

Пути развития делового туризма в России

¹ Тамара Евгеньевна Растегаева

² Петр Петрович Чуваткин

¹ Сочинский государственный университет, Россия

354000, г. Сочи, ул. Советская, д.26а

Аспирант

E-mail: Rastegaeva-t@yandex.ru

² Сочинский государственный университет, Россия

354000, г. Сочи, ул. Советская, д.26а

Доктор экономических наук, профессор

E-mail: kafedra.13@mail.ru

Аннотация. В статье рассматривается современное состояние рынка делового туризма в мире. Выявлено влияние развития делового туризма на платежные балансы отдельных стран мира. Проанализированы необходимые условия развития делового туризма в России.

Ключевые слова: Деловой туризм, экономический эффект, инфраструктура, конгресс-бюро, Всемирный совет по путешествиям и туризму.

УДК
338.486

Туризм – высокорентабельная индустрия экономики большинства стран мирового сообщества. Данная индустрия характеризуется положительной динамикой роста мировых поступлений. Мировой финансовый кризис 2009 года повлек за собой снижение доли туризма в мировой экономике, однако уже 2010 год отмечен положительным ростом поступлений от туризма, что свидетельствует об устойчивости туристской индустрии к кризису (см. рис. 1).

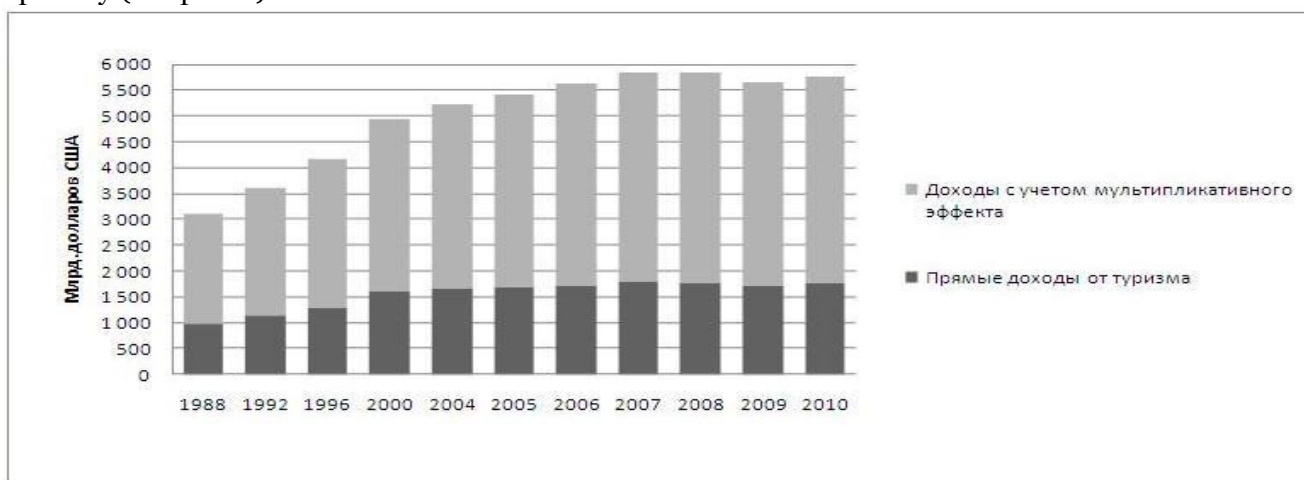


Рис. 1. Динамика мировых доходов туристской индустрии в абсолютном выражении (в сопоставимых ценах на 2011 г.) [2, С. 7].

Международные доходы туристской индустрии занимают весомое место в структуре мирового ВВП. Согласно экспертной оценке, для 83 % стран мира туризм уже является одним из пяти основных источников дохода, а для 38 % стран туризм — это главный источник дохода.

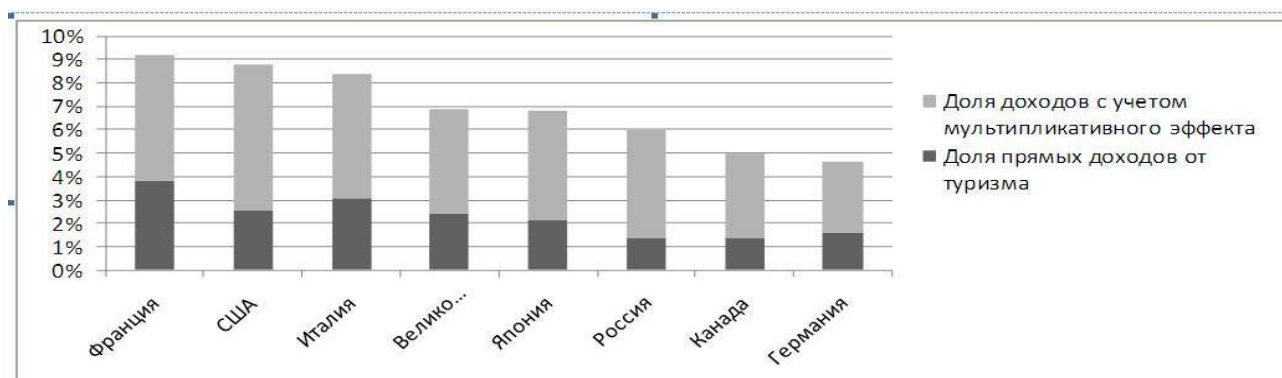


Рис. 2. Удельный вес прямых/косвенных туристских доходов в общем объёме ВВП по состоянию на 2010 год [2, С. 12]

Деловой туризм является наиболее доходным сегментом туристской деятельности. И если туризм называют «феноменом двадцатого века», то деловой туризм – это «золотой рудник двадцать первого века». Причем увеличение оборота в сфере делового туризма на 1 млрд. долларов влечет за собой создание более чем 100 тыс. рабочих мест.

Всемирный совет по путешествиям и туризму (World Travel & Tourism Council – WTTC) ежегодно проводит исследования состояния индустрии туризма в мире. Эксперты подразделяют туризм по целям поездки на два вида: деловой и с целью отдыха. Статистика показывает, что каждая четвёртая туристская поездка в мире совершается в связи со служебной необходимостью (см. рис.3).

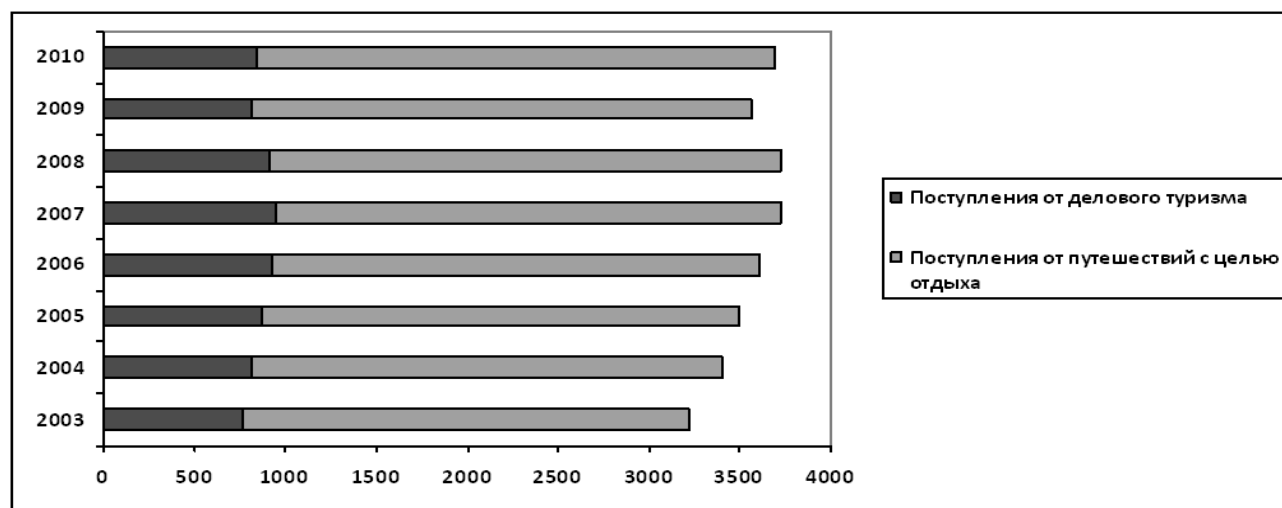


Рис. 3. Мировые поступления от туризма по целям путешествий (млрд. долларов США). [2, С.23]

По оценкам Всемирного совета по путешествиям и туризму, за 2010 год объем деловых поездок во всем мире составит \$819 млрд. К 2020 году специалисты прогнозируют цифру в \$1,589 трлн., что означает ежегодный рост на 4,3 %. Этот же источник оценивает рынок частных путешествий в 2010 году в \$3,111 трлн. Прогноз на 2020-й – \$5,793 трлн. с ежегодным ростом на 4,1 %. Объем российского рынка деловых поездок в 2010 году составил \$6,5 млрд.

Оксфордским центром экономического прогнозирования (OEF) было проведено исследование роли делового туризма в развитии экономики, в котором приняли участие 500 бизнес-туристов из пяти стран: США, Великобритания, Германия, Бразилия и Китай. Исследование показало, что деловой туризм имеет неоспоримое значение в возрастании доходов предприятий, развитии партнерских отношений, увеличении продаж, привлечении инвестиций, расширении рынков сбыта (табл. 1).

Критерии результативности проводимых деловых встреч [2, С.56]

№ п/п	Критерии результативности	% респондентов из общего числа
1	Возрастание доходов	74
2	Увеличение продаж	74
3	Развитие партнерских отношений	70
4	Внедрение инноваций	70
5	Увеличение производительности	70
6	Расширение местных рынков сбыта	63
7	Увеличение доходов от продаж за границей	61
8	Расширение зарубежных рынков сбыта	55
9	Привлечение дополнительного персонала	47

Причем в Китае уровень продаж в той или отрасли на 38 % зависит от уровня развития делового туризма, в Бразилии – на 32 % (см. рис. 4).

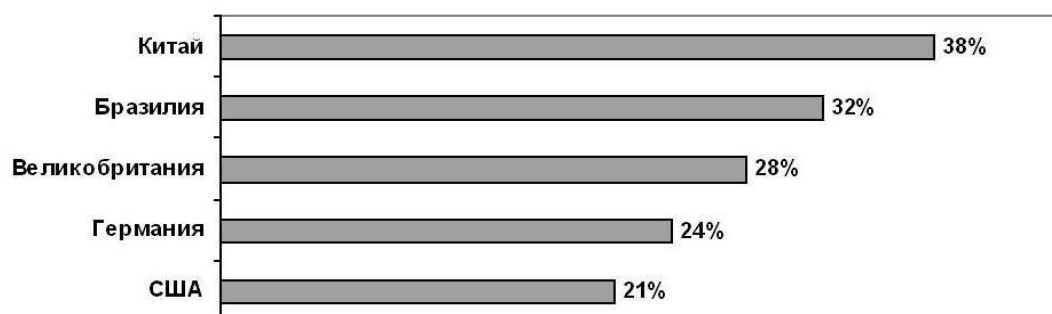


Рис. 4. Процент продаж, зависящий от уровня развития делового туризма [2, С.42].

Региональное распределение международных потоков с деловыми целями, совпадает с региональной структурой международных туристских потоков. Таким образом, доминируют три региона: Европейский (преимущественно Западная Европа), Американский (преимущественно Северная Америка) и Азиатско-Тихоокеанский. При этом наблюдается преобладание делового внутрирегионального туризма (между странами Европы, между США, Канадой и Мексикой) над межрегиональным и межконтинентальным.

Центр мирового пространства делового туризма образуют высокоразвитые страны Северной Америки (США), Западной Европы и интенсивно развивающиеся государства Азиатско-Тихоокеанского региона (Япония, Республика Корея, Сингапур, Китай и особенно Сянган и Тайвань, Таиланд, Малайзия, Индонезия, Филиппины). Из 11 тыс. конвенций, ежегодно проводимых в мире, основная часть приходится на три региона: Европа (57,9 %), Северная Америка (14,9 %) и Азия (14,3 %).

В настоящее время из трех Центров мирового делового туризма (Западная Европа, США, ряд государств АТР) ведущую роль играет Западная Европа, а наиболее динамично развивающийся Центр – Азиатско-Тихоокеанский регион. При этом Центры делового туризма мира имеют определенную специфику (табл. 2) [1, С.162–164].

Специфика индустрии делового туризма в регионах

Регион	Характерные особенности индустрии деловых встреч
Западная Европа	Преобладание международных индивидуальных «классических деловых поездок»
США	Доминирование внутренних деловых поездок и наиболее значимая роль поездок на конференции и конгрессы и на инсентив-мероприятия; лидерство в мире по числу международных встреч ассоциаций (конгрессов)
Азиатско-Тихоокеанский регион	Ярко выраженным профилем делового туризма является организация конференций, конгрессов и выставок, а также проведение деловых встреч в специализированных конгресс-центрах

В качестве основных тенденций развития делового туризма в мире можно назвать возрастание интеллектуальной составляющей, устойчивый спрос на отраслевые выставки, сокращение средней продолжительности встреч. Возрастные категории путешествующих в рамках делового туризма: мужчины 41–65 лет, женщины 30–50 лет. В последние годы в мире растет средний возраст участников деловых мероприятий и количество женщин-участников. Для России характерны более молодой возраст участников деловых мероприятий (25–45 лет) и меньшее количество женщин среди участников.

Важной составляющей делового туризма являются взаимоотношения между деловыми туристами и инициаторами, организаторами деловых встреч, то есть, по сути, алгоритм создания продукта делового туризма. Зарубежная архитектура индустрии деловых встреч включает три основных звена:

1. Предприятия-заказчики – «планировщики встреч» (профессиональные ассоциации, корпорации, объединения, министерства, фирмы-организаторы встреч);

2. Конгресс-бюро (Convention and Visitor Bureau (CVB) – самое распространенное и узнаваемое название зарубежных структур, занимающихся маркетингом дестинации на рынках делового туризма и управлением качества обслуживания, предоставляемого отдельными предприятиями-партнерами) или однотипные организации, занимающиеся продвижением своего региона на рынках делового туризма и являющиеся посредниками между заказчиками и поставщиками услуг, а также – контролерами качества;

3. Предприятия – поставщики услуг (гостиницы, транспортные предприятия, авиалинии, рестораны, бары, достопримечательности, сувенирные магазины).

Обобщив международный опыт развития делового туризма, можно сделать вывод, что для ускоренного развития индустрии деловых встреч в России необходимо выполнение следующих условий:

- Создание институциональных условий для развития делового туризма путем:
 - упрощения визовых формальностей для деловых туристов (на данный момент процесс оформления официального приглашения для визы длится от 1 до 2-х месяцев);
 - предоставления льготного режима налогообложения туристским компаниям, специализирующимся на организации делового туризма на территории России;
 - снижения стоимости авиаперелетов для бизнес-туристов на территории России (данный вид транспорта является самым востребованным среди деловых туристов за границей, так как помимо явного преимущества – экономии времени – он доступен);
 - формирования целостной нормативно-правовой базы в области делового туризма;
 - создания различных ассоциаций в сфере делового туризма в регионах по примеру международных ассоциаций (Международная ассоциация профессиональных организаторов конгрессов (IAPCO), Международная ассоциация делового туризма (IBTA), Международная организация распорядителей встреч (MPI), главной целью которых является привлечение иностранных инвестиций в данную индустрию;
 - создания благоприятного инвестиционного климата для российских и иностранных компаний, вкладывающих средства в развитие туристской инфраструктуры в России;

- создания в регионах, областях, городах конгресс-бюро – бюро по организации конференций и привлечению гостей, занимающееся маркетингом дестинации на рынках делового туризма, осуществляющее учебную и консультационную деятельность, аккумулирующее всю необходимую информацию об имеющейся деловой инфраструктуре и индустрии гостеприимства, её предоставление потенциальным клиентам (в настоящее время на территории России зарегистрировано 3 конгресс-бюро в Москве, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге);

- поддержки официального Интернет-портала федерального органа исполнительной власти в сфере делового туризма;

- организации международных туристских выставок, в том числе создания единого российского национального стенда с привлечением к участию региональных органов управления деловым туризмом.

2. Улучшение гостиничного фонда и создание конгрессно-выставочных комплексов, соответствующих международным стандартам, основной удельный вес которых должен приходиться на 4-звездочные гостиницы типа бизнес-отелей (на сегодняшний день очевидно явное несоответствие цены и качества услуг мест размещения деловых туристов).

3. Повышение качества обслуживания в сфере туризма (персонал средств размещения иногда не владеет иностранным языком; отмечается низкое качество услуг по питанию наряду с высокими ценами): внедрение современной классификации гостиничных средств размещения; создание современной системы подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров.

В связи с выходом Российского бизнеса на более высокие рыночные позиции все чаще возникает необходимость в оптимизации и интенсификации деловых, научных и культурных связей. В этом контексте деловой туризм способствует расширению сферы бизнес-контактов, модернизации экономики России и её интеграции в мировое сообщество, что, в свою очередь, обуславливает значимость ускоренного развития индустрии деловых встреч.

Примечания:

1. Смирнова О.А. Территориальная структура делового туризма в мире: Дисс. канд. геогр. наук. М., 2006. С. 186.

2. World Travel & Tourism Council “Travel & Tourism Economic Impact” Executive Summary 2010 – электронный ресурс 1 файлом / <http://www.hospitalitynet.org/file/152004193.pdf>.

Business Tourism Development in Russia

¹Tamara E. Rastegaeva

²Petr P. Chuvatkin

¹Sochi State University, Russia
Sovetskaya street 26a, Sochi city, 354000
Doctor of Economy, Professor

²Sochi State University, Russia
Sovetskaya street 26a, Sochi city, 354000
Postgraduate student

Abstract. The article is focused on current state of business tourism in the word. The influence by business tourism on balance of payment has been identified in some countries. The essential conditions for the development of business tourism in Russia have been analyzed.

Keywords: business tourism, economic affect, infrastructure, Convention Bureau, World Travel and Tourism Council.

UDC
338.486