

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

на тему: «Основные тенденции развития делового туризма
в Республике Казахстан»
по специальности

Выполнила
Научный руководитель

Астана 2017

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность Деловой туризм сегодня, один из динамичных, перспективных и экономически результативных видов в туристской индустрии. Его доля в международном туристском обмене составляет 60%. Деловой туризм играет все большую роль в международном, внутреннем и иностранном туризме.

Каждый год, деловые люди со всего мира совершают более 100 млн. деловых поездок. По мнению иностранных экспертов, в ближайшие годы, численность международных деловых поездок увеличится в 3 раза – с 564 млн. до 1,6 млрд. в год.

При всем этом, прибыль от делового туризма, увеличится в 5 раз – с 400 млрд. долларов США до 3 трлн. долл. в год.

Американская организация «Круглый стол делового туризма», провела исследование и пришла к выводу, что повышение прибыли в этой сфере, на один миллиард долларов, что дает возможность, создать 100 тыс. новых рабочих мест. Все это подтверждает, что деловой туризм является, одним из ведущих и динамично развивающихся комплексов мировой экономики. В ближайшие 10 лет, темпы роста делового туризма, будут достаточно высокими. По мировым прогнозам, к 2020 г. объемы делового туризма увеличатся втрое [2,с.10].

Область делового туризма, В Казахстане, имеет все возможности для своего развития, в связи с тем, что средний и малый бизнес, довольно деятельно развивается.

Деловой туризм, на мировой арене, представляет всевозможные международные конференции, конгрессы, форумы, которые содействуют формированию международных контактов, упрочению авторитета за рубежом, вхождению в деловое международное пространство.

Предмет исследования - эффективные методы развития делового туризма, как регионов РК, так и всего государства.

Объект исследования - деловой туризм в РК.

Цель исследования состоит в анализе состояния делового туризма в РК и разработке рекомендаций по дальнейшему развитию делового туризма в РК.

В связи с поставленной целью, в исследовании решались следующие **задачи**:

- выявить экономическую сущность делового туризма, его особенности, типы и факторы развития;
- изучить теоретические основы формирования и развития делового туризма в РК и опыт зарубежных стран, как инструмента инновационного развития;
- изучить состояние и потенциал, развития делового туризма, как сектора экономики Казахстана;
- предложить мероприятия по дальнейшему развитию делового туризма в Казахстане.

- ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ДЕЛОВОГО ТУРИЗМА В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Изучив научную литературу, можно сделать выводы о значении определения такого понятия, как деловой туризм. Следует, что современный деловой туризм, необходимо рассматривать в 2х качествах:

1. *Деловой туризм* представляет систему экономических, организационных и социальных отношений, которые возникают благодаря деловым поездкам и нацелены на достижение коммерческих целей.
2. *Деловой туризм* представляет некую школу делового взаимодействия, обеспечивающий достижение цели, дающий эффективность деловых поездок, для быстрого и результативного решения коммерческих вопросов. Также, деловой туризм специализируется на организации коммерческих или бизнес – поездок. А значит, под деловым туризмом предлагается рассматривать не просто поездки с деловыми целями, а систему взаимосвязанных финансовых, организационных и социальных отношений, которые образуются в процессе данной поездки.

Категории бизнес-поездки



В качестве необходимых компонентов делового туристского продукта можно назвать следующее:

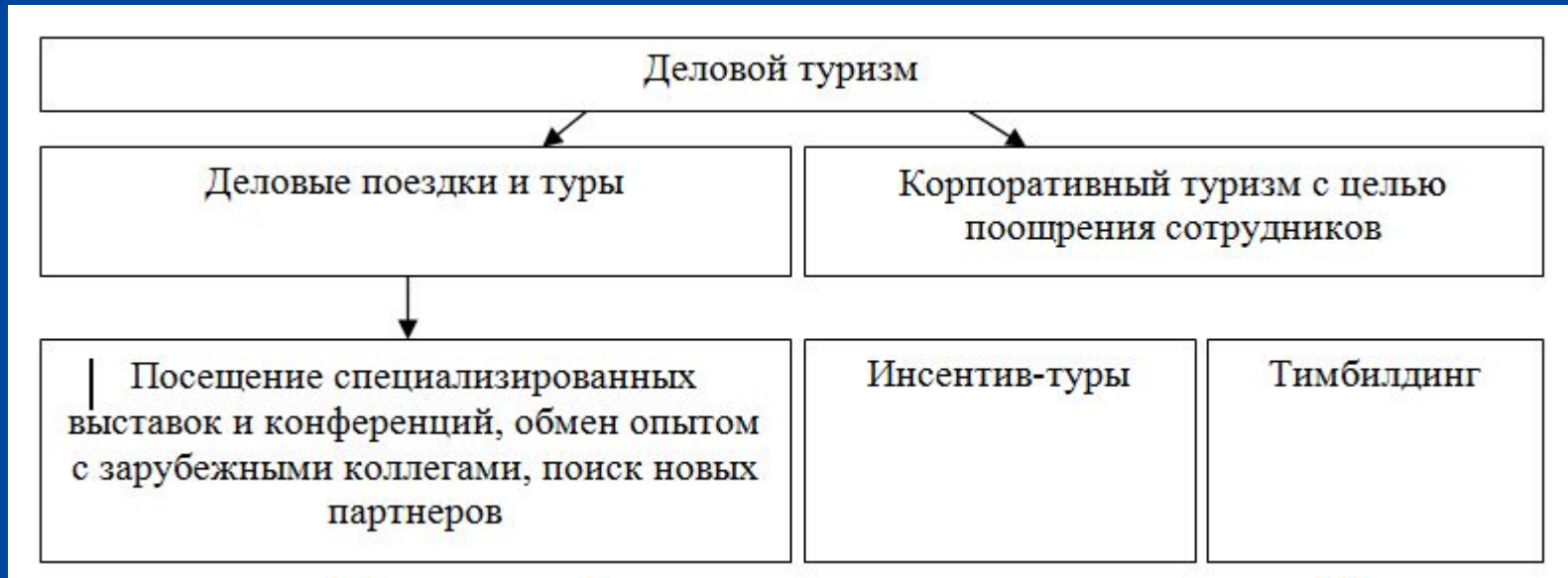
- использование природных ресурсов с пользой для страны и как наименее дорогого сегмента туристского продукта [5,с.28];
- использование исторических, архитектурных достопримечательностей, которые могут привлечь туриста;
- использование оборудования международного уровня.

Существует целый ряд особенностей, при помощи которых, деловой туризм воздействует на развитие экономики и политики государства, при условии, что деловой туризм является приоритетным. Можно перечислить эти особенности:

1. Мероприятия для бизнес – туристов проводятся круглый год.
2. Можно спланировать мероприятие заранее.
3. Большой поток желающих.
4. Потребление услуг высокого качества.



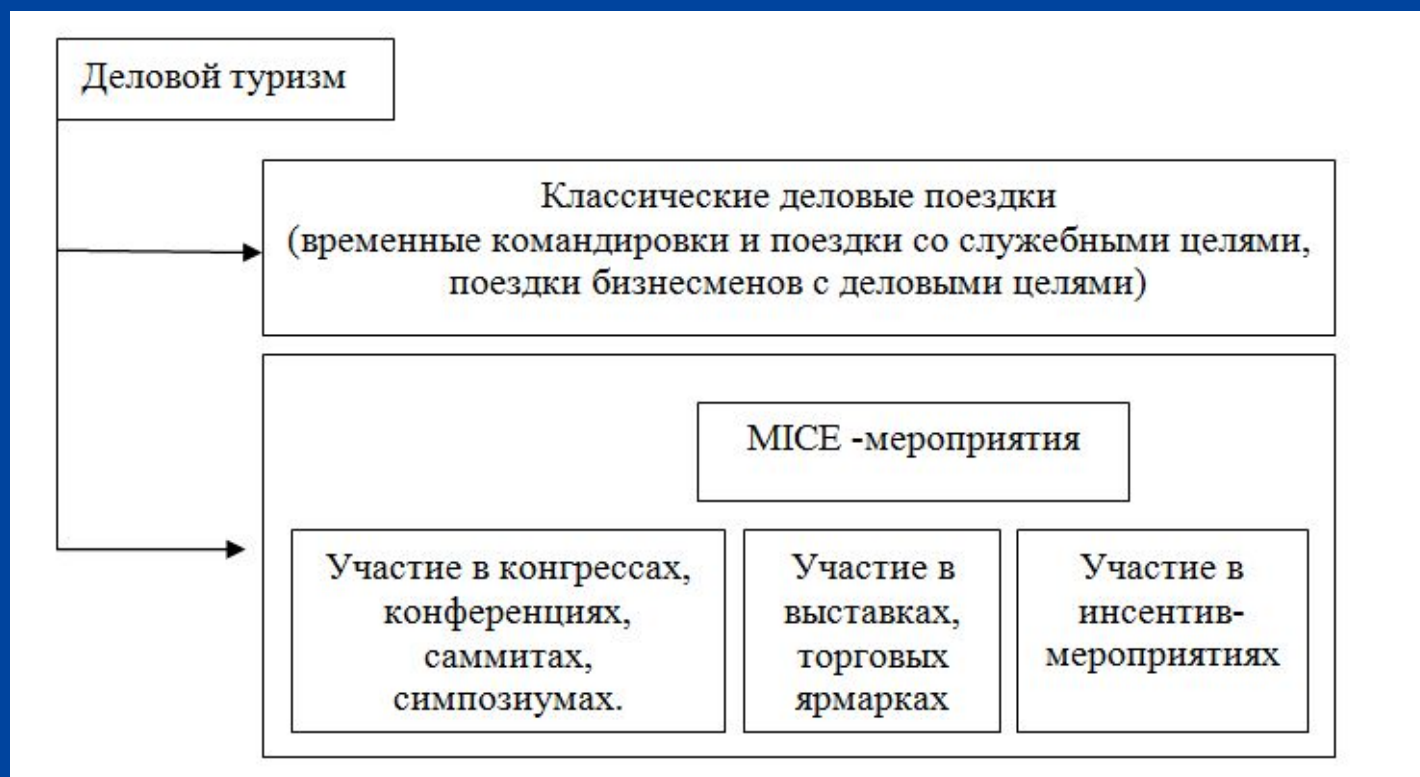
Виды делового туризма



Деловой туризм – это обширное понятие в индустрии туризма, в структуре которого, можно акцентировать на два главных сегмента - обыкновенные деловые встречи и сегмент, название которого, формирует английская аббревиатура MICE: начальные буквы, от каждого слова, сложили это сокращение: meeting - встреча, incentive – поощрение, convention - конференция, events – события.



Классификация делового туризма и его основные центры.



Цели проведения MICE-мероприятий. Концепции трех видов деловых туров на майс мероприятия:

- для участия в работе конгрессов, конференций, саммитов и симпозиумов;
- выставок и торговых ярмарок;
- в инсентив - мероприятиях,
- понятие профиля мероприятия;
- типы площадок;
- особенности материально-технического оснащения.

В настоящее время, во всем мире выделяют три основных вида делового туризма

1) *Корпоративный туризм* – это вид делового туризма, при котором организовывается не только «корпоративная вечеринка», но и программа отдыха, направленная на сплочение коллектива и совместное время проведения. Например, методом посещения ряда достопримечательностей, природы, занятий спортом (горные лыжи, рафтинг, волейбол, квесты и др.) [11, с.35].

2) *Выставочный туризм* – группа из организации посещает определенную выставку, связанную с их профессиональной деятельностью. Целью данного вида туризма является налаживание отношений с сотрудниками индустрии и партнерами, заключение договоров.

3) *Поощрительный (инсентив) туризм* – этот вид делового туризма направлен на поощрение и обучение сотрудников – это придает стимул для дальнейшей успешной работы, а также мотивирует их, принося в организацию прибыль.



Сектор рынка делового туризма содержит довольно значимый смысл. 60 % крупного туризма приходится на бизнес туризм. От 55% до 60% мест в гостиницах по всему миру, заполняется, за счет деловых поездок. Данный оживленный рынок гарантирует каждый год 610 млн. деловых поездок и практически \$430 миллиардов денежного оборота.

В крупном туристском сегменте, доля бизнес-туристов равна, приблизительно 25-30%.

- 70-80% - индивидуальные деловые поездки,
 - 12 - 60% - посещение конференций и семинаров,
 - 10 - 90% - посещение выставок,
 - 3% - конгресс-туры и инсентив-туризм.
- Мировой объем рынка делового туризма до 2008 года, по Германии, Франции и Великобритании, составил более 100 млрд.\$, в кризисные 2009-2011 – 70-80, а уже 2012 – 2015 годы, опять, более 100 млрд.\$

Мировой объем рынка делового туризма

Страна	До 2008(млрд.\$)	Кризис 2009-2011	2012-2015
Германия, Франция, Великобритания	Более 100	70-80	Более 100
Китай, Индия, Япония	200	220	280
США	275	235-240	250

Причины выезда по деловому туризму в мире.

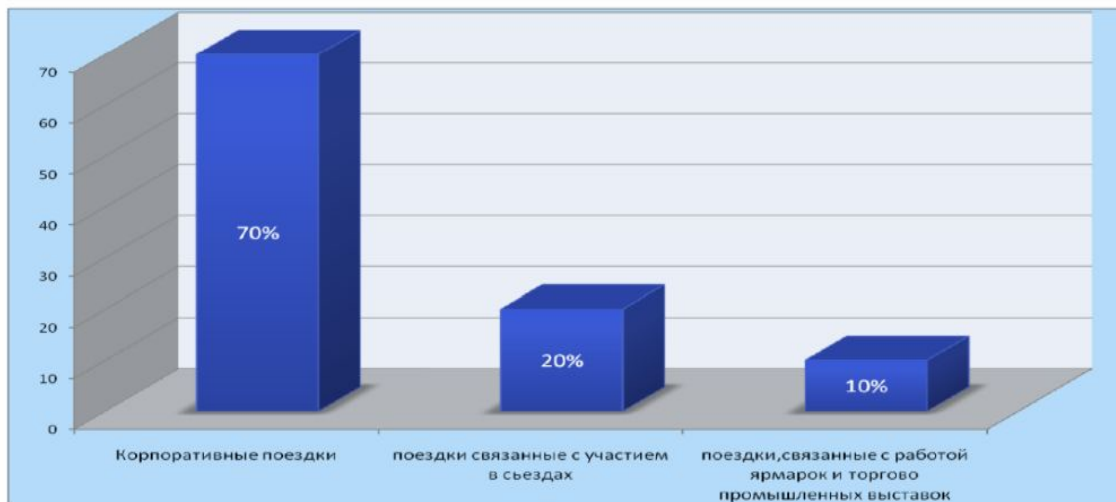
Причины выезда по деловому туризму в мире

Корпоративные поездки 70 %

Поездки для участия в
съездах 20%

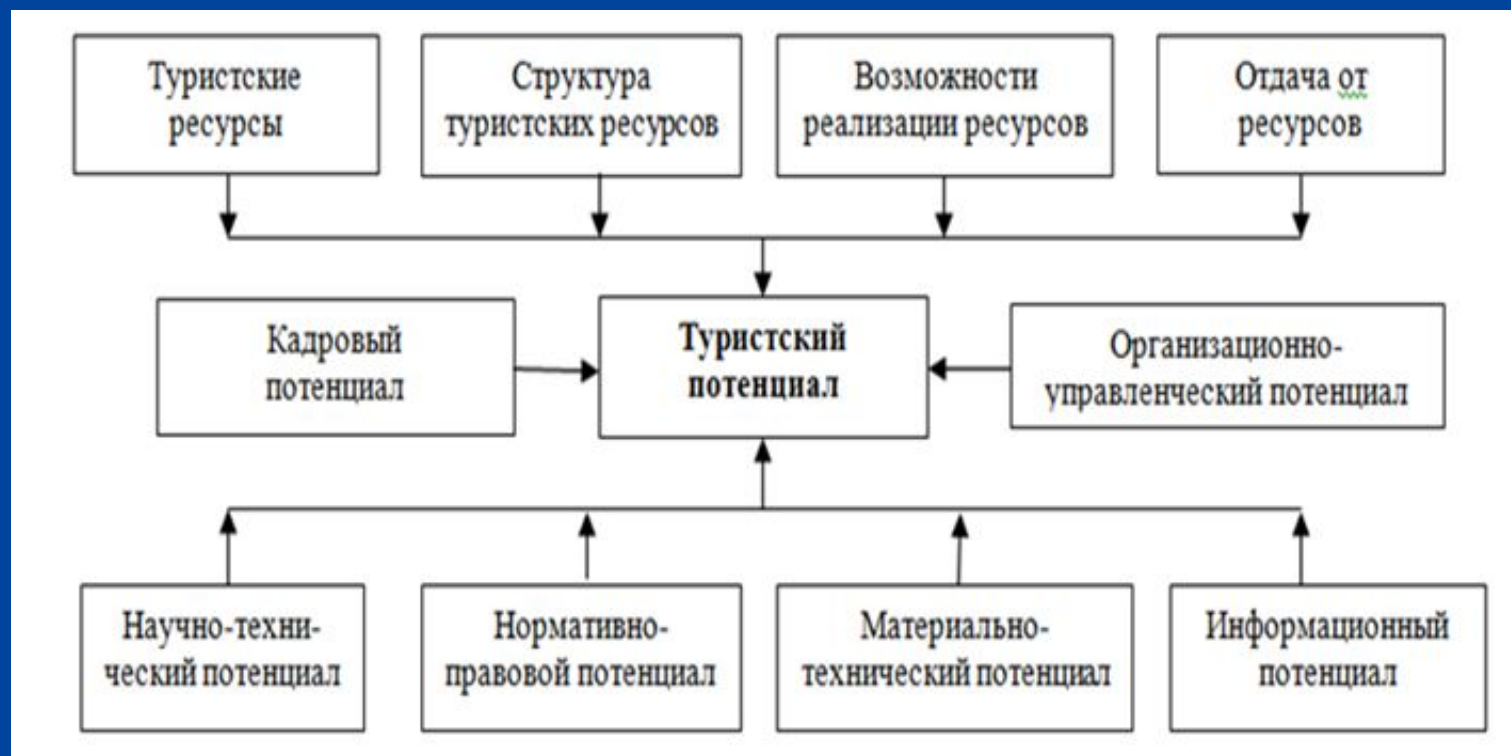
Участие в ярмарках,
выставках 10%

Объемы поездок в деловом туризме



Государственная политика Казахстана в сфере делового туризма

Туристский потенциал РК состоит из многих сегментов, благодаря чему, будет развиваться туристическая индустрия РК. На рисунке можно наглядно увидеть структуру туристского потенциала Республики Казахстан.



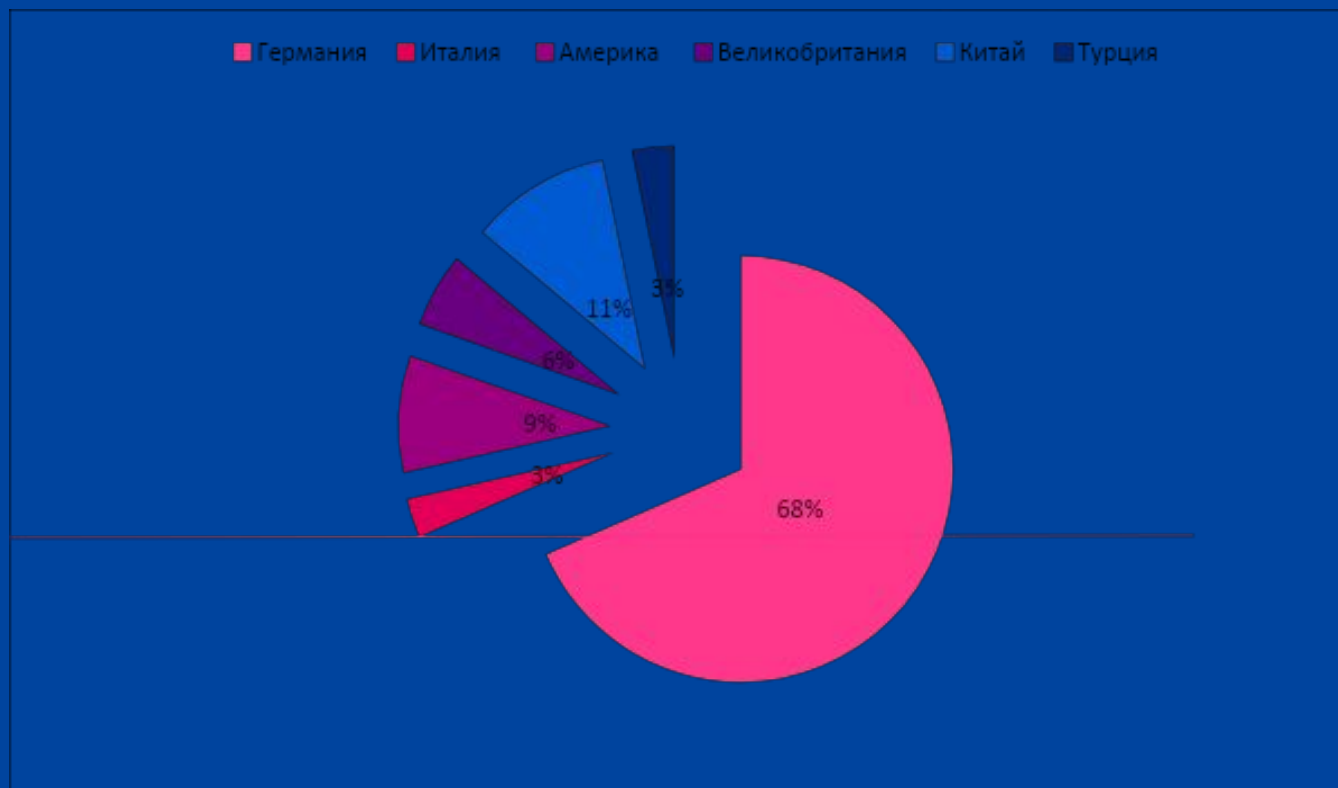
Количество посетителей по въездному туризму в Республики Казахстан за 2012 – 2016 гг

Количество посетителей по въездному туризму					
2012	2013	2014	2015	2016	Показатели
5 685 132	6 163 204	6 841 085	6 332 734	6 430 158	Всего
239 350	275 798	1 095 635	1 178 900	1 044 743	Деловая и профессиональная
1 738 027	5 887 406	4 868 450	5 153 834	5 385 415	Личная
238 385	91 845	56 617	56 333	46 465	Туризм
1 078 640	1 119 488	974 139	657 945	492 001	Транзит

Наиболее посещаемым городом в республике является Алматы (92%), далее, в ранжированном ряду идут:

- Восточно-Казахстанская область (3%),
- Мангистауская область (2,02%),
- Астана (1,36%),
- Южно-Казахстанская область (0,82%),
- Жамбылская (0,4%),
- Атырауская (0,34%),
- Костанайская (0,16%),
- Алматинская (0,15%),
- Карагандинская (0,5%),
- Северо-Казахстанская (0,01%) области.

Количество туристов, посетивших Алматы с 2012 по 2016 гг.



С 2012 по 2016 год, в Алматы побывали, в качестве туристов – 41705 иностранных граждан, что составило 92%. Целью посещения было ознакомление с пейзажами и окрестностями Алматы. Однако, сделав анализ въездного туризма в Алматы, оказалось, что 90% прибывают официально, именно с деловыми целями.

Только, за 1 квартал 2016 года, Казахстан посетило 144,7 тыс. иностранных гостей, что на 13 тыс. больше, чем 2015 году. Казахстан становится популярным брендом на мировой арене.

Рэнкинг областей РК по въездному туризму за первый квартал 2016г.

ВКО	4034
Акмолинская	1628
Карагандинская	3577
Алматинская	96
ЮКО	2883
Костанайская	1966
Павлодарская	2034
Мангыстауская	5154
Актюбинская	2037
Атырауская	17682
Жамбыльская	342
ЗКО	4236
СКО	657
Кызылординская	560
Астана	35766
Алматы	62963



Туризм всегда был благодатной почвой международного сотрудничества [33,с.37].
Вместе с тем основными целями такого сотрудничества являются:

- 1) использование туристских связей для укрепления взаимопонимания и доверия между странами;
- 2) использование туризма для развития взаимовыгодных экономических, торговых отношений;
- 3) расширение связей и контактов по линии научно-технических и культурных организаций и отдельных личностей;
- 4) создание в указанных целях на взаимной основе наиболее благоприятных условий для туристского обмена между заинтересованными странами, организация технического сотрудничества путем обмена туристской информацией, выработки общих стандартов и технологий обслуживания туристов, упрощение туристских формальностей и др.



Астана – перспективный центр развития делового туризма

Одним из наиболее перспективных и высоко прибыльных сегментов въездного туризма является деловой туризм. Более 71,2 тыс. человек посетили Астану, с целью участия в различных выставках, конгрессах, конференциях и других мероприятиях, то есть, с чисто деловой целью, а не с целью отдыха, что составило 94% от общего числа посещений въездного туризма.



С 2000 года главный город Казахстана является членом Международной ассамблеи столиц и крупных городов. За последние 10–15 лет произошел ряд знаменательных событий, отразившихся на привлекательности Астаны как деловом туристском центре:

- 2001, 2005, 2008 гг. – съезды лидеров мировых религий;
- Ежегодные экономические форумы;
- Выставки (KIOSH, Astana Leisure, KITF);
- 2009 г. – Генеральная Ассамблея ЮНВТО,
- 2010 г. – саммит ОБСЕ, ШОС;
- 2011 г. – VII Зимние Азиатские игры;
- 2017 г. – Международная специализированная выставка ЭКСПО–2017.



В рамках улучшения инвестиционного климата в Астане, для привлечения делового туризма, с начала года уже проведено больше 40 встреч с демонстрацией планов города для вероятных трейдеров - российских, турецких, японских, чешских и итальянских фирм.



РАЗВИТИЕ ДЕЛОВОГО ТУРИЗМА В РЕГИОНАХ КАЗАХСТАНА

Потенциал Западного Казахстана

1. выгодное географическое расположение, на стыке Европы и Азии (граничит с РФ и Республикой Узбекистан). Впоследствии становления этого региона, будет обеспечен хороший приток туристов.
2. гигантские площади пустых земель дают возможность применения их под строительство всевозможных туристских объектов и комплексов;
3. приграничное расположение даст вероятность привлечения зарубежного персонала (желательно из РФ и английских стран), что повысит привлекательность для зарубежных гостей.

Потенциал Южно-Казахстанской области

В Южно-Казахстанской области полюсами интенсивного развития, по-видимому, станут Туркестан и Кентау, а в рамках Шымкентской агломерации многообещающим считается Сайрам, Тюлькубас, Арысь, Ленгер. Собственно, что касается регионального становления делового туризма, то, вполне вероятно, трасса опорного каркаса расселения, возможности в перспективе претерпит изменения, ключевая ось разовьется от Байконыра на западе, Туркестана — на северо-западе и до Талдыкоргана — на востоке. О данном свидетельствуют увеличивающаяся экономическая значимость и инвестиционная притягательность вышеназванных пунктов.

Потенциал Северо-Казахстанской области

Общая стратегия по деловому туризму была разработана с привлечением всех заинтересованных сторон региона.

Предприниматели были признаны одной из целевых групп, поскольку они заинтересованы в этом, как никто другой. Для изучения их потребностей и привычек было проведено предварительное исследование, результаты которого использовались для разработки интересных и подходящих для деловых туристов маршрутов и предложений.

Восточно-Казахстанская область

- а) выгодное экономико – географическое положение региона;
- б) многообразие ландшафтов, наличие уникальных природных, культурных и исторических памятников;
- в) интерес казахстанских и иностранных инвесторов;
- г) повышенная пропускная способность (с введение международной автотрассы Риддер – Республика Алтай в 2014 году);
- д) развитие транспортных маршрутов;
- е) наличие Западно – Алтайского государственного заповедника;
- ж) обширный культурно – исторический, рекреационный и природно – экологический потенциал;
- з) возможность проведения тематических конференций, семинаров и выставок;

Мероприятия по решению актуальных проблем менеджмента и развития современного рынка делового туризма в Республике Казахстан следует проводить систематично и поэтапно, в сотрудничестве с органами исполнительной власти в областях.

Именно такой комплексный подход даст реальную возможность упростить и активизировать процесс повышения туристской привлекательности страны и ее продвижения на международном рынке туристических услуг.

Таким образом, поставленные перед началом исследования задачи можно считать решенными.

В заключение необходимо отметить: для того, чтобы деловой туризм в Казахстане стал действительно высокодоходной отраслью, мировой опыт развития туризма, требуются консолидированные усилия всех участников туристского рынка, представителей государственного и частного секторов.

И здесь роль Правительства республики заключается в обеспечении координации политики планирования и развития в туристской индустрии на международном, государственном и частном уровнях.