

УДК 338. 484.6

А.И. Зуйкова, И.С. Цыгир

БрГТУ, г. Брест

Научный руководитель: Л.А. Захарченко, кандидат экон. наук, доцент

ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ: ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Важное геополитическое положение Беларуси способствует развитию современного вида туризма: бизнес-туризма, который на сегодняшний день является одной из ведущих, высокорентабельных и наиболее динамично развивающихся отраслей мировой экономики. По данным Всемирной туристской организации, деловой туризм составляет третью часть от числа всех туристических поездок. Сейчас в мировой туриндустрии занято 100 млн. специалистов, обслуживающих 1 млрд. поездок в год. По данным Всемирного совета деловых путешествий и туризма, объем бизнес-поездок ежегодно растет на 4,3% и к 2020 году достигнет 1,5 трлн. долларов США. Немного скромнее подобные показатели у нашей соседке России, но и они имеют тенденцию к росту. Сейчас в российской отрасли работает 1 млн. специалистов, совершается 80 млн. поездок, включая путешествия по стране. Мировой опыт показывает высокую прибыльность делового сектора туризма. На его долю приходится 16% от числа всех путешествий. В США этот показатель равен 22%. Американцы тратят на деловые поездки около 9 млрд. долларов США. В европейских странах ездят по делам 15%, в Германии – 13%, в Великобритании – 30% деловых путешественников. По прогнозам международных экспертов, в ближайшие пять лет доля путешествующих профессионалов вырастет в Китае и Индии до 11%, в России – до 7%.

Сегодня, когда каждый четвертый путешествующий совершает поездку в связи со служебной необходимостью, именно деловой туризм дает возможность познакомиться с новыми технологиями, встретиться с инвесторами, партнерами, поставщиками и потребителями товаров или услуг. Свыше 70% объема делового туризма составляют корпоративные поездки – как индивидуальные деловые поездки, так и для участия в мероприятиях, проводимых промышленными и торговыми корпорациями. Поездки, связанные с участием в конференциях, семинарах составляют около 20% рынка делового туризма. И 10% объема данного вида туризма занимают поездки с целью посещения торгово-промышленных выставок, ярмарок и участия в их работе. Направления для таких поездок в основном зависят от отрасли бизнеса компании. Сюда же относятся и инсентив-туры (стимулирующие поездки) – поездки, организуемые компаниями в целях мотивации сотрудников, занятых в основном продвижением и продажей производимого этой компанией товара.

На сегодняшний день деловой туризм – внешний и внутренний – один из главных показателей уровня экономического развития страны. Ученые едут на конференции, симпозиумы и семинары, повестка дня которых представляет

взаимный интерес. Предприниматели – на специализированные международные выставки, чтобы себя показать да на других (в том числе и на реальных и потенциальных конкурентов) посмотреть. Одновременно – попытаться найти партнеров, а если повезет – то и подписать выгодный контракт. Повсеместно происходят деловые поездки сотрудников компаний, инвесторов, командировки представителей ведомств и организаций для участия в совещаниях, многосторонних переговорах по спорным вопросам, встречи политических и общественных деятелей.

Беларусь – эта новая точка на карте делового гостеприимства. Этому способствуют положительные тенденции развития мировой экономики. Так, в силу того, что Беларусь все больше вовлекается в процессы интеграции и глобализации, в стране появляются офисы иностранных компаний, что влечет за собой увеличение количества бизнес-поездок. Вторым важным фактором, способствующим развитию данного сегмента рынка является тот факт, что Беларусь – транзитная страна, через нее с востока на запад и с запада на восток движутся плотные потоки иностранцев, которые могут задержаться на ее территории. Сегодня можно с уверенностью сказать, что данный рынок характеризуется активным, но вместе с тем стихийным развитием. Отсутствие достоверной статистической информации делает невозможным качественный анализ ведущих рынков делового туризма нашей страны. Однако имеющаяся информация позволяет сделать вывод о существующем потенциале рынка делового туризма, и о том, что в стране создаются все возможности для проведения различных политических, экономических и культурных форумов, выставочных проектов и сопутствующей им деловой программы. Однако наша страна, следует признать, далеко не полностью использует свой потенциал для развития этого сегмента туризма.

В Республике Беларусь данный вид туризма только начинает развиваться, и для него характерны все те трудности, которые переживает Россия в современных условиях. Самое главное, что только удобное географическое положение территории не гарантирует достижение успеха на рынке индустрии встреч. Среди стран и территорий начинается эпоха жесткой конкуренции, в условиях которой бороться придется за все: за инвестиции, информационные потоки, трудовые ресурсы и туристов, тем более что товары, капитал, рабочая сила становятся все более мобильными.

Прежде всего, специалисты туристической индустрии отмечают, что одна из проблем развития данного сегмента рынка является весьма скромный имидж Беларуси на мировой арене как страны благоприятной для туризма, в том числе и для делового туризма. Все еще достаточно низкий уровень рекламно-информационного обеспечения имеющегося туристского потенциала страны, отсутствие достоверной информации о стране и единого специализированного информационного ресурса в сети Интернет. Разрозненность информации, а также отсутствие единого календаря деловых событий дают отрицательный эффект. Затем, действующий порядок выдачи белорусских виз гражданам иностранных государств, безопасных в миграционном отношении, так же не

всегда способствует росту въездного туризма в Республику Беларусь. Хотя надо отметить, что деловым туристам пытаются оказывать визовую поддержку, осуществляют бронирование авиа – и железнодорожных билетов.

Одним из насущных вопросов является вопрос, кто вообще будет заниматься организацией данного вида туризма внутри страны. В нашей стране насчитывается более 600 туристских организаций, А вот специализированных инсентив-компаний и профессионалов, способных организовать конгресс, в Беларуси пока нет. Деловой туризм как отдельное направление предлагают очень немногие туристские компании, поскольку они ориентируются, в первую очередь, на запросы потребителей. Турфирмы могут предоставить деловой тур или организовать коллективный выезд в рамках направления «индивидуальный туризм», но как отдельный вид туристских услуг продвигать деловой туризм невыгодно. Таким образом, основной проблемой является неразвитость рынка специализированных деловых услуг. Здесь же надо отметить, что условиями для развития делового туризма в Беларуси обладают лишь областные центры и столица, за их пределами возможности для современного делового туризма практически отсутствуют – мало бизнес-отелей, неразвита сопутствующая инфраструктура. А именно, к ней со стороны деловых туристов предъявляются наиболее высокие требования. По мнению специалистов, иностранцев отпугивает от поездок, высокая стоимость услуг, отсутствие ключевых транспортных направлений, криминальная напряженность, а также низкая экологическая культура. Потенциальные деловые туристы ссылаются на то, что цены в отелях Праги или Будапешта на порядок ниже, так что из финансовых соображений они, скорее, предпочтут поездку в Восточную Европу.

Надо отметить, что в данной сфере наметились определенные положительные тенденции. Так многие белорусские гостиницы позиционируют себя на рынке услуг гостеприимства как бизнес-отели и ориентируются на делового туриста. Для тех, кто ценит свое время и возможность быть в курсе всех важных событий, предоставляется широкий спектр коммуникационных услуг. В гостиницах и бизнес-центрах республики оборудованы места для работы в Интернете, предоставляются компьютерные услуги, осуществляется экспресс-доставка корреспонденции, есть возможность арендовать помещения для переговоров, предлагается помощь высококвалифицированных секретарей и профессиональных переводчиков, личных водителей, организуется фото и видеосъемка. Конференц-залы оборудованы системой синхронного перевода. В перспективе для многих гостиниц оказание деловых услуг может стать одним из основных направлений предпринимательской деятельности. Одним из самых интересных мест для проведения бизнес-форумов в Минске стал уникальный культурно-просветительский центр белорусской столицы, символ и гордость республики – комплекс Национальной библиотеки, аналогов в Европе которому нет. Библиотека оборудована по последнему слову техники. На 25 этажах разместились 20 читальных залов, книжные хранилища, которые обслуживаются примерно 1500 компьютерами. Однако надо заметить, что Республика Беларусь все еще обладает незначительным количеством объектов для проведения

конгрессов, конференций, выставочных мероприятий – из 16 бизнес-центров 9 расположены в столице.

Развитие делового туризма напрямую связано с темпами роста экономики и инвестиционным климатом в стране. И оптимистичные эксперты дают положительные прогнозы на 2012–2013 годы относительно этих показателей для Республики Беларусь. Однако существуют нерешенные проблемы, мешающие развитию делового туризма в стране.