

**Цацулина Ирина Аркадьевна**

кандидат экономических наук, доцент  
Сочинского государственного университета  
туризма и курортного дела  
тел.: (861) 290-13-35

## **РАЗВИТИЕ ДЕЛОВОГО ТУРИЗМА В РОССИИ**

---

---

**Аннотация:**

*В статье проводится анализ развития системы делового туризма в России на современном этапе. Рассматриваются различные виды бизнес-путешествий. Особое внимание уделяется оказанию услуг для бизнес-путешественников на примере развития бизнес-отелей и бизнес-центров.*

**Ключевые слова:**

*деловой туризм, бизнес-путешествие, инсентив-тур, корпоративная поездка, бизнес-отель, бизнес-центр.*

---

---

**Tsatsulina Irina Arkadyevna**

Candidate of Economics, associate professor,  
Sochi State University of  
Tourism and Recreation  
tel.: (861) 290-13-35

## **DEVELOPMENT OF BUSINESS TOURISM IN RUSSIA**

---

---

**The summary:**

*The article deals with the analysis of development of system of business tourism in Russia at the present stage. Various kinds of business travel are considered. The special attention is paid to the rendering of services for business travelers on the example of development of business hotels and business centers.*

**Keywords:**

*business tourism, business travel, incentive, corporate trip, business hotel, business center.*

---

---

Деловые туры и деловой туризм являются отличной возможностью для развития бизнеса и увеличения доверия со стороны партнеров и клиентов. Неудивительно, что бизнес-туризм в России приобретает все большую популярность среди компаний различного уровня и масштаба деятельности. Организация тренингов для сотрудников, обучающие курсы для клиентов, экскурсии для партнеров по производственным объектам – все эти и подобные мероприятия относятся к деловому туризму и требуют особого внимания, так как от их качества зависит внешняя и внутренняя репутация фирмы.

Сегодня миграция, связанная с работой и ведением бизнеса, достигает колоссальных масштабов. Поэтому большую популярность с каждым годом набирает индустрия делового туризма. Такой вид туризма является одним из важных факторов, влияющих не только на развитие собственного бизнеса, но и на экономическое развитие страны, и на мировую политику и экономику в целом.

Деловой туризм с каждым годом обретает все большую популярность среди россиян. Он позволяет одновременно заключить очередную деловую сделку и отдохнуть несколько дней в новой обстановке. Бизнес-туризм сформировался как самостоятельная ветвь современного туризма в последние десятилетия прошлого века и на сегодняшний день является одним из популярных и пользующихся высоким спросом направлений туристической индустрии. Иногда бизнес-туризм обозначают английской аббревиатурой MICE, которая произошла от слов meetings (деловые встречи), incentives (инсентив-туризм), conferences (конференции), exhibitions (выставки). Эти понятия и раскрывают суть бизнес-туризма. Являясь комплексным понятием, деловой туризм включает в себя деловую коммуникацию, обмен информацией и технологией, поиск новых партнеров и рынков, PR-акции, обучение персонала и развитие корпоративной культуры.

На сегодняшний день различают несколько видов бизнес-туризма: индивидуальные и корпоративные деловые поездки, инсентив-туры (поездки, организуемые компаниями в целях мотивации сотрудников и поддержания корпоративного духа компании), поездки

для участия в работе различных выставок, конференций, симпозиумов, конгрессов, тренингов, ярмарок, презентаций, посещения предприятий и фирм-партнеров.

Основную часть всех деловых поездок составляют corporate travel (корпоративные поездки). Это как индивидуальные деловые поездки, так и коллективные. Кроме того, сюда относятся и incentive (инсентив-туры).

Инсентив-туры – одно из направлений бизнес-туризма, обозначающее «поощрительные» или «побуждающие» туры для сотрудников компаний. В последние годы многие крупные и средние компании уделяют все больше внимания поддержке корпоративного духа и сплочению коллектива работников. В конечном счете такие поездки позволяют добиться повышения работоспособности всего коллектива и поддержке комфортной психологической обстановки в среде сотрудников компании.

Следующими по популярности среди бизнес-туристов являются поездки, которые напрямую связаны с участием в семинарах, конференциях, съездах. В основном такие турпоездки проводятся разными научными, культурными, экономическими, религиозными организациями и т.п. Иногда отдельным видом делового туризма выделяют поездки на торгово-промышленные выставки, ярмарки, для участия в них или собственного развития, почерпнув идеи у коллег.

Бизнес-путешественники являются наиболее образованными и требовательными, они имеют определенные предпочтения в выборе гостиниц и предъявляют их владельцам свои требования, которые предполагают не только возможность работать, не покидая номера, но и широкий набор деловых услуг, и тем самым формируют специфический сегмент рынка – бизнес-отели.

Бизнес-отели – это гостиницы особого типа. Рассчитанные на конкретную целевую группу клиентов, они формируют весь спектр своих услуг соответствующим образом. Налаживание связей с корпорациями и стабильная клиентская база – вот два основных приоритета в работе делового отеля. Постоянные клиенты составляют основу процветания бизнес-отеля. Поэтому случайных постояльцев и обычных туристов в таких гостиницах практически не бывает. Во-первых, расположение бизнес-отеля, дизайн его номеров и их цена во многом далеки от предпочтений путешественника, который стремится в первую очередь к отдыху, а не к работе.

Яркая отличительная особенность бизнес-отелей – их клиентура. Руководство такого отеля прежде всего нацелено на привлечение деловых клиентов. Поэтому бизнес-отели в большинстве случаев расположены в благоприятных местах, в центре города или непосредственной близости от него. Бизнес-отель обязательно должен иметь налаженное транспортное сообщение с вокзалами, аэропортами, выставками и районами деловой активности города. Одна из причин высокой стоимости деловых поездок в том, что бизнесмены предпочитают останавливаться в дорогих отелях. В первую очередь это связано с поддержанием имиджа своей фирмы как состоятельной и занимающей прочные позиции. Поэтому наличие четырех- и пятизвездочных гостиниц – неотъемлемая часть индустрии делового туризма. Многие бизнес-туристы при выборе отеля обращают внимание на его расположение. Как правило, бизнесмены предпочитают размещение в центре – деловой части города, в отелях, расположенных в районе аэропортов. Важное условие для отелей, принимающих иностранных гостей, – наличие персонала, говорящего на разных языках. Целесообразно предоставлять бизнес-туристам услуги секретаря, который также выполняет функции переводчика, резервирует места в театре, ресторане и т.д.

Для деловых путешественников отель во время путешествия заменяет офис, им предоставляют факс, компьютер, ксерокс и др. Многие отели имеют бизнес-

центры, где могут предоставляться такие же услуги или гость может работать на своем компьютере.

С широким распространением интернет-технологий требования, предъявляемые к среде проживания деловых людей, значительно изменились. Сегодня номер без высокоскоростного доступа в Интернет уже не может удовлетворить путешествующего бизнесмена. Среди стандартов завтрашнего дня – обеспечение возможности проведения видеоконференций, конференц-звонков и высокоскоростной обмен данными из каждого номера.

Бизнесмены, которые бронируют номер в бизнес-отеле, рассчитывают на то, что их потребности будут учтены. Зачастую удобство транспортной инфраструктуры и наличие в номерах необходимого набора оргтехники позволяет деловым людям сделать выбор в пользу бизнес-отеля. В таких отелях часто можно встретить офисы компаний экспресс-доставки, таких как UPS или FedEx, реже – табло с биржевыми котировками.

Среди прочих важных для деловых людей факторов является возможность аренды в бизнес-отеле зала для совещаний. Многие корпорации предпочитают выбирать бизнес-отели не только в качестве варианта проживания своих сотрудников, но и в качестве места для проведения корпоративных мероприятий. Для проведения встреч используются различные помещения – от крупных конгресс-залов, специально построенных для этих целей, до концертных залов отелей. Однако наибольшую часть мероприятий различного масштаба все-таки предпочитают проводить в конгресс-залах отелей, способных создать наиболее комфортные условия для работы делегатов и их размещения. Конференц-залы обычно комплектуются аудиовизуальным оборудованием, многоязычными системами синхронного перевода, звукоусиления, проекционным оборудованием.

При определении места проведения форума учитываются разнообразные факторы: доступность (близость аэропорта), типичный сервис, уровень цен, личная безопасность, медицинское обслуживание, наличие конференц-залов, их оснащенность, питание, местные достопримечательности, гостиничная служба предоставления информации, городской транспорт, развлечения, возможность завязать новые знакомства, таможенные процедуры, окрестные пейзажи, наличие выставочных залов. Замыкают этот длинный перечень такие факторы, как удобство конференц-залов, предоставление необходимой документации, реклама, условия жизни местного населения, организация досуга для детей, близость спортивных центров. Зная потребности и мотивацию участников семинара, целевой аудитории, руководство гостиницы может эффективно довести до их сведения те преимущества, которыми обладает именно их предприятие и которые существенны для клиента при выборе места проведения мероприятия.

Бизнесмены стараются планировать все детали своей поездки за несколько месяцев, что особенно актуально, например, для выставок. Организаторам таких поездок следует учесть возможные проблемы с бронированием мест в отеле и билетов на самолет, организовать трансфер, подобрать удобную стыковку авиарейсов, расположенный недалеко от выставки отель. На практике оказывается, что не все российские компании, включая крупные, способны выполнить пожелания заказчиков.

К отелям, занимающимся преимущественно организацией корпоративных встреч, в отличие от традиционных бизнес-отелей, не предъявляются требования территориальной близости к центру города. Наоборот, некоторая удаленность от городских (столичных) соблазнов в виде магазинов, развлекательных заведений и прочего обеспечивает присутствие на конгрессе его участников.

Четкая координация действий служб и высококачественный сервис, создание современной инфраструктуры для проведения конференций, банкетов, выставок – важные составляющие конкурентоспособной услуги в этом активно развивающемся сегменте рынка.

Многие бизнес-отели заключают корпоративные соглашения с компаниями и фирмами на обслуживание их сотрудников. В последнем случае деловые отели предоставляют компаниям скидки. Зачастую это очень выгодно для предприятий, так как в сезон выставок часто возникает потребность в большем числе номеров, нежели было запланировано первоначально. Договор на обслуживание с отелем может позволить бронирование дополнительных номеров и тем самым избавить руководство компании от головной боли, связанной с размещением персонала.

Люди, которые много времени в течение дня проводят на конференциях и на деловых обедах и ужинах, требуют, чтобы в отелях соответствующим образом были оборудованы оздоровительные центры и спортивные площадки для разгрузки. Отели в свою очередь предлагают услуги плавательного бассейна, сауны, массажных кабинетов, фитнес-центра. Деловые путешественники в основном предпочитают обедать отдельно. Лучшие отели предлагают уединенный ужин. Компании часто организуют деловые ланчи, кофе-брейк в перерывах конференций, фуршеты, банкеты и т. д. Следует помнить, что качественно приготовленные блюда и хорошо организованное обслуживание оставляют благоприятное впечатление у гостя.

В то же время, несмотря на проникновение в индустрию гостеприимства новейших технологий, константами этого бизнеса были и всегда будут все те же комфорт, безопасность и разумные цены.