



УНИВЕРСИТЕТ
ЛОБАЧЕВСКОГО

Институт экономики и
предпринимательства

Деловой туризм

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



Тема 2. Виды делового туризма

Учебные вопросы:

Виды делового туризма:

- **Конгрессно-выставочный туризм,**
- **Инсентив-туризм**
- *Event- мероприятия*



Конгрессно-выставочный туризм

Под конгрессно-выставочным туризмом понимают деятельность, связанную с организацией конгрессов, выставок, ярмарок, конференций и прочих мероприятий.



Конгрессы, особенно международные, ориентируются на эксклюзивное обслуживание, тем самым обеспечивая загрузку лучших гостиниц города.



Конгрессный туризм имеет одну отличительную особенность - у него должен быть крупный корпоративный заказчик: правительство, отдельные министерства, крупные корпорации и холдинги.



Объем рынка конгрессного туризма приходится на Европу (80 %),



12-я Международная выставка и конференция
по деловому туризму и корпоративным
мероприятиям
21–24 сентября 2016
ЦВК «Экспоцентр»

Инcentив туризм

Понятие "incentive" (англ.) трактуется как побудительный, поощряющий. Под данным видом туризма подразумевают поездки, которыми коммерческие фирмы награждают своих сотрудников за высокие показатели в работе или мотивируют их к более производительному труду в будущем

Выделяют два вида инсентив туров:

- ✓ индивидуальные туры;
- ✓ выездные семинары, конференции, дилерские школы.

Инсентив туризм преследует несколько целей:

- презентация и продвижение нового продукта или услуги;
- повышение производительности и качества;
- создание дилерской и агентской сети;
- формирование лояльной и сплоченной команды.

В зависимости от целей выделяют три вида ин센див программ:

- 1) поощрительные программы;
- 2) мотивационные программы;
- 3) построение команды (team building).

Доля инсентива в секторе делового туризма составляет только 8 %, а в общем потоке посещающих, например, Испанию и Францию, "премированные" туристы занимают не более 5- 7%.

Тема 2

Итак, в инсентив туризме около 80 % поездок приходится на Европу, 10 % - на США, 6 % - на страны Юго Восточной Азии, 4 % - на другие направления.



Специфичные требования для инсентив-путешествий:

1. Уникальность.
2. Фантазия и экзотика.
3. Исключительность. По окончании путешествия его участники должны быть уверены, что они посетили необычное место и встретились с интересными людьми.
4. Оригинальность.

Event- мероприятия

Термин *event* переводится как *событие*.

1. По форме проведения классифицируются:

**международные,
национальные,
межрегиональные,
региональные,
городские (местные),
локальные (частные, внутрифирменные).**

2. По своему содержанию (или по тематическому критерию) все мероприятия можно разделить на **деловые и научные**.

В этом смысле деловые мероприятия можно разделить на две категории:

универсальные (общеекономические) и отраслевые (специализированные).



Тема 2

Обычно деловые мероприятия короче научных, их стандартная длительность – 1–2 дня. Научные порой растягивают на 4–6 дней (с учетом культурной программы).



Для формирования программы научной конференции нужно:

- объявить о проведении конференции;
- широко разослать приглашения к участию в ней;
- из числа ведущих ученых создать программный комитет, который рассмотрит поступившие отклики и отберет наиболее интересные заявки;
- в итоге, составить программу.

Ваша компания может быть:

- заказчиком мероприятия;
- организатором собственного мероприятия, цель которого – презентация какого-либо вашего товара или самой фирмы;
- организатором мероприятия, проводимого по чьему-либо заказу;
- организатором своего мероприятия, проводимого ради получения прибыли.

Ваша компания может быть:

- заказчиком мероприятия;
- организатором собственного мероприятия, цель которого – презентация какого-либо вашего товара или самой фирмы;
- организатором мероприятия, проводимого по чьему-либо заказу;
- организатором своего мероприятия, проводимого ради получения прибыли.