



УНИВЕРСИТЕТ  
ЛОБАЧЕВСКОГО

Институт экономики и  
предпринимательства

# Деловой туризм

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



## Тема 3. Организация деловых туров

*Учебные вопросы:*

1. МICE-мероприятия
2. Специфика организации корпоративных мероприятий.



**Meetings** – встречи, организация деловых встреч под ключ.

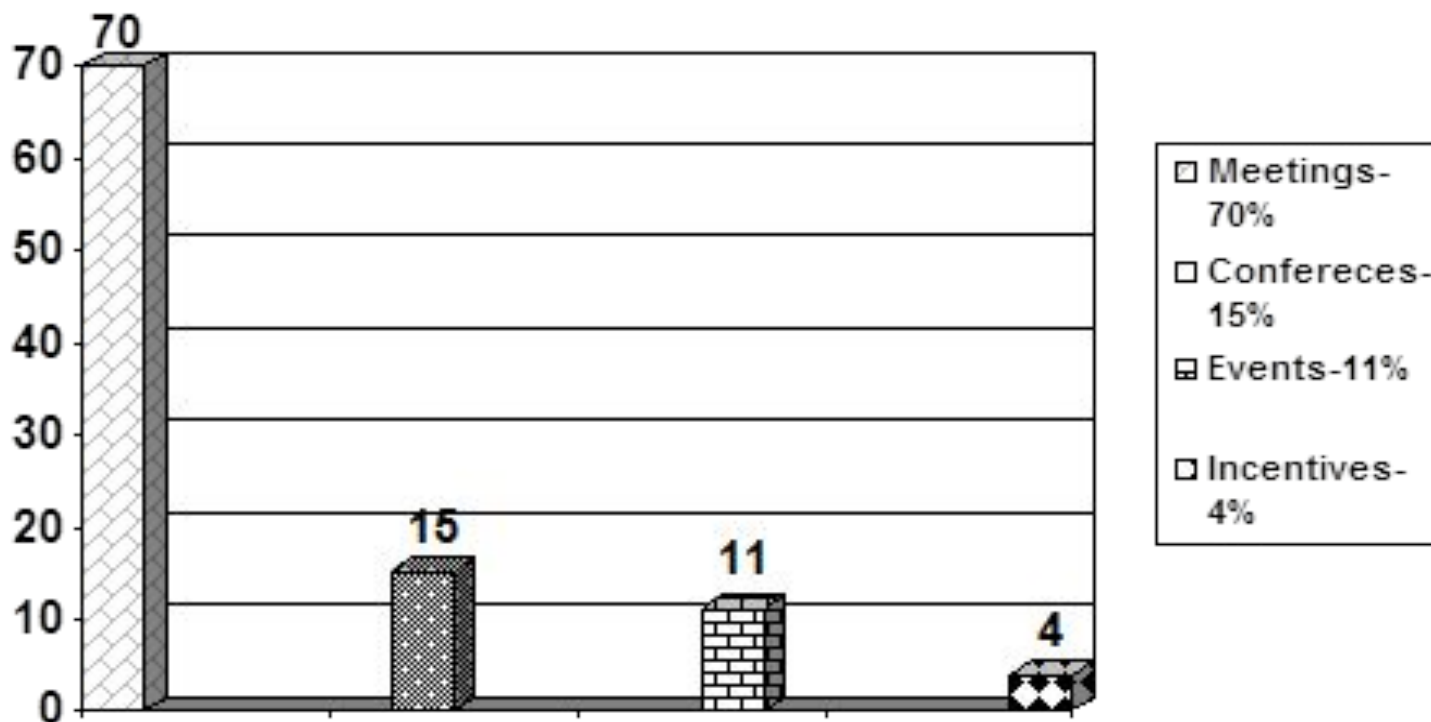
**Incentive** – побуждение, стимулы. Следовательно, это слово обозначает поощрительные, стимулирующие поездки для сотрудников, партнеров или клиентов, как правило, на отдых.

**Conference** – комплекс услуг по организации тематических корпоративных конференций.

**Events / Exhibitions** – участие в международных отраслевых выставках в качестве экспонента или посетителя с целью привлечения внимания к товарам или услугам (в первом случае) или с целью поиска таковых (во втором случае).

По прогнозам специалистов, к 2020 году доходность индустрии MICE возрастет в 5 раз — до 2 трлн. долл. в год.

Рудская Е. Н., Скабарова А. А. Деловой туризм: проблемы, тенденции, перспективы // Молодой ученый. — 2015. — №8. — С. 639-646.<http://moluch.ru/archive/88/17089/>



## Сферы MICE:

- ✓ деловые встречи,
- ✓ мотивационные поездки (одновременно делового и развлекательного характера), научно-практические конференции,
- ✓ учебные семинары,
- ✓ корпоративные события.

## Цели MICE:

- ✓ мотивация персонала,
- ✓ развитие профессиональных и межличностных коммуникации,
- ✓ обучение персонала, партнёров и клиентов компании,
- ✓ PR компании и бренда с целью популяризации их ценностей, философии и возможностей для внутреннего и внешнего потребителя.

## Специфика индустрии MICE:

- ✓ внесезонность,
- ✓ прогнозируемость,
- ✓ плановость мероприятий,
- ✓ ориентация на клиента с высоким уровнем доходов.

## **Менеджмент MICE – это организация деловых поездок в индустрии туризма, предполагающий:**

- разработку предложений для корпоративного клиента;
- разработку плана деловой и культурной программ;
- бронирование отелей, трансферов, авиабилетов, страховых полисов;
- организацию деловых и мотивационных мероприятий;
- консультации по визовым вопросам, контроль за оформлением и получением визы;
- контроль за взаимодействием между поставщиками сервисных услуг;
- контроль на месте организации трансферов, размещения,
- обеспечение работы оборудования для мероприятий;
- организация развлекательных программ и банкетов.



MICE-агентства должны уметь организовать бизнес-поездку «под ключ» в любую точку планеты и с любыми пожеланиями заказчика.



с 2015 года в России упразднено сразу три документа:

- служебное задание с указанием цели поездки
- командировочное удостоверение
- письменный отчёт о выполненном задании.

теперь, **российскому MICE-туристу** перед поездкой необходимо будет составить авансовый отчёт, на основании которого бухгалтерия обязана будет выдать ему деньги на командировочные расходы.

## MICE в отеле. Тренды 2016

□ **Технологические тренды** агентство EventMB – 75% участников рынка MICE планируют использовать новые технологии, каждый второй из них – мобильные приложения для обеспечения работы мероприятий

Основная задача мобильного приложения – облегчить участнику доступ к материалам конференции или семинара, дать возможность ему загрузить данные спикеров и презентации

## MICE в отеле. Тренды 2016

- **Онлайн трансляции** Это требует устойчивой работы WiFi с хорошей скоростью, а также возможностей для размещения оборудования для съемок.
- **Мобильная забота** Обеспечивая возможность быстрой подзарядки для мобильных устройств, вы приобретаете дополнительное преимущество при продажах в MICE
- **Долевое участие** два разных организатора могут разделить расходы на свои мероприятия, если они проходят синхронно на одной площадке.

ожидаемые сувениры для участников мероприятия в 2016 году – традиционные USB накопители, удобные сумки для конференций и термические емкости с возможностью повторного использования.

## MICE в отеле. Тренды 2016

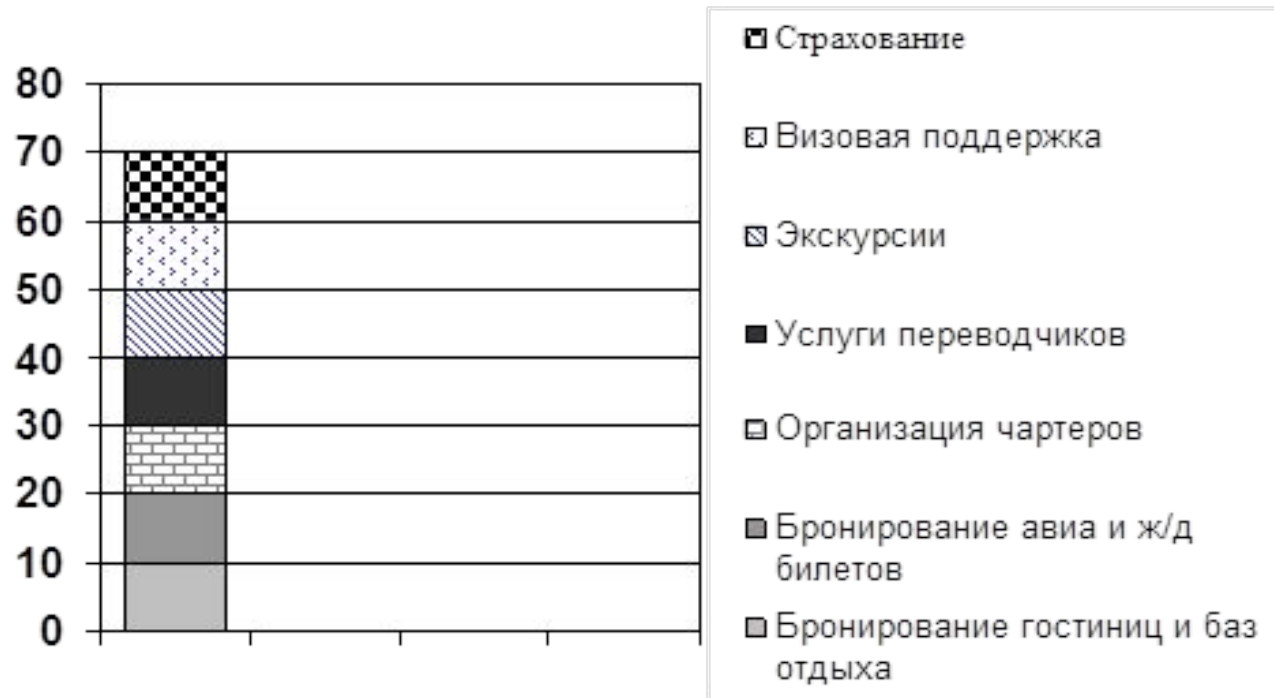
- **Организация питания** уменьшение размеров порций на кофе-брейках и фуршетах. Блюда не должны занимать много времени и мешать постоянной коммуникации участников друг с другом
- **Чувствительность к уровню сервиса** Демонстрируя высокую квалификацию сотрудников и способность решать задачи оперативно и качественно, отель обеспечивает себе шансы на победу в конкурентной борьбе.
- **Развлечения** В зависимости от характера события они могут быть длительными или «разбавлять» деловую активность. Установка фото-аттрактантов (конструкций с хэштэгами и логотипом компании, «живых скульптур», ретро игровых автоматов или кабинок для сэлфи)

## MICE в отеле. Тренды 2016

- **Нестандартные предложения** Это услуги по дизайну, транспорту, обеспечению безопасности, анимации и т.д. Принцип «Think out of the box» становится не преимуществом, а способом выдержать конкуренцию на нестабильном рынке.
- На сегодняшний день успешная работа в MICE сегменте для отелей возможна не просто обеспечением потребностей заказчика, а, в первую очередь, способностью предложить ему наиболее эффективные инструменты для организации успешного мероприятия.

## 2. Специфика организации корпоративных мероприятий **corporate events**

*Организация корпоративного туризма включает в себя следующий перечень услуг*



**Корпоративное мероприятие** – это строго регламентированное мероприятие, проводимое в заранее определенном месте в запланированное время, в котором активно участвуют сотрудники компании.





### Особенности корпоративного мероприятия:

1. Это должно выражать принципы существующей корпоративной культуры организации, (это продвижения корпоративных легенд, мифов, это способ создания контакта, передачи ценностей и правил поведения).
2. Совместное участие в нем сотрудников одной организации, т.е. оно должно быть ориентировано на достижение определенной цели организации посредством совместных усилий участников мероприятия.
3. Должно выводить сотрудников за рамки профессиональных отношений.

Основные признаки корпоративного мероприятия:

- ✓ наличие общей цели;
- ✓ совместное осознанное участие сотрудников организации;
- ✓ определенное место и время проведения.



может помочь руководству компании решить такие задачи:

- диагностика психологического климата в коллективе;
- развитие корпоративной культуры;
- генерация положительных эмоций;
- сплочивание коллектива в совместной деятельности;
- обретение новых идей и направления развития бизнеса;
- снятие нервного напряжения, возникшего из-за кадровых перестановок, конфликтов, временного уплотнения рабочего графика;
- знакомство сотрудников друг с другом;

### Виды корпоративных мероприятий:

- **деловые** (прием у руководителя, собрания, презентации, подведение итогов года);
- **развивающие** (семинары, мастер-классы, тренинги, конференции);
  - **командообразующие, или team-building** (тренинги на сплочение, деловые игры, конкурсы, веревочный курс, походы);
- **спортивные** (игры, соревнования, забеги, турниры);
- **развлекательные** (корпоративные праздники, фуршеты, концерты, корпоративные мероприятия на природе);
- **торжественные** (награждение сотрудников, присвоение званий)

По составу участников корпоративные мероприятия разделяются на:

- ✓ внутренние (закрытые) – мероприятия, в которых участвуют только сотрудники компании;
- ✓ открытые мероприятия – с участием приглашенных лиц (деловых партнеров, представителей власти, средств массовой информации и т.д.);
- ✓ массовые мероприятия – с доступом к участию всех желающих.

Корпоративные мероприятия разделяются по месту проведения:

"Корпоративы" могут проводиться на собственной территории (конференц-зал, банкетный зал, кабинет) Или на выезде (гостиница, дом культуры, теплоход, дом отдыха, база отдыха, пансионат, загородный клуб).

*Корпоративные мероприятия — одна из основ формирования корпоративной культуры*

### Типология и категории гостей (целевые группы):

ВИП – Персоны – в соответствии с существующим статусом и профилем организации.

Журналисты,

Основная целевая аудитория внешнего праздника – это партнеры, полуответственные чиновники средней руки, простые депутаты, поставщики и партнеры.

Персонал – участники и зрители.

### **Планирование корпоративных мероприятий**

- заинтересованность сотрудников в предстоящем событии (предварительно выясняется путем опроса);
- добровольность участия в мероприятии;
  - четкие временные рамки; дата проведения должна устраивать большинство;
  - тщательно и заранее подобранное помещение, (конференции, праздника);
  - подготовка четкого, подробного сценария корпоративного мероприятия, согласование его со всеми, кто принимает участие в организации, выступает;
- ответственный подход к оформлению: от приглашений на корпоратив до дизайна зала.