

УДК 338.48

Ю.В. Иванова

доцент
УО ФПБ "Международный университет "МИТСО", г. Минск

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ДЕЛОВОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Статья посвящена анализу развития делового туризма в Республике Беларусь. В статье рассмотрены понятие делового туризма, его значимость и роль в современной экономике; вопросы, связанные с развитием делового туризма в Республике Беларусь: потенциал, имеющийся в стране, проблемы и задачи, которые необходимо решать.

Ключевые слова: туризм, деловой туризм, выставки, ярмарки, гостиничный бизнес, бизнес-отели, инфраструктура делового туризма, особенности развития делового туризма в Республике Беларусь.

I. Введение

Деловой туризм оказывает значительное влияние на развитие национальной экономики, активно содействует ее интеграции в мировой рынок. Данный вид туризма является одним из наиболее прибыльных и имеет огромное значение для принимающей стороны. Деловой туризм связан с развитием внешнеэкономических связей, стремлением использовать передовой опыт других стран и народов в создании духовных и материальных ценностей, что способствует расширению международных контактов среди представителей научных кругов разных держав.

Деловой туризм [2] можно определить как путешествия со служебными или профессиональными целями без получения доходов по месту временного пребывания.

II. Постановка задачи

Цель статьи – определить проблемы и перспективы развития делового туризма в Республике Беларусь.

III. Результаты

Одним из приоритетных видов туризма для Беларуси являются международные деловые поездки, от расширения количества и географии которых в определенной мере зависит и объем иностранных инвестиций.

Белорусский рынок делового туризма характеризуют статистические данные о количестве белорусских граждан, выехавших за границу со служебной целью, и прибытий иностранных граждан в Беларусь со служебной целью (рис. 1–2).

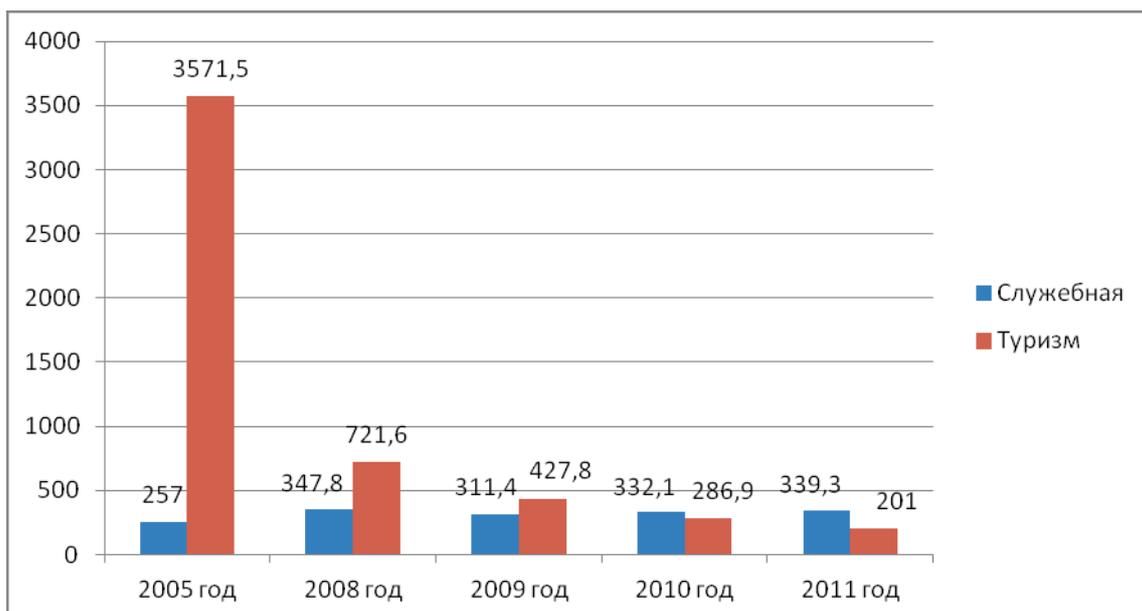


Рис. 1. Динамика выездного туризма (служебные цели), тыс. чел.
Источник: [7]

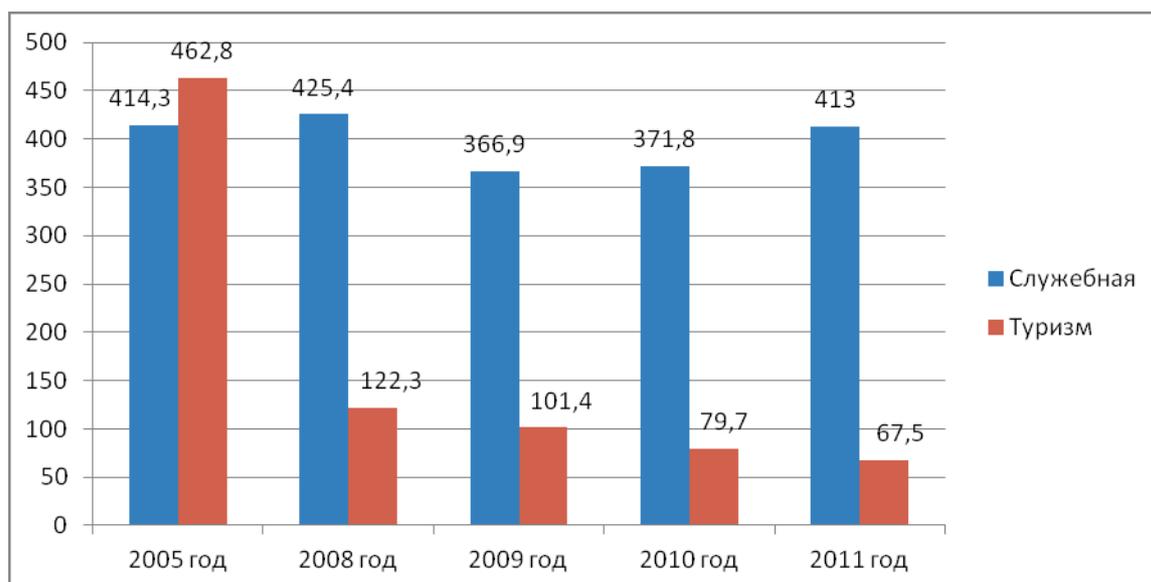


Рис. 2 Динамика въездного туризма (служебные цели), тыс. чел.
Источник: [7].

Следует отметить, что выездной туризм занимает значительную нишу в туризме. Анализ международных туристских потоков показал увеличение традиционных туристских путешествий и рост количества прибытий со служебными целями. Динамика этих показателей свидетельствует о повышенном интересе к деловым поездкам даже в условиях финансового кризиса.

Так, доля выездов белорусских граждан за границу со служебной целью составила в 2009 г. – 4,8%, в 2010 году – 4,4%, в 2011 г. – 4,5%, в то время как доля туризма 6,6; 3,8; 2,7%, соответственно. Аналогичную картину можно наблюдать и по въездному туризму. Численность иностранных граждан, въехавших в Республику Беларусь, составила в 2009 г. – 4871,1 тыс. чел., в 2010 г. – 5673,8 тыс. чел., в 2011 г. – 5877,2 тыс. чел. В структуре всех прибытий доля поездок по служебным целям составила в 2009 г. 7,5%, в 2010 г. – 6,6%, в 2011 г. – 7,0%.

Важное геополитическое положение Беларуси также способствует развитию бизнес-туризма. Ежегодно в стране проводятся не только многочисленные торговые выставки и ярмарки, но и международные конгрессы, конференции и симпозиумы самого высокого уровня. Ежегодно в Республике Беларусь проводится более 100 выставок и ярмарок, 80% участников которых – отечественные предприятия и организации различной формы собственности.

Начиная с 2006 г. наблюдалась тенденция роста общего числа выставочных мероприятий, проводимых на территории Республики Беларусь. В среднем ежегодное увеличение количества проводимых в Республике выставок и ярмарок составляло 10–15%. В 2010 г. по

отношению к 2009 г. общее количество заявленных выставочных мероприятий увеличилось на 15% и составило 92 выставки и ярмарки. В 2011 г. Министерством торговли зарегистрировано 135 выставочных мероприятий, в 2012 г. – 139. Данный рост во многом связан с повышением популярности выставочных мероприятий, проводимых в областных центрах Республики Беларусь, и, как следствие, увеличением их количества [5].

Проведением выставок и ярмарок в Республике Беларусь занимается ряд различных организаций. Наиболее крупными из них являются выставочное общество УП “Экспофорум”, выставочная компания ЗАО “Минск-Экспо”, Республиканское унитарное предприятие “Национальный выставочный центр “БелЭкспо”.

Организатором крупнейших выставочных мероприятий является предприятие “Экспофорум”, которое специализируется на проведении выставочных проектов и сопутствующей им деловой программы. “Экспофорум” – одна из крупнейших и старейших компаний выставочного рынка Республики Беларусь, является учредителем Международного союза выставок и ярмарок (МСВиЯ), Ассоциации предприятий упаковочной отрасли Республики Беларусь, Совета по выставочно-ярмарочной деятельности при Министерстве торговли Республики Беларусь. Выставки, организуемые выставочным предприятием “Экспофорум”, всегда сопровождается насыщенная программа семинаров, круглых столов, презентаций и конкурсов. Деловая программа давно стала неотъемлемым атрибутом выставки, поэтому, следуя мировым тенденциям, выставочное предприятие “Экспофорум” первое и единственное среди выставочных компаний создало в 2005 г. в

своей структуре подразделение по организации семинаров и конгрессов. За полтора года существования “Экспофорума” было проведено свыше 20 мероприятий высокого уровня, среди которых Белорусский упаковочный форум, симпозиум “Оборудование-технологии-качество” и многие другие [8].

Организацией международных специализированных, национальных выставок агропромышленной, станкоинструментальной, металло- и деревообрабатывающей промышленности, презентаций и семинаров в белорусской столице занимается выставочное общество “МинскЭкспо”. Выставки “Белагро”, “Будпрагрэс”, “Деревообработка”, “Металлообработка”, “Белпродукт” отмечены Знаком Международного союза выставок и ярмарок и являются крупнейшими в Беларуси выставками по агропромышленной, станкоинструментальной, металло- и деревообрабатывающей индустрии – строительному комплексу Республики и продовольствию. ЗАО “МинскЭкспо” отличает индивидуальный подход к потенциальным экспонентам. Существует гибкая, отработанная система скидок для постоянных участников. А общую стратегию деятельности “МинскЭкспо” можно определить как постоянный поиск новых решений и тем выставок, совершенствование структуры управления и взаимодействия подразделений ЗАО “МинскЭкспо” для максимального удовлетворения запросов участников [4].

Относительно проблем в организации выставочно-ярмарочной деятельности необходимо отметить, что в Беларуси слабый уровень стандартов организации и сервиса, несоответствие международным стандартам в области сервиса для иностранных участников и посетителей. Также серьезной проблемой является отсутствие целевых посетителей. В данной ситуации крайне важен выбор правильного рекламного носителя и грамотно составленно-

го обращения. Еще одной проблемой, ставшей причиной предыдущей, является отсутствие квалифицированного персонала. Для ликвидации данной проблемы необходимо задуматься над внедрением обучающих программ и программ переподготовки работников предприятия выставочно-ярмарочной отрасли.

Успешное развитие делового туризма требует наличия соответствующей инфраструктуры. Инфраструктура делового туризма включает бизнес-отели, выставочные и конгрессные центры, бизнес-авиацию, платежные системы, современные технологии и т. д.

Важнейшим элементом сферы услуг, связанной с обслуживанием такого ее сектора, как деловой туризм, является гостиничный бизнес. Гостиничный комплекс Республики Беларусь насчитывает более 444 объектов размещения различных категории и форм собственности, включая гостиницы, пансионаты, санатории и т. д.

Однако, несмотря на принимаемые в последнее время меры по строительству различных объектов туристской и деловой инфраструктуры, отсутствуют объекты, представляющие комплекс услуг, соответствующих мировым стандартам. К сожалению, не многие белорусские гостиницы позиционируют себя на рынке услуг гостеприимства как бизнес-отели и ориентируются на делового туриста. Как правило, это гостиницы категорий 4* и выше. Существующие гостиницы и офисные центры проводят не дифференцированный маркетинг, т. е. предлагают один и тот же уровень комфорта для всех потребителей, не ориентируя его на более мелкие целевые группы со специфическими потребностями.

Деловой туризм предполагает перемещение людей из одного места в другое. Перевозки пассажиров транспортом по отдельным видам сообщений представлены в таблице 1.

Таблица 1

Перевозки транспортом по отдельным видам сообщения, тыс. чел.

Показатель	Год					Темп роста 2011 к 2005 году, %
	2005	2008	2009	2010	2011	
Международное сообщение, всего	9617,1	10045,6	8422,8	9187,9	9288,2	96,6
в том числе:						
железнодорожное	8404,4	8560,6	6984,4	7403,3	7380,9	87,8
автобусное	748,5	698,9	657,3	794,7	868,3	116,0
воздушное	464,2	786,1	761,1	989,9	1039,0	223,8
междугороднее сообщение, всего	21188,7	20180,1	18745,9	19959,4	20767,9 ¹⁾	98,0
в том числе:						
железнодорожное (внутриреспубликанское без пригородного)	6964,4	7477,0	7645,3	8226,1	9065,6	130,2
автобусное	14224,1	12703,1	11100,4	11730,0	11700,9	82,3
воздушное	0,2	0,0	0,2	3,3	1,3	650,0
Пригородное сообщение, всего	282299,7	190477,6	159940,4	157028,1	160527,7	56,9
в том числе:						
железнодорожное	89160,1	71955,8	68848,8	67923,4	72512,0	81,3
автобусное	193049,3	118440,2	91016,5	89033,0	87933,9	45,5
внутреннее водное	90,3	81,6	75,1	71,7	81,8	90,6

Источник: [7, с. 31].

Воздушный транспорт Республики Беларусь представляет собой комплекс предприятий, организаций, осуществляющих перевозку пассажиров и грузов по воздуху, как в республике, так и за ее пределами. Все они являются государственными учреждениями и организационно входят в Департамент по авиации Министерства транспорта и коммуникаций Республики Беларусь.

Воздушный транспорт является не только индикатором деловой активности государства, но и в определенной степени может выступать в качестве ее катализатора, способствуя реализации предпринимательской активности и деловых связей практически во всех сферах деятельности государства.

Развитие воздушного транспорта как наиболее мобильной составляющей транспортной инфраструктуры современного государства имеет исключительное значение [3].

Главной воздушной гаванью Республики Беларусь является Национальный аэропорт "Минск". Он занимает преимущественное географическое расположение, так как находится на пересечении наиболее значительных линий, связывающих Западную Европу и Содружество Независимых Государств (СНГ). Аэропорт является членом Международной ассоциации аэропортов и Ассоциации аэропортов гражданской авиации стран СНГ.

Следует отметить, что представители бизнеса отмечают архаичность авиационного рынка, предлагающего услуги 12 авиаперевозчиков, исключая компании Low cost с более привлекательными ценами. Сейчас отсутствие бюджетных предложений "выталкивает" туристов в ближнее зарубежье. Ведь цена поездки в Европу из Минска в 2–3 раза выше, чем из Вильнюса, Риги или Варшавы. К тому же привлекает лояльная политика некоторых европейских посольств (литовского, польского и др.) в вопросах выдачи шенгенских виз. В итоге национальный аэропорт "Минск" ежегодно обслуживает лишь 1,2–1,4 млн пассажиров. Для сравнения суммарный поток авиапассажиров из аэропортов Москвы составил 50 млн человек, Киева – 6,7 млн, Риги – 4,5 млн, Вильнюса – 1,5 млн пассажиров [6].

Все железнодорожные магистрали, связывающие Республику Беларусь с зарубежными странами, обслуживает Белорусская железная дорога. Являясь одним из важнейших транспортных комплексов страны, в настоящее время она успешно развивается и обеспечивает в Беларуси более 75% грузооборота всех видов транспорта общего пользования и около 40% пассажирооборота. Объем пассажирооборота за январь–ноябрь 2012 г. составил 8326,0 млн пассажиро-километров, из них международный вид со-

общений – 2200,8 млн пасс-километров. Было перевезено 93382,1 тыс. пассажиров, из них международным типом сообщений – 7214,2 тыс. [1].

На наш взгляд, можно выделить основные факторы, сдерживающие развитие делового туризма в Республике Беларусь: 1) отсутствие за рубежом государственной некоммерческой рекламы туристических возможностей страны, в том числе посредством участия в международных выставках и деятельности финансируемых государством загранпредставительств по туризму; 2) недостаточно развитая инфраструктура и отсутствие качественных туристических программ; 3) невысокое качество обслуживания во всех секторах туристической индустрии; 4) несоответствие цены и качества размещения в гостиницах; 5) дороговизна и сложность получения белорусской визы; 6) отсутствие статистических данных о въездных потоках, размещении в гостиницах и ценах на проживание, что затрудняет оценку; 7) несовершенство действующего законодательства в области туризма.

Таким образом, на наш взгляд, государство должно не только финансировать данную отрасль, но и способствовать ее дальнейшему развитию посредством разработки и принятия необходимых нормативно-правовых актов, способствующих формированию и развитию инфраструктуры делового туризма, обеспечения прозрачности, организации подготовки квалифицированных кадров, работающих в данной отрасли.

IV. Выводы

1. Туризм в Республике Беларусь является одним из немногих динамично развивающихся видов бизнеса. Количество деловых и туристических поездок в Республику Беларусь увеличивается каждый год, строятся новые отели, делаются определенные шаги властей и местных органов управления для улучшения качества предоставляемых услуг и их соответствия международным стандартам.

2. В Республике Беларусь есть все необходимое для организации делового и корпоративного туризма: выгодное географическое расположение в центре Европы, развивающаяся экономика, богатое историческое и культурное наследие, живописные природные ландшафты, всё улучшающиеся гостиничные сети и ресторанный сервис, строятся ряд бизнес-центров. Однако существует ряд проблем в этой сфере, которые отрицательно влияют на развитие делового туризма в Беларуси.

Список использованной литературы

1. Белорусская железная дорога [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.rw.by/corporate/about_the_belarusian_railway/. – Дата доступа: 10.06.2013.

2. Дурович А.П. Организация туризма : учеб. пособ. / А.П. Дурович. – СПб. : Питер, 2012. – 320 с.
3. Министерство транспорта и коммуникаций Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mintrans.gov.by>. – Дата доступа: 26.09.2013.
4. МинскЭкспо [Электронный ресурс] / О компании – Режим доступа: <http://www.minskexpo.com/ru/about/> – Дата доступа: 15.09.2013.
5. Новое постановление Совета Министров Республики Беларусь, регулирующее вопросы выставочной и ярмарочной деятельности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.mintorg.gov.by/index.php?option=com_content&task=view&id=1370&Itemid=30. – Дата доступа: 10.10.2013.
6. Петрошевич Е. Путешествуем по делу / Е. Петрошевич // Экономическая газета. – 2011. – 18 октября. – С. 3.
7. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь: статистический сборник / Национальный статистический комитет Республики Беларусь; [редкол.: Е.А. Кухаревич (председатель и др.)]. – Минск: Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2012. – 130 с.
8. Экспофорум [Электронный ресурс] / О компании. – Режим доступа: <http://www.expoforum.by/ru/information/about.html>. – Дата доступа: 15.05.2013.

Стаття надійшла до редакції 05.09.2013.

Іванова Ю.В. Сучасний стан та проблеми розвитку ділового туризму в Республіці Білорусь

Статтю присвячено аналізу розвитку ділового туризму в Республіці Білорусь. У статті розглянуто поняття ділового туризму, його значення та роль у сучасній економіці; питання, пов'язані з розвитком ділового туризму в Республіці Білорусь: потенціал, що наявний у країні, проблеми та завдання, які необхідно вирішувати.

Ключові слова: туризм, діловий туризм, виставки, ярмарки, готельний бізнес, бізнес-готелі, інфраструктура ділового туризму, особливості розвитку ділового туризму в Республіці Білорусь.

Ivanova J. Modern condition and problems of development of business tourism in the Republic of Belarus

The article is devoted to the analysis of development of business tourism in the Republic of Belarus. Tourism in the Republic of Belarus is one of the few developing business. The number of business and tourist trips to the country increases every year, new hotels have been built, there have been some steps taken by the government to improve the services and their compliance with international standards, contributing to the creation in the Republic of Belarus national competitive tourist product.

The article considers the concept of business tourism, its significance and role in the modern economy; issues related to the development of business tourism in the Republic of Belarus: available opportunities in the country and the problems that need to be addressed.

The infrastructure of business tourism in the Republic of Belarus is analyzed in the article. Special attention is paid to the development of the hospitality industry. The active development of hotel business is observed in the Republic of Belarus. This is due to the ongoing work to improve the competitiveness of the tourism industry. Constantly improving requirements to the hotels are in line with international standards and demands of the consumers. The article considers the organization of exhibition activity in the Republic of Belarus. It should be noted that exhibition activity is recognized in most countries as one of the priority directions of their foreign policy. The Ministry of Trade of the Republic of Belarus, industry ministries and concerns prepare about a dozen national exhibition events of the Republic of Belarus in the countries of near and far abroad each year.

The main development problems of business tourism in the Republic of Belarus were identified and grounded, namely poor infrastructure and lack of high-quality tourist programs; the prices and quality accommodation in hotels; shortage of professional personnel; the high cost and complexity of receiving the Belarusian visa and other.

On the basis of the conducted research the author shows that the government should not only offer financing to this sector but also stimulate its further development through the elaboration and adoption of the necessary legal acts, contributing to the formation and development of business tourism infrastructure, through the transparency, organization of training of qualified personnel working in the industry.

Key words: tourism, business tourism, exhibitions, fairs, hotels, business hotels, infrastructure of business tourism, especially the development of business tourism in the Republic of Belarus.