тенденций;

– Mobile World Congress в Барселоне, Испания: крупное событие в мобильной индустрии, привлекающее технологические компании и энтузиастов со всего мира;

– Международный фестиваль креативности «Канские львы» в Каннах, Франция: признанный мировым эталоном эффективных креативных маркетинговых коммуникаций, этот фестиваль отмечает лучшие работы в области рекламы и брендинга [7];

– ITB Берлин, Германия: ведущая в мире туристская выставка, на которой встречаются топ-менеджеры, эксперты и покупатели из всех сфер туристической цепочки создания добавленной стоимости.

Благодаря подобного рода мероприятиям принимающие города занимают ключевые позиции на глобальной карте MICE-индустрии. Например, Давос, являясь по сути небольшим альпийским городком, получил мировое признание благодаря ВЭФ. Такое признание часто приводит к росту туристического интереса даже вне дат проведения мероприятий.

В последние годы в Казахстане наблюдается рост числа международных мероприятий, что сопровождается увеличением объектов размещения высокого класса. Такие гостиничные сети, как Ritz-Carlton, Hilton и Marriott, активно развивают свое присутствие в крупных городах страны, предоставляя услуги, соответствующие мировым стандартам. Ярким примером стал Экспо-2017 в Астане, где на тему «Энергия будущего» собрались представители более 100 стран, что продемонстрировало потенциал Казахстана в организации масштабных международных событий.

Современный ландшафт MICE-туризма в Казахстане отражает амбиции страны занять лидирующую позицию в Центральной Азии. Благодаря развитой инфраструктуре, стратегическому географическому положению и целенаправленным усилиям правительства, Казахстан готов укрепить свои позиции как ведущий центр международного делового туризма. Рост в MICE-индустрии объясняется совокупностью внутренних и внешних факторов, таких как правительственные инициативы и выгодное географическое положение, создавая прочную основу для дальнейшего развития. Эти факторы представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Факторы, стимулирующие развитие MICE в Казахстане

Стратегическое географическое положение	Положение Казахстана в Центральной Азии, соединяющих Европу и Азию, делает их удобным местом для проведения международных мероприятий, привлекающих участников с обоих континентов.
Государственная поддержка и инициативы	Kazakh Tourism запустил программу «Посол MICE-туризма» с участием более 10 лидеров бизнеса, науки, культуры и других профессиональных сфер.
Брендинг и продвижение	Были предприняты усилия для того, чтобы позиционировать Казахстан как ведущее направление MICE посредством участия в международных туристских ярмарках, проведения глобальных мероприятий и рекламных кампаний.
Современная инфраструктура	Рост числа международных гостиничных сетей гарантирует соблюдение международных стандартов, и MICE-туристы имеют широкий выбор вариантов размещения.
Образовательные и научно-исследовательские учреждения	Благодаря многочисленным университетам, исследовательским институтам и аналитическим центрам Казахстан обладает потенциалом для проведения научных конференций, семинаров и симпозиумов, привлекающих ученых и профессионалов со всего мира.
<i>Примечание: составлено авторами</i>	

По сути, стратегические усилия Казахстана в сочетании с присущими ему преимуществами стали катализатором его превращения в многообещающее направление МІСЕ. Поскольку эти факторы продолжают развиваться и переплетаться, они в совокупности усиливают привлекательность страны в глобальном секторе МІСЕ [8].

Несмотря на развитие делового туризма в стране, в данном туристском секторе существуют некоторые проблемы, которые препятствуют раскрытию его полного потенциала. Авторы представили на рисунке 3 некоторые проблемы, с которыми сталкивается МІСЕ-туризм в Казахстане.



Рисунок 3 – Проблемы в секторе МІСЕ туризма (составлено авторами)

Ограниченная глобальная осведомленность. Несмотря на то, что Казахстан добивается успехов в МІСЕ-туризме, его репутация все еще недостаточно высокая по сравнению с более известными мировыми направлениями МІСЕ. Такое ограниченное признание может повлиять на способность страны привлекать крупные международные мероприятия.

Нехватка квалифицированных кадров. МІСЕ-индустрии требуется специализированная рабочая сила, разбирающаяся в организации мероприятий, гостиничном бизнесе, логистике и многом другом. В Казахстане может возникнуть нехватка таких квалифицированных специалистов, что потребует использования зарубежного опыта.

Маркетинг и продвижение. Эффективный и непрерывный маркетинг имеет решающее значение для МІСЕ-туризма. Существует необходимость в более агрессивных, целенаправленных и инновационных маркетинговых стратегиях, чтобы позиционировать Казахстан как место проведения МІСЕ высшего уровня.

Конкуренция. Соседние страны и другие страны с формирующейся экономикой также соперничают за долю в мировой МІСЕ-индустрии. Эта конкуренция может создать проблемы для Казахстана с точки зрения ценообразования, предложений и уникальных коммерческих предложений.

Решение этих проблем требует многогранного подхода, включающего изменения в политике, стратегические инвестиции, инициативы по повышению квалификации и международное сотрудничество. При наличии правильных стратегий Казахстан может преодолеть эти проблемы и укрепить свои позиции в мировой МІСЕ-индустрии. Для подробного анализа и выявления сильных и слабых сторон МІСЕ туризма в Казахстане был проведен SWOT анализ (Таблица 2).

Таблица 2 – SWOT анализ MICE туризма в Казахстане (составлено авторами)

Сильные стороны (Strenghts)	Слабые стороны (Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> – географическое расположение Казахстана облегчает доступ к международным мероприятиям; – значительные инвестиции в инфраструктуру и благоприятная политика для развития MICE-сегмента; – конференц-центры мирового класса, отели и транспортные средства, особенно в таких городах, как Астана и Алматы; – уникальное сочетание истории, культуры и природной красоты, предлагающее туристам MICE разнообразные впечатления, выходящие за рамки деловых мероприятий 	<ul style="list-style-type: none"> – ограниченная доступность специалистов, специально обученных управлению MICE; – большинство объектов MICE сосредоточено в крупных городах, в то время как другие регионы отстают; – необходимость в более целенаправленном маркетинге, чтобы позиционировать Казахстан как ведущее направление MICE; – различия в языковых и культурных практиках, а также низкий уровень знания английского языка у населения могут создать проблемы для иностранных посетителей и организаторов
Возможности (Opportunities)	Угрозы (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> – потенциал для развития MICE-центров в развивающихся городах, диверсификации предложений и снижения загруженности в крупных транспортных узлах; – возможности для создания альянсов с международными организациями MICE для повышения авторитета страны и ее экспертных знаний; – создание специализированных учреждений или курсов, ориентированных на MICE-туризм, для подготовки квалифицированной рабочей силы 	<ul style="list-style-type: none"> – острая конкуренция со стороны известных направлений MICE в Азии и Европе; – глобальные экономические спады могут снизить частоту и масштаб деловых мероприятий; – глобальные события, такие как, например, пандемии, могут серьезно повлиять на MICE-индустрию, как это видно на примере COVID-19

SWOT-анализ ландшафта MICE-туризма в Казахстане выявил сочетание сильных сторон и перспективных возможностей, наряду с текущими ограничениями и потенциальными вызовами. Стратегическое географическое расположение страны, поддержка государства и развитая инфраструктура создают устойчивую основу для продвижения Казахстана как значимого направления в MICE-индустрии. Богатое культурное наследие страны предоставляет возможность объединять деловые мероприятия с уникальными культурными впечатлениями для участников.

Однако остаются проблемы. Ограниченная глобальная известность Казахстана в MICE-секторе, централизованность производственных мощностей и дефицит квалифицированных специалистов подчеркивают необходимость в стратегических улучшениях. Важно сосредоточиться на маркетин-

говых инициативах, развитии кадров и расширении инфраструктуры за пределами крупных городов.

Использование потенциала вторичных городов, цифровизация процессов и развитие международных партнерств могут сделать Казахстан ведущим игроком в MICE-индустрии. Для обеспечения устойчивого роста необходимо также активно противостоять глобальной конкуренции и геополитическим рискам [9].

Таким образом, Казахстан стоит на пороге значительной трансформации в сфере MICE-туризма. Рациональное использование сильных сторон, устранение слабых, эффективное использование возможностей и проактивная защита от угроз могут сделать страну заметным игроком на мировой арене MICE. Авторы также предлагают рекомендации по дальнейшему развитию отрасли в Казахстане (Рисунок 4).

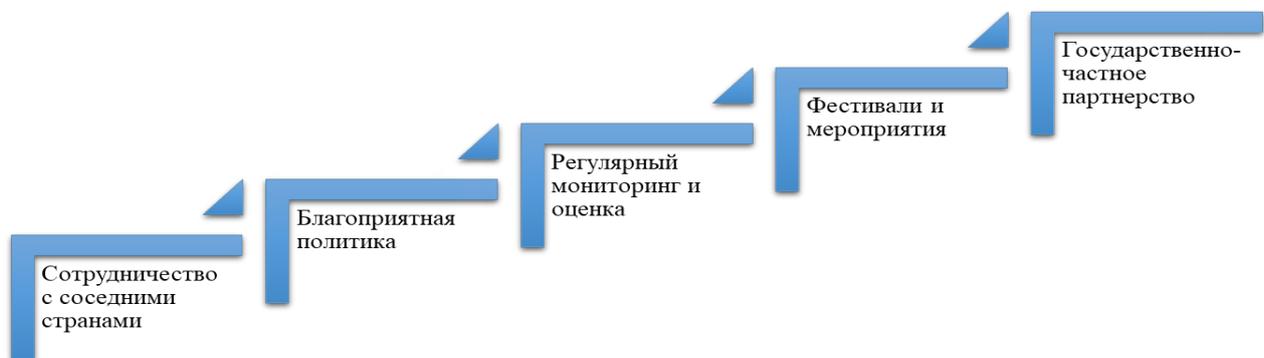


Рисунок 4 – Рекомендации по развитию MICE-туризма в Казахстане (составлено авторами)

– Сотрудничество с соседними странами: инициирование трансграничных туристских пакетов с соседними странами, чтобы предложить разнообразный опыт.

– Благоприятная политика: внедрение политики, благоприятствующую туризму, такую как получение визы по прибытии или электронной визы для граждан основных стран, являющихся источниками туристов.

– Регулярный мониторинг и оценка: проведение регулярных аудитов туристических объектов с целью убедиться, что они соответствуют мировым стандартам.

– Фестивали и мероприятия: организация и продвижение ежегодных мероприятий или фестивалей, которые могут привлечь туристов по всему миру.

– Государственно-частное партнерство: поощрение партнерских отношений между правительством и частными структурами для увеличения инвестиций в туристическую инфраструктуру и услуги.

Заключение. Систематически реализуя данные стратегии и ориентируясь на данные рекомендации, Казахстан может задействовать свой

огромный потенциал и стать ведущим направлением массового туризма на карте мира.

Потенциал МІСЕ-туризма в Казахстане огромен и полон возможностей. По мере расширения глобальных деловых мероприятий и конференций страны, которые могут предоставить уникальные впечатления, современные удобства и культурное погружение, будут выделяться в качестве предпочтительных направлений. Казахстан с его стратегическим расположением, богатым культурным наследием и приверженностью развитию инфраструктуры, готов занять значительную нишу в секторе МІСЕ. Однако реализация этого потенциала требует согласованных усилий в области стратегического маркетинга, наращивания потенциала и постоянного совершенствования предложений. Прислушиваясь к обсужденным рекомендациям и придерживаясь дальновидного подхода, Казахстан может не только развить свой МІСЕ-туризм, но и повысить свою общую глобальную туристическую привлекательность. Предстоящий путь многообещающий, и при правильных шагах страна может достичь значительных успехов в МІСЕ-туризме, извлекая экономические, социальные и культурные выгоды.

Список литературы

- 1 Сайт UNWTO <https://www.unwto.org/archive/asia/event/unwto-htc-high-level-symposium-mice-tourism> Электронный ресурс. Дата обращения 4.10.2023.
- 2 Организация и управление деловым туризмом (МІСЕ-туризмом) : методические указания / М-во образования и науки Российской Федерации, Санкт-Петербургский гос. политехнический ун-т ; [сост. Иванов Ю. М., Алейников А. В.]. – Санкт-Петербург : Изд-во Политехнического ун-та, 2011. – 68 с.
- 3 Банцер У.Н. МІСЕ-индустрия. Современные тенденции организации и проведения МІСЕ-мероприятий МІСЕ-industry: материалы X международной научно-практической конференции. Санкт-Петербург: Ленинградский государственный университет им. А.С. Пушкина, 2018. – С. 58-61.
- 4 Орджоникидзе М.М. Развитие делового туризма региональной туристской отрасли и его продвижение на внутреннем и международном рынках: монография. – Санкт-Петербург, 2010. – 237 с.
- 5 Economical analysis of MICE tourism development in Kazakhstan / K.P. Mussina, L.M. Mutaliyeva, A.Z. Assylkhanova [et al.] // *Espacios*. – 2019. – Vol. 40, No. 6.
- 6 Каирова А.А. Личность бренда туристской дестинации / А. А. Каирова // *Вестник университета Туран*. – 2019. – № 4(84). – С. 180-185.
- 7 Курбатова Е.А. МІСЕ-индустрия: понятие, современное состояние и тенденции развития делового туризма в мире: сборник материалов XX Международной научно-практической конференции, Москва, 21–22 января 2020 года. – Москва: Российский университет дружбы народов (РУДН), 2020. – С. 475-484.
- 8 Айрапетян В.Г. Роль МІСЕ-индустрии в развитии туризма / В. Г. Айрапетян // *Евразийское Научное Объединение*. – 2020. – № 10-4(68). – С. 263-265.
- 9 Маканова Д.Е. Современное состояние и перспективы развития делового туризма в Казахстане // *Сфера знаний: вопросы науки в интерпретации современного образовательного процесса: сборник научных трудов*. – Казань, 2018. – С. 180-184.

References

- 1 Sajt UNWTO <https://www.unwto.org/archive/asia/event/unwto-htc-high-level-symposium-mice-tourism> Jelektronnyj resurs. Data obrashhenija 4.10.2023.
- 2 Organizacija i upravljenje delovym turizmom (MICE-turizmom) : metodicheskie ukazanija / M-vo obrazovanija i nauki Rossijskoj Federacii, Sankt-Peterburgskij gos. politehnicheskij un-t ; [sost. Ivanov Ju. M., Alejnikov A. V.]. – Sankt-Peterburg : Izd-vo Politehnicheskogo un-ta, 2011. – 68 s.

- 3 Bancer U.N. MICE-индустрија. Sovremennye tendencii organizacii i provedeniya MICE-meroprijatij MICE-industry: materialy X mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii. Sankt-Peterburg: Leningradskij gosudarstvennyj universitet im. A.S. Pushkina, 2018. – S. 58-61.
- 4 Ordzhonikidze M.M. Razvitie delovogo turizma regional'noj turistskoj otrasli i ego prodvizhenie na vnutrennem i mezhdunarodnom rynkah: monografiya. – Sankt-Peterburg, 2010. – 237 s.
- 5 Economical analysis of MICE tourism development in Kazakhstan / K.P. Mussina, L.M. Mutaliyeva, A.Z. Assylkhanova [et al.] // Espacios. – 2019. – Vol. 40, No. 6.
- 6 Kairova A.A. Lichnost' brenda turistskoj destinacii / A. A. Kairova // Vestnik universiteta Turan. – 2019. – № 4(84). – S. 180-185.
- 7 Kurbatova E.A. MICE-индустрија: ponjatie, sovremennoe sostojanie i tendencii razvitija delovogo turizma v mire: sbornik materialov HX Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii, Moskva, 21–22 janvarja 2020 goda. – Moskva: Rossijskij universitet druzhby narodov (RUDN), 2020. – S. 475-484.
- 8 Ajrapetjan V.G. Rol' MICE-индустрии v razvitii turizma / V. G. Ajrapetjan // Evrazijskoe Nauchnoe Ob#edinenie. – 2020. – № 10-4(68). – S. 263-265.
- 9 Makanova D.E. Sovremennoe sostojanie i perspektivy razvitija delovogo turizma v Kazahstane // Sfera znaniy: voprosy nauki v interpretacii sovremennogo obrazovatel'nogo processa: sbornik nauchnyh trudov. – Kazan', 2018. – S. 18

Хат-хабарларга арналган автор (бірінші автор) Батырбекова Аниэль Нурланбеккызы, студент, Қазақ спорт және туризм академиясы, Алматы қ., Қазақстан e-mail: batyrbekovaaniel@gmail.com ORCID iD: https://orcid.org/0009-0000-6632-1796	Автор для корреспонденции (первый автор) Батырбекова Аниэль Нурланбеккызы, студентка, Казахская академия спорта и туризма, г. Алматы, Казахстан e-mail: batyrbekovaaniel@gmail.com ORCID iD: https://orcid.org/0009-0000-6632-1796	The Author for Correspondence (The First Author) Batyrbekova Aniel Nurlanbekkyzy, student, Kazakh Academy of Sports and Tourism, Almaty, Kazakhstan e-mail: batyrbekovaaniel@gmail.com ORCID iD: https://orcid.org/0009-0000-6632-1796
--	--	--

Дата поступления статьи: 26.08.2024