

ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ И ЕГО РАЗВИТИЕ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

BUSINESS TOURISM AND ITS DEVELOPMENT IN REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

УДК 379.851

*Кожобеков Совет Сейтханович, к.э.н., доцент, зав.кафедрой «Учет и аудит»
Таразский государственный университет имени М.Х.Дулати, г.Тараз,
e-mail: k.soviet@mail.ru*

*Сулеева Салима Ержигитбаевна, старший преподаватель кафедры «Учет и аудит»
Таразский государственный университет имени М.Х.Дулати, г.Тараз,
e-mail: suleeva.salima@mail.ru*

*Карымсаков Акимжан Карымсакович, старший преподаватель кафедры «Учет и аудит»
Таразский государственный университет имени М.Х.Дулати, г.Тараз,
e-mail: karymsakov1956@mail.ru*

Аннотация: В статье раскрывается сущность и значение делового туризма, приведены классификация делового туризма и его основные центры, представлен анализ проблем и пути совершенствования делового туризма в Республике Казахстан.

Ключевые слова: деловой туризм; бизнес-туризм; бизнес-турист; конференция; ярмарка; форум.

Abstract: essence opens In article and importance of the business tourism, is brought categorization of the business tourism and his main centres, is presented analysis of the problems and way of the improvement of the business tourism in Republic Kazakhstan.

Keywords: business tourism; business-tourist; conference; fair; forum.

Современное развитие общества и экономики любого государства сопровождается активным подъемом в сфере делового туризма, поскольку деловой туризм считается наиболее развивающейся отраслью мирового хозяйства. Интенсификация деловых, культурных и научных связей сделала деловой туризм ведущим в мире.

Определенные перспективы в этом сегменте бизнес-туризма имеет и Казахстан. Геополитическое положение и природно-сырьевые ресурсы позволяют рассчитывать на увеличение количества бизнес-туристов, приезжающих в Казахстан по вопросам бизнеса и участия в международных конференциях, форумах.

Деловой туризм - довольно широкое понятие. Это деловая коммуникация, обмен информацией и технологией, поиск новых партнеров, рынков, PR-акции, обучение персонала, а также развитие корпоративной культуры. В законе о туристской деятельности в Республике Казахстан дается определение туризма в целом, а деловой туризм как отдельный сегмент этой отрасли остался без определения.

Расходы бизнесмена при деловых поездках намного превышают среднестатистические расходы туриста, который едет отдыхать. А самое главное преимущество этого рынка в том, что никакие экономические кризисы не способны повлиять на этот бизнес. Количество деловых поездок может увеличиваться и во время экономических спадов. Так как в условиях возникновения конфликта необходимо принимать определенные решения, это и способствует увеличению деловых встреч, а следовательно, деловой бизнес всегда актуален.

Деловой туризм или M.I.C.E.- туризм - это туризм, целью которого является реализация профессионального или коммерческого интереса (посещение бирж, выставок, ярмарок,

конференций, съездов и т.п.) и выполнение профессиональных или служебных заданий. Бизнес-поездки можно рассматривать как одну из важных частей туристского обмена; они очень важны с точки зрения экономики, потому что их частота независима от сезонности.

Касательно прибыльности делового туризма можно сказать - одной из особенностей его является то, что бизнес путешественник оставляет стране больше денег, чем среднестатистический турист. Как правило, деловые туристы останавливаются в гостиницах уровня не меньше трех звезд и выше, в свободное время не прочь познакомиться с историей определенного города или страны, где он пребывает, то есть здесь необходимы экскурсионные услуги. Деловые туристы зачастую арендуют средства передвижения, пользуются услугами переводчиков, то есть они приносят доход многим организациям, занятым предоставлением данных видов услуг [1, с.4].

Эта отрасль интенсивно развивается в мировом туристском пространстве в последние три десятилетия, причем доходы от нее имеют высокий удельный вес в структуре доходов от международного туризма; в целом ряде стран они играют заметную или даже в отдельных случаях ведущую роль в государственном бюджете. По доходности деловой туризм сопоставим с нефтяным бизнесом, несмотря на то, что деловые туристы в общем турпотоке составляют всего 20-25%, на них приходится до 60% общего оборота туристической индустрии. Соответственно в зарубежной экономико- географической науке в последние десятилетия проводятся исследования, посвященные зарождению и развитию делового туризма; появилась статистика Всемирной туристической организации по основным его показателям - прибытиям, доходности и др. Учитывая рентабельность делового туризма и туризма в целом, политика Казахстана должна предусмотреть его развитие, как весьма перспективного направления альтернативного туризма. В рамках государственной программы по развитию туризма в Республике Казахстан, туризму будет оказано большое содействие в развитии, в том числе и деловому туризму.

Опыт проведения крупных мероприятий, например, организация саммита ОБСЕ в 2010 году, членство во многих международных организациях делают нашу страну узнаваемой. Грядущая выставка ЭКСПО в 2017 года, строительство части трассы Западная Европа-Западный Китай на нашей территории - это все послужит для продвижения казахстанского бренда на мировой рынок, поэтому мы обязаны проявить себя с лучшей стороны, закрепив за собой положительный имидж, которые послужит дополнительной подоплекой для дальнейшего развития экономики страны за счет делового туризма, да и туризма в целом.

На сегодняшний день задача развития делового туризма в мировой практике является приоритетной, так как деловой туризм является одной из основных сфер глобальной торговли услугами. В плане рентабельности в экономике развитых стран деловой туризм не уступает нефтяному бизнесу.

Есть ряд особенностей, благодаря которым деловой туризм оказывает соответствующее влияние на политику развития тех государств, где его подъем является приоритетным:

1. внесезонность (мероприятия с участием бизнес-путешественников организуются в течение всего календарного года);
2. прогнозируемость (есть возможность заранее спланировать проведение делового мероприятия);
3. массовость;
4. ориентация делового туризма на потребление услуг medium и high качества.

Деловой туризм или Business Travel - направление туризма, которое наиболее динамично развивается на сегодняшний день. Деловой туризм в тех или иных формах существует относительно давно. Самостоятельность и высокая рентабельность этого вида туризма

подтвердились в Европе и США в 70-80 годы 20 века, в 90-е годы бизнес-туризм приобрел особенно широкий спектр своего значения.

Государственные программы по развитию своих экономик США, Швейцария, Финляндия бизнес-туризм ставят на ведущих позициях. Мировые эксперты, судя по своим прогнозам, утверждают, что к 2020 году деловые поездки увеличатся с 564 миллионов до 1,6 миллиардов в год.

Бизнес-туризм становится весьма значимой частью туризма и индустрии размещения. Заинтересованность гостиничных предприятий в этом виде туризма обоснована тем, что деловой туризм менее изменчив, чем, допустим, рекреационный туризм. Выбор места деловой встречи за большим исключением является выбором по предпочтению делового туриста. Деловой туризм менее подвержен экономическим колебаниям, чем развлекательные поездки, так как эластичность последнего очевидна в связи с экономическими колебаниями. Деловые поездки совершаются независимо от экономического состояния: менее подвержены сезонности, чем развлекательные. Бизнес-туризм активен в течение всего года. На сегодняшний день единого ответа на вопрос "что такое деловой туризм?" нет. Большинство склонно считать, что деловой туризм вообще не туризм. До начала 90-х гг. категорию лиц, путешествующих с деловыми целями, останавливавшихся в гостиницах называли "командировочные". В английском языке слово "tourism" не используется в сфере делового туризма, так как для этого случая есть спецтермин "business travel".

Зачастую вместо термина "бизнес-туризм" широко применяют английский термин-аббревиатуру - MICE, который всесторонне наполнен смыслом, раскрывающим суть этого термина:

- М - meetings- деловые встречи;
- I - incentives- ин센див-туризм;
- С - conferences - конференции;
- Е - exhibitions - выставки.

Все развитые страны создают ассоциации бизнес-туризма, специальную литературу, учебные центры, также организуют выставки, посвященные деловому туризму. Например, в Американскую ассоциацию делового туризма "SITE" (Society of Incentive and Travel Executives) входят авиакомпании, гостиницы, круизные линии, конгресс-центры, страховые компании, туроператоры, организующие инсентив-туры. Основные задачи "SITE" - поддержка маркетинга своих членов, обмен опытом и знаниями, выпуск спец литературы.

Представители самых разных отраслей становятся участниками тех или иных семинаров и тренингов, которые проходят в самых разных формах - от лекций и до круглых столов. Есть возможность посетить профильные предприятия.

Подводя итог вышесказанному, деловой туризм имеет несколько классификаций - первая, более обширная, делит деловой туризм на индивидуальные деловые поездки, участие в конференциях и семинарах, посещение выставок, конгрессные туры, интенсив туризм; вторая классификация выделяет в структуре делового туризма 2 сегмента - это классические поездки с деловыми целями и уже выше рассмотренная аббревиатура MICE. Само понятие делового туризма настолько объемное, что специалисты затрудняются при классификации его видов. Однако, определенные виды выделить можно. Естественно, деловой туризм развит во всех странах неодинаково, отсюда существует география делового туризма. Большая часть туристов со служебными целями отправляются в Европу. Странами -- лидерами делового туризма считаются США, Франция, Германия, Великобритания, Италия, Испания, Япония, Южная Корея, Сингапур и Малайзия. Быстрыми темпами развивается деловой туризм и в Южной Америке, что обусловлено быстрым ростом экономики данного региона. Широко известны выставки в Китае и Тайване, семинары в Сингапуре. По прогнозам экспертов, в десятку сильнейших стран мира в сфере делового туризма уже вошел Китай. В свете

последних событий на мировой арене как политики, так и экономики, география бизнес-поездок изменится в сторону азиатского региона.

Рынок делового туризма в Казахстане в качестве бизнеса существует недавно - речь идет только о последнем десятилетии, и сейчас находится в стадии становления. Емкость казахстанского рынка деловых поездок в 2015 г. оценивалась в 560 млн. долларов США: 80% из них пока приходится на бронирование авиабилетов и гостиничных мест и лишь 20% - на дополнительные услуги. 75-80% рынка делового туризма приходится на Астану и Алматы. Соответственно, участники данного сегмента рынка - и турфирмы, и их клиенты, сосредоточены в основном в Астане и Алматы. Из общего числа посетителей Астаны из дальнего зарубежья более половины (51%) всех иностранных гостей указывает деловую цель в качестве основной причины поездки.

Шестьдесят процентов мирового туризма приходится на индустрию встреч. От 55% до 60% мест в отелях по всему миру заполняется за счет деловых поездок.

По экспертным оценкам, ежегодный объем рынка "делового туризма" в Казахстане составляет \$1.5 млрд. Однако данная цифра достаточно приблизительна в силу отсутствия данных по конкретным составляющим индустрии встреч в Казахстане.

Деловой турист - это отправляющийся по делам бизнесмен или руководитель высшего или среднего звена. Всемирная туристская организация давно уже подсчитала: такие люди тратят в поездках в три-четыре раза больше, чем обычные граждане на отдыхе (\$1200 вместо \$300). Понятно, что во всем мире на них идет настоящая охота. Сегмент рынка делового туризма имеет очень весомое значение. Поэтому очень важным является развитие делового туризма в Республике Казахстан. Такие исторические моменты, как проведение саммита в Астане, прошедшего 1-2 декабря в 2010 году, грядущая выставка ЕХРО в 2017 году, многочисленные конференции, конгрессы, которые проводятся в течение года, говорят о том, что у нас есть все предпосылки и обоснования для успешного развития делового туризма. На протяжении всей своей независимости, Казахстан сохраняет политическую и экономическую стабильность, развивается, растет, не стоит на месте, активен практически во всех сферах производства. Занимая выгодное геополитическое положение, соседствуя с такими мировыми гигантами, как Россия и Китай, Казахстан обязан быть высокоразвитой страной и активным участником мирового рынка. В Казахстане создаются условия для развития бизнеса, мы открыты к сотрудничеству и обмену опытом с другими странами по различным деловым вопросам. Потенциал для развития делового туризма в Казахстане огромен [2, с.8].

Узнаваемость Казахстана на рынке Азии составляет 80%, а на рынке Европы - 45%. Среднее количество дней пребывания туристов в республике составляет 1-3 дня. Наибольший удельный вес по обслуженным международным посетителям-нерезидентам занимают поездки с деловыми и профессиональными целями (61%) и досуг, рекреация, отдых - 17%. Согласно статистическим данным, поток казахстанских туристов в страны СНГ составил 6,3%, в страны вне СНГ - 93,6%. Основная масса туристов-резидентов выезжала в страны СНГ - Кыргызстан и Россию. Среди стран вне СНГ наибольшей популярностью пользуются Китай, Турция, Объединенные Арабские Эмираты, Германия, Нидерланды, Таиланд. В 2015 г. туристы из Казахстана посетили около 86 стран мира. Среднее количество дней пребывания казахстанских туристов в странах СНГ составляет 6 дней, в странах вне СНГ - 7. При этом основными целями выезда являлись досуг и отдых 74%, а деловые и профессиональные цели составили лишь 7%.

Как отмечают специалисты, невысокий уровень гостиничной инфраструктуры влияет на развитие корпоративного туризма в Казахстане. В региональном разрезе основная часть объектов размещения расположена в городах Алматы и Астана, а также в Восточно-Казахстанской, Алматинской и Карагандинской областях. Это благодаря тому, что Алматы и Астана являются центрами проведения крупных мероприятий как республиканского, так и международного значения. Наименьшее число туристов было обслужено в Южно-Казахстан-

ской и Кызылординской областях - по причине отсутствия налаженного сервиса, а также нехватки гостиничных мест. На сегодняшний день в Казахстане существует также проблема установки высоких цен на гостиничные услуги, однако их уровень не отвечает международным стандартам.

Таким образом, развитие международного туризма в Казахстане определяется деловой активностью. Количество туристов, совершающих непродолжительные, но достаточно частые поездки в Казахстан, увеличивается.

Стремительное развитие национальной экономики, ее интеграция в мировой рынок просто немыслимы без делового туризма. Притом нужно, чтобы он также развивался во всех направлениях. Это несет ряд позитивов, при этом деловые, культурные, научные связи становятся особенно тесными, и интенсивность их возрастает. Это имеет большое значение как в региональном, так и мировом масштабе.

В результате анализа состояния делового туризма в Республике Казахстан, можно сказать, что наша страна имеет определенные перспективы в сегменте делового туризма - здесь, на авансцену выходят такие города, как Астана - столица республики, априори, будет являть собой деловой центр страны; Алматы, город-миллионник, является культурным и финансово-экономическим центром республики, Атырау - нефтяная столица Казахстана. Республика Казахстан, занимая выгодное геополитическое положение между Китаем и Россией, обладая огромным минерально-сырьевым потенциалом имеет все предпосылки для развития туризма в целом, и делового туризма в частности. Политика страны, согласно с законом "О туристской деятельности" от 13 июня 2001 года способствует развитию данного сектора экономики, разрабатывая различные проекты и стратегии по развитию туризма. Растет узнаваемость Республики Казахстан в мире за счет членства в международных организациях - ООН, ОБСЕ, ШОС, ОИК, ОДКБ, ЕЭП. Политическая стабильность, положительная экономическая динамика, открытость и стремление к глобализации - это те факторы, которые гарантируют взаимовыгодные и безопасные деловые отношения [3, с.7].

Проблемы развития делового туризма в Республике Казахстан

1. Дисбаланс туризма. Характерной чертой казахстанского туризма является большой дисбаланс выездного туризма и въездного, при этом в абсолютном большинстве во въездном туризме преобладают деловые поездки иностранных граждан в республику, чем отдыхающие туристы. Точной статистики по данному вопросу нет, но по предварительным оценкам эта цифра составляет 9:1. Чем же обусловлен относительно низкий объем делового туризма в Казахстане и в то же время такая большая разница между долей бизнес визитеров в страну и туристами, направляющимися в Казахстан с целью отдыха и приключений? Каковы перспективы развития делового туризма в Казахстане и в странах Центральной Азии?

2. Отсутствие понятия делового туризма. Одной из проблем слабого развития делового туризма в Казахстане и вообще в Центральной Азии является отсутствие общепризнанного понятия делового туризма, политики компаний по этому направлению и кадров, ответственных за деловой туризм. Многие компании все еще не понимают значимость планирования и оптимизации расходов на деловой туризм.

3. Отсутствие тесного сотрудничества на различных уровнях между органами власти и профессионалами отрасли. Чтобы сделать индустрию МICE и в целом отечественный деловой туризм конкурентоспособным на мировом уровне, подобное взаимодействие крайне необходимо.

4. Создание качественного продукта. Следующий момент состоит в том, что в большинстве своем местные турагентства, отели и другие поставщики не могут создать и предложить качественный продукт местным и иностранным бизнесменам.

5. Вопросы интеграции с Европой и Америкой. Причина слабого развития делового

туризма исходит из того, что казахстанские компании не так сильно интегрированы в торгово-экономические связи с европейскими или американскими компаниями. Казахские компании в основном сотрудничают с российскими и китайскими компаниями и процент иностранных бизнесменов, путешествующих в наш регион остается низким.

Однако кроме выделенных проблем, существуют еще, которые в той или иной мере мешают общему качественному развитию туризма в Казахстане:

1. Состояние дорожной инфраструктуры. Пожалуй, начав спрашивать у любых специалистов в области туристской деятельности, что мешает развитию туризма у нас в стране, они ответят: "Плохие дороги". Да, именно дороги препятствуют развитию внутреннего туризма, ведь деловой туризм - это не только приезжающие из-за границ бизнесмены, но и наши отечественные бизнес-туристы, отправляющиеся в поездки с деловыми целями в другие города нашего государства.

2. Завышенные цены на все виды транспортных, гостиничных и ресторанных услуг. К тому же, высокая стоимость транспортных услуг, в первую очередь авиабилетов, увеличивает стоимость туристического продукта Казахстана и, соответственно, снижает его конкурентоспособность на международном рынке. Зачастую высокая цена не соответствует качеству предлагаемой услуги.

3. Слабая научно-исследовательская база для изучения туризма. Как говорилось выше - это отсутствие статистики в области туризма, вернее она есть, но несколько абстрагирована и в ней учтены только главные секторы туризма и экономики.

4. Недостаточное продвижение и PR по формированию положительного образа Казахстана для развития въездного туризма. Страна, имеющая высокий имидж на мировом рынке будет только улучшать свои экономические позиции, за счет повышения интереса к своей стране. Хорошая репутация нужна не только в политическом мире. Думаю, в политике, наше государство имеет репутацию мирного, добрососедского товарища. Но этого мало. Многим людям, особенно молодежи не интересна политика, даже если интересна, они не любят об этом разговаривать.

Подводя итог вышесказанному, развитию делового туризма мешает ряд проблем, решение которых не должно откладываться в долгий ящик, так как эти проблемы являются тормозами всей отрасли туризма у нас в стране. Однако перспективы развития рынка делового туризма в Казахстане очень большие. Есть несколько факторов, основываясь на которые можно смело предсказывать рост делового туризма.

Во-первых, Казахстан находится в центре наиболее растущего рынка въездного туризма в мире. К 2020 году прогнозируется, что Китай и Россия, а также Индия и Ближний Восток дадут прирост в 220 миллионов выездных туристов ежегодно.

Во-вторых, интеграция в центрально-азиатском регионе в социально-экономическом плане вырастет в несколько раз, что также повлияет на частоту бизнес поездок предпринимателей и расширению рынка делового туризма.

В-третьих, усиление конкуренции в Центральной Азии между Россией и Китаем в экономическом плане обещает большие перспективы развитию бизнеса и делового туризма. Однако давать прогнозы по темпам роста делового туризма в цифрах пока, что очень рано.

Рынок делового туризма Казахстана характеризуется активным, но вместе с тем стихийным развитием. Отсутствие достоверной статистической информации делает невозможным качественный анализ ведущих рынков делового туризма Казахстана. Однако даже имеющаяся информация, которая доступна на сегодняшний день, позволяет сделать вывод о существенном потенциале рынка делового туризма в нашей стране. Наибольшего развития данная отрасль достигла в Астане и Алматы, что объясняется, во-первых, наличием необходимой для проведения мероприятий по деловому туризму инфраструктуры, во-вторых -

транспортной доступностью. Немаловажным является и то, что данные регионы имеют большие финансовые возможности для поддержания и развития данного вида туризма.

Для использования потенциала делового туризма Казахстана необходимо создание соответствующей инфраструктуры, действенная государственная поддержка, достоверная статистическая информация, подготовка профессиональных кадров, а также формирование благоприятного имиджа страны.

Решение проблем развития делового туризма в Казахстане должно осуществляться на основе поддержки со стороны государства и инициативы субъектов рынка делового туризма. Значение и перспективность развития делового туризма в экономике обуславливает необходимость государственной поддержки, в том числе:

- законодательной;
- организационной (создание государственной программы поэтапного развития и стимулирования делового туризма);
- финансовой (долевое финансирование материально-технической базы делового туризма, поддержка инвесторов, вкладывающих средства в развитие делового туризма);
- информационной (создание автоматизированной информационной системы данных о рынке делового туризма).

Особенно важна поддержка государства в создании привлекательного имиджа Казахстана и подготовке квалифицированных кадров.

Список литературы

1. Закон Республики Казахстан "О туристской деятельности в Республике Казахстан" от 13 июня 2001 года №211-ІІ (с изменениями и дополнениями по состоянию на 11.04.2014 г.)
2. Государственная программа по форсированному индустриально- инновационному развитию Республики Казахстан на 2010-2014 годы
3. Закон Республики Казахстан "О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам организации и проведения международной специализированной выставки ЭКСПО 2017 в Астане"
4. Кусков А.С., Джаладян Ю.А. Основы туризма: учебник / 2-е изд., перераб. и доп. - М: КНОРУС, 2010 - 400 с.
5. Квартальнов В.А. Туризм: история и современность: - М.: Финансы и статистика, 2010