

## ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ В ПСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Понятие «деловой туризм» – даже по международным меркам достаточно новое. Во всем мире деловой туризм выделился в самостоятельный вид туристского бизнеса в 70-80-е гг. XX в., а в России – в прошлом десятилетии. В основе этого вида туризма лежит необходимость выполнения служебных или профессиональных задач. Поездки с деловыми целями рассматриваются как одна из важнейших составных частей современного туристского обмена. Деловые поездки крайне важны с экономической точки зрения, т.к. они не зависят от сезонного фактора. Они, наоборот, сокращаются в разгар туристского сезона.

При этом развитие MICE (MICE – от английской аббревиатуры «Встречи / Инсентив / Конференции / Выставки») идет весьма динамично. По прогнозам ВТО объем деловых поездок в мире возрастет в 3 раза, а доходность этой отрасли туризма возрастет в пять раз – до 2 трлн. долл. в год к 2020 г. При этом сохранится прежняя структура востребованности различных видов делового туризма – сегодня в нем преобладают индивидуальные деловые поездки (до 75%), а конгрессный и выставочный туризм занимают примерно по 10-13%.

Туристские поездки с деловыми целями в том или ином виде существуют уже не одно десятилетие. Но, пожалуй, только в 1990-е гг. они приобрели наибольший размах и стали в удельном отношении самой доходной отраслью туризма. По оценкам экспертов ВТО, доля делового туризма в мире составляет около 20%.

Деловой туризм достаточно многогранен и по сложившейся международной практике охватывает широкий круг поездок:

- **индивидуальные деловые поездки** (*командировки*) сотрудников корпораций и компаний с целью переговоров, участия в производственных совещаниях, презентациях, сбытовая деятельность и т.д.;

- **конгрессное обслуживание** – поездки на конгрессы, конференции, семинары;

- **выставочное обслуживание** – выставки, ярмарки, биржи;

- **инсентив-туризм** (*поощрительный*)

- форма поощрения компаниями своих сотрудников в виде организации для них бесплатной туристской поездки;

- **обслуживание делегаций** – поездки на спортивные соревнования команд, гастроли.

Средняя продолжительность служебной поездки в страны, расположенные на другом континенте, составляет 12-13 дней, внутри региона – 5-6 дней, а по своей стране – 3-4 дня.

Обращает на себя внимание тот факт, что на фоне сокращения въездного туризма в страны СНГ в начале 1990-х гг. деловой туризм продолжал развиваться, хотя и менее быстрыми темпами. Тенденция развития делового туризма в России и странах СНГ соответствовала общемировым тенденциям развития этого вида туризма. Так, с середины 1980-х до середины 1990-х гг. среднегодовые темпы роста делового туризма в Европе составляли 9%, тогда как туризма в целом – 4-5%.

Практически все российские туроператоры ориентированы на организацию деловых поездок за рубеж. Основная проблема въездного и внутреннего делового туризма – в неразвитости рынка специализированных деловых услуг. Согласно исследованию популярного делового журнала «Fortune», из 35 европейских городов, в наибольшей степени соответствующих требованиям делового туризма, Москва и С.-Петербург определены в третью десятку.

В создании инфраструктуры въездного делового туризма в нашей стране в последние годы делаются определенные шаги – в Москве и областных центрах строятся многочисленные бизнес-отели и бизнес-центры, возникают туристские фирмы – Профессиональные Организаторы Конгрессов (ПОК), организации по проведению выставок; расширяется календарь конгрессов, конференций, форумов и иных деловых мероприятий. Эта тенденция легко объяснима – за последние годы бизнес-туризм превращается в одну из самых высокодоходных отраслей мировой туристской индустрии. Его доля в международном туристском обмене, по некоторым оценкам, составляет от 10 до 20%.

Псковская область является очень привлекательной территорией для туристов с точки зрения расположения, экологической обстановки и культурно-исторического наследия.

Главной особенностью экономического и географического положения псковской области является ее приграничное расположение. Псковская область имеет:

- внутренние границы с Новгородской и Ленинградской областями Северо-Западного района, Тверской и Смоленской областями Центрального района Российской Федерации: это дает возможность изучать историческое наследие отмеченных выше областей, делиться своими достижениями в области развития туризма;

- внешние границы с Белоруссией (протяженность границы 352 км), Эстонией (249 км) и Латвией (270 км). В данном случае наличие таких связей дает возможность поддерживать деловые и культурные контакты с этими странами.

Область служит звеном, соединяющим огромный потенциал туристских возможностей Северо-Запада и Центральной части России.

Псковскую область пересекают автомобильные и железные дороги, соединяющие Москву с Ригой и Таллинном, и С.-Петербург с Ригой и Киевом.

Псковская область обладает уникальным туристским и оздоровительным потенциалом.

Климатические условия позволяют развивать здесь как летние, так и зимние виды отдыха и туризма. Весь комплекс природных рекреационных ресурсов области оценивается как «благоприятный». Природные рекреационные ресурсы области дополняются многочисленными культурно-историческими памятниками. На ее территории находятся 372 памятника федерального (общероссийского) значения, 3 588 памятников местного значения и 475 вновь выявленных объектов наследия.

По статистике 2003 г. на территории Псковской области действует 34 туристских фирмы. В Псковской области насчитывается 54 коллективных средств размещения, из них 32 – гостиничного типа, 5 санаторно-курортных учреждений, 17 организаций отды-

ха. Это дает возможность одновременно разместить 5 129 чел. За последнее время введены в действие бизнес-отель «Heliopark Old Estate» со SPA-центром, отель загородного отдыха «Плесков», реконструирована гостиница «Колос» и мотель «Балтия». Готовность Псковской области принять и разместить еще большее количество туристов очевидна. Если еще два года назад главными недостатками гостиничного хозяйства Псковской области являлись следующие факторы:

- à гостиницы построены более 30 лет назад и постоянно требуют текущего ремонта, что увеличивает расходную часть;

- à многие гостиницы не отвечают современным требованиям, особенно по размерам площади номеров;

- à низкий гостиничный сервис, что не удовлетворяет возросшим требованиям туристов к условиям проживания;

- à неразвитость пригостиничной инфраструктуры, то с появлением вышеперечисленных объектов гостеприимства, ситуация значительно улучшилась. В основном гостиницы в Пскове за год заполнены от 20 до 60%, намного выше в летнее время.

В настоящее время в области достаточно предприятий питания, чтобы полностью удовлетворить спрос туристов. Наблюдается тенденция увеличения количества кафе, ресторанов, баров, а также улучшение качества обслуживания и их дифференциация. Имеется большое количество предприятий сферы развлечения, их количество и качество услуг постоянно растут.

Степень развития транспортной инфраструктуры оказывает большое влияние на туристскую привлекательность региона. Область пересекают крупные автомобильные и железные дороги, соединяющие область с такими крупными городами как Москва, С.-Петербург, Рига, Таллинн, Киев. Кроме этого, в области есть два относительно крупных аэропорта. Также в области существует внутренний водный транспорт.

Все это создает необходимые условия для позиционирования нашего города и области как места деловых встреч, проведения выставок, конференций и инсентив-туризма. В сегодняшней структуре мирового делового

туризма инсентив-туры составляют 3%. В Российском туризме доля инсентива практически равна нулю. Псков является идеальным местом для поощрительного туризма: здесь есть что посмотреть, где отдохнуть, чем развлечься.

Преимущество делового туризма перед другими видами путешествий: 1) бизнес-туризм дает возможность использовать материальную базу индустрии гостеприимства в периоды межсезонья или в несезон: пик деловой активности приходится на время с октября по апрель, когда гостиницы испытывают недостаток клиентов;

2) бронирование мест для деловых туристов осуществляется задолго до проведения мероприятия, что дает возможность предприятиям туристической индустрии планировать и координировать свою деятельность.

По статистике 2003 г. туристы, прибывшие в Псковскую область с деловыми целями, составили 9% от общего числа туристов. Условно их можно представить тремя группами:

- à деловые люди с коммерческими и торговыми связями;
- à управленческий и технический персонал для дочерних фирм зарубежных компаний;
- à культурные обмены, сотрудничество, дипломатические миссии.

Бизнес-туризм сосредоточен в Пскове и Великих Луках.

Нам необходимо достичь профессионализма в проведение бизнес-мероприятий малого и среднего уровня (критерием уровня встреч в данном случае считается количество участников). Туристская привлекательность большинства районов области (Островский, Гдовский, Псковский и др.) позволит разнообразить отдых деловых людей. Своего рода девизом может стать – «Бизнес и отдых там, где живет история».

Безусловно, темпы экономического развития области должны стать катализатором для развития делового туризма. Деловая активность промышленных, торговых, научных и образовательных учреждений будет способ-

ствовать привлечению партнеров на «территорию 60». Кроме того, грамотное государственно-частное партнерство в сфере туризма (где частный бизнес составляет 80%) уже дало свои результаты. Туристские фирмы, КСР, общественное питание, транспортники, музеи готовы к приему «потока» туристов, соизмеримого с «доперестроечным», советским временем.

Многое сделано, но что еще необходимо:

- à создание фирмы Профессионального организатора конгресса (специализация местных турагентств);
- à помощь при организации встреч, выставок, конференций как со стороны властей, так и со стороны профессионалов турбизнеса;
- à разработка концепции бизнес-центра;
- à продвижение турпродукта на туристских ярмарках;
- à работа с крупными туроператорами делового туризма;
- à рекламные туры для организаторов делового туризма;
- à продвижение турпродукта региональным фирмам, потенциальным потребителям;
- à разработка сувенирной продукции и др. туристских товаров;
- à создание событийного календаря;
- à формирование плана промышленных выставок;
- à подключение КСР к глобальной системе бронирования гостиниц;
- à создание карты с обозначением гостиниц, точек питания, развлекательных центров, санаториев, пансионатов и пр.;
- à подготовка кадров и повышение квалификации персонала индустрии гостеприимства.

Деловой туризм западного образца существует в России всего несколько лет. А вообще эта отрасль рассматривается экспертами как одно из выдающихся явлений XX и XXI вв. За этим сектором туризма – будущее. Почему? По мировым оценкам массовый турист тратит примерно 200 долл. в день, а деловой – в три раза больше. Это прибыль отелям, ресторанами, организаторам.