

METHODS AND MEASURES FOR ORGANIZING BUSINESS TOURISM

Kadamboev Bekhzod,
Economics student
Urgench State University

МЕТОДЫ И МЕРЫ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ДЕЛОВОГО ТУРИЗМА.

Кадамбоев Бехзод,
студент экономического факультета
Ургенчского государственного университета

Обеспечение развития национальной экономики в условиях формирования инновационной экономики может быть достигнуто только за счет эффективного обмена информацией, приобретения новых технологий, поиска партнеров для инвестирования и совместных проектов, участия в международных конгрессах, ярмарках и семинарах. Все это представляет собой сферу делового туризма. Благодаря этому сектору будет приток новых идей в экономику, и развитие будет происходить с приобретением новых рынков. Мировой опыт показывает, что темпы экономического роста любой страны, уровень развития инвестиционной привлекательности напрямую связаны с деловым туризмом.

Эффективно организованный деловой туризм позволит развивать инфраструктуру принимающих городов, увеличивать доходы бюджета, обеспечивать занятость, расширять международные связи, создавать благоприятный инвестиционный климат и повышать имидж региона как международного культурного и делового центра. В то же время, как один из высокодоходных видов туризма, деловой туризм характеризуется высокими и стабильными темпами роста.

Деловой туризм - командировки (командировки) сотрудников компаний, организаций или организация корпоративных мероприятий. Деловой туризм можно разделить на следующие виды:

1. Деловые поездки (business travel).
2. Мероприятия, направленные на обучение или поддержку сотрудников или презентацию компании клиентам.
3. Организация корпоративных мероприятий (MICE).

“Businesstravel” - это командировка, которая покрывает все расходы, понесенные компанией.

“Businesstravel” - это командировка, в которой все расходы возмещаются компанией. В международной практике вместо английского понятия часто используется понятие «деловой туризм» - аббревиатуры MICE.

Структура MICE-туризма

MICE			
Meetings (встречи)	Incentives (Поощрения)	Conferences (Конференции)	Events (выставки и события)
Встреч с партнерами, стратегические, циклические встречи, переговоры, презентации, семинары и тренинги для	Инсентив-туры, направленные на благодарность клиентов, сотрудников и партнеров. Они отлично мотивируют команду, укрепляют	Организация семинаров, конференций, поездок на выставки. Они дают эффективный результат деловой активности.	Организация мобильных корпоративных праздничных мероприятий и туров.

дилеров и другие варианты деловых встреч. Их правильная организация формирует имидж компании.	корпоративные ценности и положительно влияют на производительность.		
---	---	--	--

Деловой или корпоративный туризм - командировки предпринимателей, их участие в конференциях, семинарах, тренингах, а также интенсивный туризм (инсентив-туры), организация корпоративных мероприятий.

MICE играет важную роль в успешном динамичном развитии туристической индустрии. Проведение деловых встреч позволяет эффективно решать ряд вопросов:

- повышать лояльность и объективность сотрудников, партнеров, дилеров (поддерживать репутацию компании и ее положительное восприятие сотрудниками и партнерами);
- Стимулировать продажи товаров и услуг (привлечение внимания B2B-партнеров к предлагаемым продуктам и услугам);
- командная мотивация (воодушевление команды и мотивация на достижение новых высот);
- развитие персонала (личностное и профессиональное развитие сотрудников);
- расширение контактов (поиск новых идей, продуктов, технологий и деловых партнеров).

Туризм - это многогранная отрасль: в него входят индивидуальные поездки, ознакомительные поездки, участие в мероприятиях, проводимых финансовыми и торговыми организациями, а также в конференциях и т.д. Это напрямую связано с турами - интенсивными турами, которые проводят компании с целью поощрения и мотивации сотрудников, занимающихся продажей товаров, производимых организацией, ее непосредственным продвижением. Поездки, связанные с конференциями, семинарами, проводимыми под девизом политических, культурных и других организаций.

Часть туризма - это путешествия, связанные с посещением промышленных выставок и участием в их деятельности.

Основными целями этих деловых поездок являются:

- проведение встреч с представителями администрации, филиалов;
- проверка представительства, филиалов;
- выявление и установление деловых контактов;
- участие в мероприятиях (конференциях и др.);
- обучение персонала;
- Обратиться в государственные органы за сертификатами, разрешениями и т.д.

Торговые, научные контакты между странами и регионами являются интенсивными.

Развитие туризма играет важную роль в развитии и интеграции экономики Республики Узбекистан. Деловой туризм - это общение, обмен информацией, поиск новых рынков, партнеров и т. Д. Для привлечения инвестиций, реализации проектов, продвижения бизнеса посредством PR-кампаний, мотивации сотрудников, внедрения этических правил.

Деловой туризм различается по ряду аспектов, в том числе:

- Соотношение сезонности, периодичности сетевых выставок и конференций;
- В основном нацелены на потребителей со средним и высоким доходом;
- Преобладание преимущественно давно планируемых видов;
- Бизнес-туристы платят в несколько раз больше, чем обычные туристы и так далее.

Анализ рынка делового туризма Республики Узбекистан позволил выявить тенденции его развития, в том числе:

- стабильный спрос на сетевые выставки;
- небольшая продолжительность средних встреч;

- Преобладание комбинированной деятельности, включая координацию конференций и интенсивных программ.

Перспективы развития туризма в любом регионе страны. Наличие комплекса или достопримечательностей, привлекающих посетителей; развитие туристической инфраструктуры; объем инвестиций в туристический бизнес; определяется способностью местных властей создать благоприятный микроклимат для туристов.

Менеджер по туризму должен быть профессионалом в своей области, обладающим широким кругозором и способным творчески мыслить. Необходимо учитывать требования современного клиента, уделять пристальное внимание качеству деловых поездок, требовать современных решений для оптимизации, иметь представление о тенденциях развития, хорошо понимать влияние бизнеса на процесс.

В деловом туризме производительность обслуживающего персонала является важной частью туристического продукта, и их следует рассматривать как важнейшее из основных конкурентных преимуществ, а не как вспомогательный компонент. Качество обслуживания в организациях напрямую зависит от навыков и осведомленности сотрудников.

Для развития делового туризма необходимо провести исследования высших учебных заведений, занимающихся предпринимательской деятельностью, образованием в сфере туризма:

- Мониторинг тенденций становления и развития делового туризма в Республике Узбекистан, ее регионах и зарубежных странах;
- Разработка программ, учебных пособий по деловому туризму с использованием информационных и коммуникационных технологий;
- Активное внедрение бизнес-мероприятий в сетевых исследованиях для использования при решении задач, средства обучения (программы, анкеты и т. Д.);
- налаживание международного обмена специалистами в области делового туризма;
- Приглашение практиков, предпринимателей в сфере туризма на практические конференции и др.

Эффективная реализация вышеизложенного создаст новый подход к организации МICE-туризма и позволит проводить позитивные маркетинговые мероприятия в продвижении отечественных продуктов делового туризма.

1. Севастьянова С.А. Региональное планирование развития туризма и гостиничного хозяйства. М.: КНОРУС, 2010. С. 245
2. Деловой туризм: мир и Россия [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://solbylab.ru/rynok-mice/delovoj-turizm-mir-i-rossiya>
3. Деловой туризм это: [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/433711>
4. Деловой туризм: проблемы, тенденции, перспективы [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://moluch.ru/archive/88/17089/>
5. www.lex.uz
6. www.uzbektourism.uz