



УНИВЕРСИТЕТ
ЛОБАЧЕВСКОГО

Институт экономики и
предпринимательства

Деловой туризм

Баранова Наталья Александровна,
кандидат политических наук, доцент кафедры
сервиса и туризма



Деловой туризм – содержание и история

Учебные вопросы:

1. Деловой туризм: подходы и определения.
2. Деловой туризм как часть туристской сферы.
3. Особенности развития делового туризма в современном мире, связь с глобализацией.

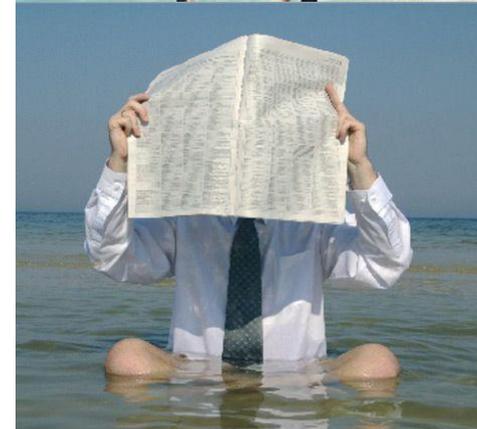


Вопрос 1

1. Деловой туризм: подходы и определения.

1. **Деловой туризм** - это поездки (командировки) сотрудников компаний или организаций с деловыми целями, либо организация корпоративных мероприятий.

2. *К 2020 году количество международных деловых поездок возрастет в три раза — с 564 млн. до 1, 6 млрд. в год.*



Соотношение и взаимосвязь:

business travel (BT) и деловой туризм.

business travel - это путешествие, цель и место пребывания которого поставлены бизнесом, при этом все затраты возмещаются компанией.

«business travel» – путешествие с деловой и профессиональной целями в рабочее время без получения дохода по месту пребывания.

Соотношение и взаимосвязь:

business travel (BT) и деловой туризм.

И.В. Зорин и В.А. Квартальнов в «Энциклопедии туризма» трактуют **деловой туризм** как «временные командировки и поездки со служебными целями, включая участие в конференциях, конгрессах и т.д. без получения доходов в месте командировки»

Соотношение и взаимосвязь:

business travel (BT) и деловой туризм.

В словаре-справочнике «Туризм, гостеприимство, сервис» под деловым туризмом понимается «туристское путешествие с деловыми целями без получения доходов по месту командировки» .

А.Т. Кириллов и Л.А. Волкова под деловым туризмом понимают «поездки, связанные с выполнением профессиональных обязанностей»

Деловой путешественник – это лицо, совершающее рабочую поездку с целью реализации профессиональных задач.



Деловой турист – это деловой путешественник, преследующий реализацию познавательных и рекреационных целей.



В России термин MICE начал использоваться с 2002 года, благодаря усилиям Ассоциации делового туризма (Russian Business Travel Association, RBTA).



Деловой туризм – содержание и история

термин MICE :

M – Meetings (встречи),

I – Incentives (инсентив),

C – Conferences (конференции),

E – Exhibitions (выставки)



Съезд – собрание представителей каких-нибудь организаций, групп населения и т.д.;

Конгресс – съезд, совещание, как правило, международного характера.

Симпозиум – совещание, конференция по специальному научному вопросу.

Форум – массовое представительское собрание, съезд.

Конференция – собрание представителей различных организаций (а также групп, специалистов, ученых) для обсуждения каких-либо вопросов или проблем.



Семинар – групповые практические занятия для повышения квалификации;

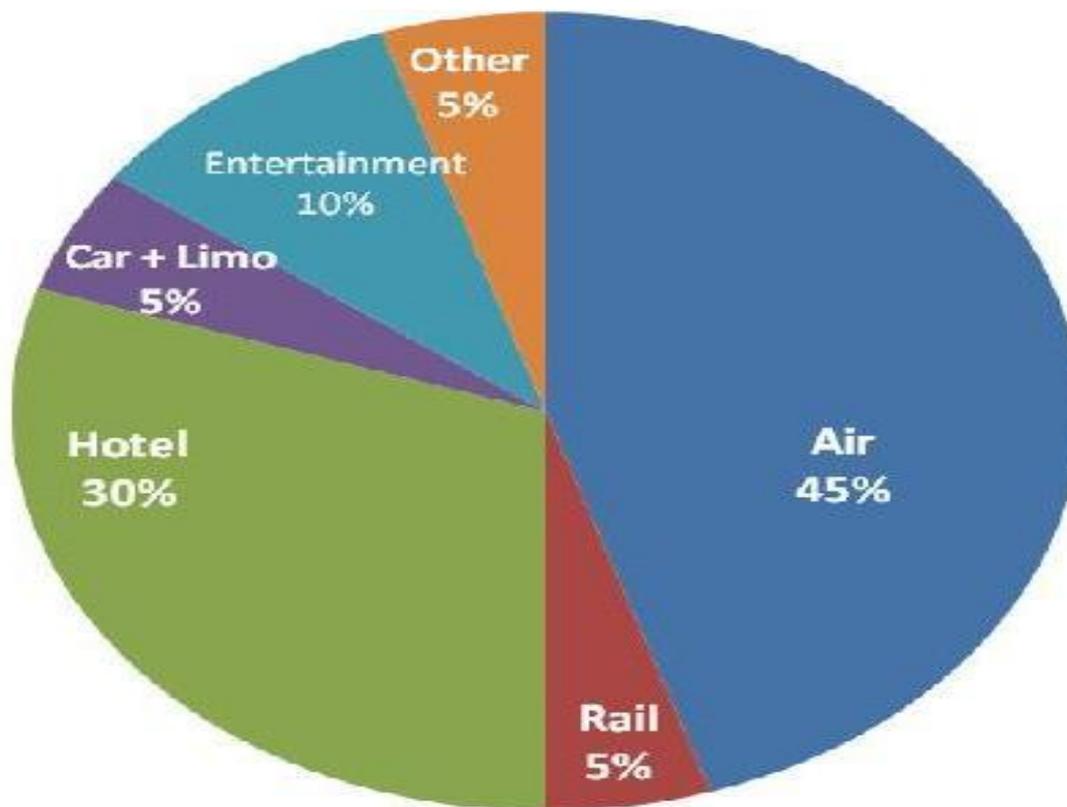


Собрание – совместное присутствие где-нибудь людей, чем-нибудь объединенных, заседание членов какой-нибудь организации.

Встреча – собрание, устраиваемое с целью познакомиться, побеседовать с кем-нибудь.



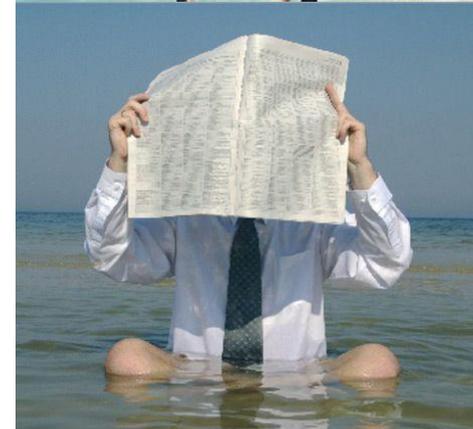
Business Travel Russia Assumed Split of volume in %



2. Деловой туризм как часть туристской сферы.

Встречи отличаются объемом используемых ими услуг индустрии туризма:

конгресс-центров,
концертные залы,
театры,
учебные заведения,
Рестораны, отели,
музеи,
теплоходы, тематические парки.



Вопрос 2

Для выбора мест корпоративные организаторы привлекают сторонних помощников, т. е. различные агентства, имеющие опыт работы в этой сфере и собственную базу данных (иногда через эти агентства осуществляется 70% резервирования).

- ✓ Одной из ведущих международных организаций по продвижению крупных региональных конгрессных центров является Европейская федерация по проведению конференций городов (**European Federation of Conference Towns-EFCT**), которая базируется в Брюсселе и объединяет 70 членов из 22 стран Западной и Восточной Европы.

Международные ассоциации в сфере делового туризма

▣ **AIPC** (www.aipc.org) – Международная ассоциация конгресс-центров (*International Association of Congress Centres*), включающая представителей 49 стран со всего мира;

CIMPA (www.cimpa.org) – Международная онлайн-овая ассоциация профессиональных организаторов мероприятий (*Connected International Meeting Professionals Association*).

В CIMPA вступают руководители ассоциаций, организаторы шоу и деловых встреч, туроператоры и специалисты по инсентив-туризму, бизнес-тренеры, докладчики, представители отелей, авиакомпаний, фирм по прокату автомобилей и круизных судов, и т.д.;

- ✓ event-деятельность выступает как фактор углубления интеграции, формирования единого информационного и экономического пространства, развития бизнеса, причем не только торгового, но особенно инновационного, венчурного.

3. Особенности развития делового туризма в современном мире, связь с глобализацией.

- ✓ 60% мирового туризма приходится на деловой туризм.
- ✓ От 55% до 60% мест в отелях по всему миру заполняется как раз за счет деловых поездок.
- ✓ Этот динамичный рынок обеспечивает ежегодно 610 млн. деловых поездок и почти \$430 млрд. финансового оборота.

Развитие делового туризма в России

Ёмкость российского рынка деловых поездок в 2004 г. оценивалась в 860 млн. долларов США: 80% из них пока приходится на бронирование авиабилетов и гостиничных мест и лишь 20% - на дополнительные услуги.

75-80% рынка делового туризма приходится на Москву и [Санкт-Петербург](#).

Вопрос 3

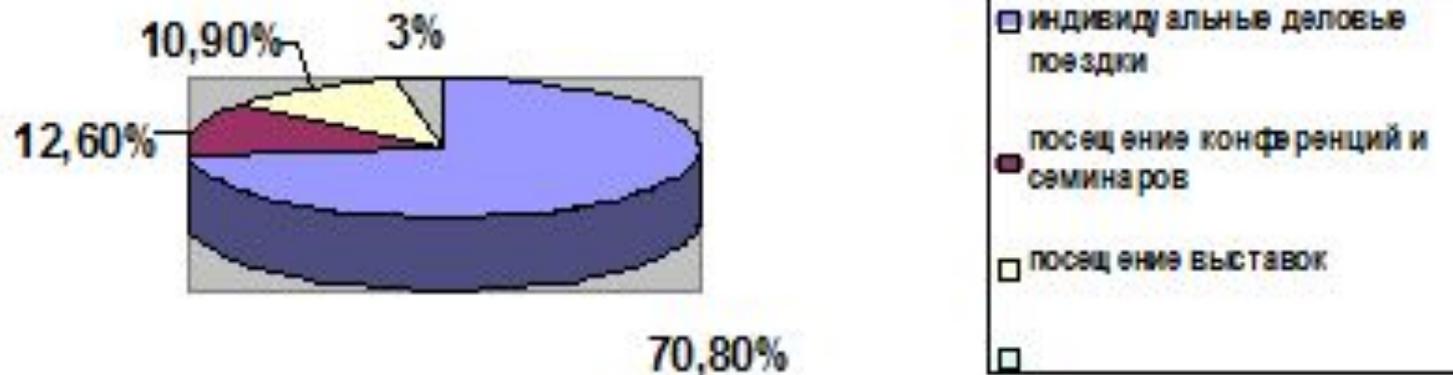


Рис. 2 Структура мирового бизнес-туризма по целям посещения

Вопрос 3

✓ Деловой туризм оказывает воздействие на развитие экономики тех стран, где он активно пропагандируется вследствие своих отличительных особенностей:

- внесезонностью (мероприятия с участием деловых путешественников проводятся в течение всего года);
 - прогнозируемостью (мероприятие планируется за значительный срок до его проведения);
 - массовостью;
 - ориентацией на потребление услуг среднего и высокого качества, а также широким спектром дополнительных услуг.

В целях развития делового туризма в России необходимо:

- активизировать государственную политику в области делового (особенно въездного) туризма.
- создать законодательную базу в области делового туризма, а также усовершенствовать туристское законодательство;
- обеспечить поддержку деятельности общественных организаций;
- дать жизнь консалтинговым структурам, специализирующимся в области делового туризма
- адаптировать и продвигать международные стандарты и технологии.