

## **БИЗНЕС-СЕМИНАР, КАК РАЗВИВАЮЩИЙ АСПЕКТ ДЕЛОВОГО ТУРИЗМА РЕГИОНА**

**Докашенко Л.В., Ермолаева Д.В.**

**Оренбургский государственный университет, г. Оренбург**

Одним из основных направлений деятельности туристского бизнеса в мире является продвижение и развитие на международном рынке современной концепции делового туризма. Специалисты, работающие на конкурентном рынке делового туризма, да и сами бизнес-путешественники нуждаются в понимании сути и организационных нюансов делового туризма.

Деловой туризм является одним из экономических феноменов прошлого века. По статистике, ежедневные расходы совершающего деловую поездку бизнесмена в среднем в три раза превышают затраты обычного туриста. И при этом, как показывают исследования, в отличие от других видов туристских поездок в периоды любых экономических спадов и кризисов сфера делового туризма страдает менее всего, а порой даже увеличивает свои объемы. Причем, по статистике, увеличение оборота в сфере делового туризма на 1 миллиард долларов влечет за собой создание более чем 100 тысяч рабочих мест.

Что же такое «деловой туризм» и как бизнес-семинары влияют на его развитие? Деловой туризм - это «поездки со служебными целями без получения доходов по месту командирования». Он подразделяется на:

- деловые поездки (командировки) бизнесменов и предпринимателей, конгрессно-выставочный;
- инсентив-туризм.

В отличие от массового туризма решение о деловой командировке, источниках и размерах ее финансирования обычно принимают не сами деловые туристы, а другие лица, как руководитель или заместитель.

Но для того, чтобы рассмотреть аспекты его развития необходимо определить понятие "бизнес-семинар".

Существует большое количество определений данного понятия, рассмотрим некоторые из них, наиболее популярные:

а) бизнес-семинар – форма обучения взрослых людей, по ходу которой преподаватель так выстраивает свою работу, чтобы его слушатели максимально усвоили материал, и хотя бы незначительный контроль их работы. В семинаре может участвовать до 25-30 человек, а минимальная его продолжительность - от 2 до 5 часов.

б) бизнес-семинар – это групповое учебное мероприятие, цель которого:

- обмен опытом;

- обмен знаниями;

- обмен бизнес-информацией. Это интерактивное занятие, то есть оно строится в форме дискуссии. Во время семинара предполагаются выступления докладчиков на заданные темы, а затем их обсуждение другими участниками.

в) бизнес-семинары - это прямое общение с потенциальными клиентами и партнёрами в рамках тематических встреч.

г) бизнес-семинар - систематизация знаний участников семинара по основам теории коммуникации, психологии делового общения с целью ориентации в широком круге общих проблем коммуникации в современном бизнесе.

Исходя из выше перечисленных определений такого понятия, как бизнес-семинар, сформировались характерные особенности для него:

1) ориентированность на бизнесменов и предпринимателей, желающих познакомиться с опытом и ноу-хау в решении широкого круга вопросов;

2) практичность, как дополнительная возможность в результате освоения новых умений и навыков;

3) актуализация практических проблем, достижение конкретных результатов «здесь и сейчас», освоением новых методов и ориентированность в основном на будущее;

4) коммуникативная активность методов обучения, непосредственное участие в получении новых знаний и формировании новых умений и навыков;

5) организованность учебного процесса так, чтобы слушатели становились не только соучастниками, но и соавторами процесса собственного обучения;

6) контролируемость, при которой, обучающийся является тем субъектом, который контролирует степень достижения поставленных целей;

7) предварительная оценка потребностей в обучении, именно в этом залог его эффективности.

Так из-за постоянных изменений бизнес среды требуется своевременное обновление знаний и навыков, без чего сложно осуществлять деятельность в условиях конкурентной борьбы. Что делает это направление делового туризма весьма актуальным.

Рассмотрим развивающий аспект бизнес-семинаров в городе Оренбурге на примере Японского центра Оренбургского государственного университета.

В парадигме организации бизнес-семинаров Японский центр Оренбургского государственного университета можно выделить три основных направления деятельности:

- экономическое;
- научно-образовательное;
- культурное.

Бизнес-семинары и семинары, проводимые на базе Японского информационного центра ОГУ при поддержке Посольства Японии в России, Японского центра в Нижнем Новгороде, администрации Оренбургской области представим в виде таблицы

#### *Список литературы*

1. **Васильева, Е.В.** Проектная деятельность и продвижение инноваций в систему образования / Е.В. Васильева // *Alma mater: Вестник высшей школы*, 2010. - № 9. - С. 35-38.
2. *Документация компании «Перформия».*
3. *Классификация гостиниц, ресторанов, кафе: как зажечь свою звезду? // Стандарты и качество*, 2012. - № 5. - С. 100-102.

4. **Маликов, Э.** «Главное в деловой поездке - чтобы сама поездка была приятным ненапрягающим фоном» / Эльмар Маликов // *Управление персоналом*, 2010. - N 2 (228). - С. 68-69.

5. **Чимитдоржиева, О.Г.** Обоснование стратегических управленческих решений по использованию потенциала делового туризма в регионах России / О.Г. Чимитдоржиева // *Управленческий учет*, 2010. - N 7. - С. 28-33. - Библиогр.: с. 33 (6 назв. ).