

Деловой туризм

Работу выполнила студентка группы Т12-16, Чепчугова
Дарья.

Деловой туризм - это

- * «поездки со служебными целями без получения доходов по месту командирования».
- * деловые поездки (командировки)
- * конгрессно-выставочный
- * инсентив-туризм



Индустрия MICE

- * M - Meetings (Встречи)
- * I - Incentives (Инсентив, поощрительные поездки)
- * C - Congresses (Конгрессы)
- * E - Events (Событийные мероприятия)



Основные тенденции развития

- * глобализация мировой экономики
- * «стирание границ»
- * экономия в расходах
- * привлекательность цен
- * Гибкость
- * Инновации



Деловой туризм сам по себе является ключевым элементом стимулирования роста национальной экономики.

Объем туристического потока

ОСНОВНЫЕ СЕГМЕНТЫ ИНДУСТРИИ ДЕЛОВОГО ТУРИЗМА, %

Источник: «Компась-Консалтинг»

ДЕЛОВЫЕ ВСТРЕЧИ И ПООЩРИТЕЛЬНЫЕ ТУРЫ

41



22

ВЫСТАВКИ

37

КОНФЕРЕНЦИИ

- * январе-сентябре 2011 года вырос на 16%
- * до 11,366 млн человек
- * Турцию – 2,471 млн человек (+14%)
- * Китай 1,1 млн человек (+9%)
- * Египет – 906,6 тыс. (снижение на 39%)

Туристический поток

- * Финляндия (681,5 тыс., рост на 32%)
- * Греция (568,2 тыс., +58%)
- * Испания (563,8 тыс., +59%)
- * Германия (527,9 тыс., +51%)
- * Таиланд (514,8 тыс., +95%)
- * Италия (465,3 тыс., +29%)
- * Болгария (323,4 тыс., +28%).

Прогноз

- * возрастет в 3 раза - с 564 млн. долларов США в год до 1,6 млрд
- * увеличится в 5 раз - с 399 млрд. долларов США до 2 трлн. долларов США



Структура мирового бизнес-туризма

- * индивидуальные деловые поездки (70,8%)
- * участия в конференциях и семинарах (12,6%)
- * посещение выставок (10,9%)
- * по 3% конгресс-туры и инсентив-туризм.

Российские туристы за границей в 2010 — 2011 годах

#	в страну:	в 2010 г. тыс. чел.	в 2011 г. тыс. чел.	прирост от 2010 г.
1	Турция	2368	2682	13,3%
2	Китай	1440	1502	4,3%
3	Египет	2198	1453	-33,9%
4	Финляндия	709	912	28,6%
5	Таиланд	264	780	195,5%
6	Германия	471	702	49,0%
7	Испания	411	645	56,9%
8	Греция	387	612	58,1%
9	Италия	451	572	26,8%
10	ОАЭ	287	395	37,6%
11	Чехия	267	367	37,5%
12	Болгария	263	340	29,3%
13	Кипр	234	324	38,5%
14	Франция	223	267	19,7%
15	Израиль	185	226	22,2%
16	Австрия	136	191	40,4%
17	Великобритан ия	120	154	28,3%
18	Швейцария	121	149	23,1%
19	Тунис	180	145	-19,4%
20	США	86	112	30,2%
21	Хорватия	99	106	7,1%
22	весь мир	12600000	14500000	15,0%

«Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 – 2018 годы)»

- * формирование образа России как страны благоприятной для туризма и отдыха
- * продвижение национального туристского продукта
- * содействие привлечению прямых иностранных инвестиций
- * повышению конкурентоспособности российского туристского рынка



Основные инструменты продвижения туристского потенциала России

- * повышение маркетинговой активности
- * взаимодействие с потенциальными иностранными инвесторами
- * формирование позитивного имиджа

* обмен опытом



Формат мероприятия предусматривает

- * презентации туристского потенциала регионов России
- * представление интерактивной карты
- * семинары по вопросам продвижения туристского продукта
- * повышения качества туристских услуг
- * привлечения инвестиций
- * деловые встречи российской делегации и представителей национальных туристских администраций и делового сообщества принимающих стран
- * акции по продвижению самобытности
- * выездные сессии на территории туристских кластеров