
ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ МЕЖРЕГИОНАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ РАЗВИТИЯ ДЕЛОВОГО ТУРИЗМА

Г.М. Самостроенко,

доктор экономических наук, профессор кафедры государственного управления и финансов Орловского государственного технического университета; samostroenko@yandex.ru

О.Г. Чимитдоржиева,

соискатель кафедры маркетинга Орловского государственного института экономики и торговли; sgywenka@inbox.ru

Ключевые слова и фразы: деловой туризм, MICE индустрия, межрегиональные проекты, оценка эффективности.

Аннотация: Статья посвящена оценке эффективности межрегиональных проектов развития делового туризма. Авторы обосновали универсальную методику оценки эффективности, позволяющую выбирать наилучший вариант проекта из возможных альтернатив, оценивать текущую эффективность реализации проектов.

Основным сегментом рынка гостеприимства и одной из наиболее динамично развивающихся и высокорентабельных отраслей мировой экономики по праву считается деловой туризм. Именно деловой туризм признан деловой общественностью наиболее выдающимся феноменом XXI века. По мнению зарубежных экспертов, к 2020 г. количество только международных деловых поездок возрастет в три раза – с 564 млн. до 1,6 млрд. в год, при этом оборот увеличится в 5 раз – с 400 млрд. долларов до 2 трлн. долларов [1, с. 28].

Деловой туризм – туристское путешествие с деловыми целями без получения доходов по месту командировки [2, с. 72]. Деловой туризм подразумевает совмещение работы с отдыхом. В отличие от массового туризма решение о деловой командировке, источниках и размерах ее финансирования обычно принимают не сами деловые туристы («туристы на работе», выполняющие свои профессиональные обязанности за пределами обычной среды), а другие лица (руководитель или владелец компании, начальник отдела фирмы и др.).

Следует отметить, что понятийный аппарат в данной сфере определён недостаточно чётко. В частности, в специальной литературе можно встретить такие термины, как деловой туризм, индустрия встреч, индустрия MICE

(аббревиатура MICE обозначает основные направления делового туризма). Сюда относят поездки с целью проведения переговоров; инсентив-туры (поощрительные поездки); конференции, семинары; участие в выставках и ярмарках. В России чаще всего используется термин «деловой туризм». Вместе с тем в английском языке понятие «tourism» в сфере делового туризма не употребляется, для этого существует отдельный термин – business travel, который в большей степени отражает специфику индустрии поездок в служебных целях. Поэтому мы полагаем, что в нашей стране было бы правильнее использовать соответствующий термин: «деловое путешествие».

Нет единой позиции и относительно места индустрии MICE в системе делового туризма. Существует мнение, что индустрию MICE необходимо рассматривать вне туристского бизнеса. Сторонники данной точки зрения исходят из того, что индустрия MICE представляет собой сложный взаимосвязанный межотраслевой комплекс. В сфере MICE заняты специалисты из различных отраслей экономики: индустрии гостеприимства, банковских и финансовых структур, конгрессно-выставочных, промышленных, строительных, транспортных, телекоммуникационных, инвестиционных, страховых компаний, а также представители отраслевых ассоциаций и объединений, учебных заведений, государственных и региональных органов власти, СМИ.

На этом основании Тони Кэрри, один из ведущих специалистов международной индустрии конференций и событий, заявляет: «Мы не работаем в турбизнесе. У MICE более широкие цели и функции. Такие встречи способствуют развитию тесного профессионального взаимопонимания и связей» [3, с. 28]. Действительно, индустрия MICE – это не туристский бизнес. Однако рассматривать MICE и туризм отдельно друг от друга нельзя, поскольку индустрия MICE – это сфера, в которой работают туристические фирмы, специализирующиеся на деловом туризме.

Деловой туризм оказывает положительное воздействие на социально-экономическое развитие стран, поэтому он нуждается в активной пропаганде и поддержке со стороны государства. В качестве мер государственной поддержки делового туризма можно назвать:

- формирование программы поддержки въездного делового туризма;
- осуществление инновационных проектов в сфере делового туризма и содействие их реализации;
- создание благоприятного инвестиционного климата для предпринимателей, вкладывающих средства в развитие делового туризма на территории России;
- поддержку организаций, занимающихся продвижением и сбытом услуг индустрии делового туризма и MICE;
- организацию единых экспозиций индустрии MICE на специализиро-

ванных выставках;

- создание имиджа России как привлекательной страны делового туризма.

Проведенный нами анализ позволяет сделать вывод о зарождении в последние годы тенденции перехода в муниципальных образованиях и регионах от использования отдельных мероприятий по развитию делового туризма к формированию комплексных программ, охватывающих потенциал нескольких территорий. В частности, уже появились такие проекты, как «Древние города Московской области», «Губернское кольцо Подмоскovie», «Золотое кольцо Сибири» и ряд других. Данная тенденция имеет многообещающие перспективы.

По нашему мнению, одним из наиболее интересных и весьма плодотворных её направлений может стать соединение туристских возможностей регионов с возможностями индустрии MICE. Причём для использования этих возможностей в целях социального, экономического и экологического развития регионов необходимо разрабатывать межрегиональные программы развития делового туризма и индустрии MICE.

В первую очередь это относится к использованию возможностей выставок и семинаров.

Выставки (прежде всего, крупные международные отраслевые смотры) предоставляют участвующим в них экспонентам и посетителям-специалистам реальные возможности для поиска новых партнеров и рынков сбыта своей продукции, налаживания прямых деловых контактов и заключения коммерческих сделок. Они дают толчок к продвижению инновационных технологий, принятию смелых, нестандартных решений по поддержке и развитию бизнеса с учетом сложных экономических условий. Стрессовые ситуации в экономике стимулируют использование резервов, творческий поиск, оптимизацию затрат, совершенствование технологии производств, повышение конкурентоспособности, перестройку целых отраслей.

Проведение выставок привлекает большое число участников, обеспечивает доходы компаний-организаторов, гостиниц и т.д., стимулирует создание новых рабочих мест. Международные выставки и семинары представляют собой форму международного сотрудничества и совместного поиска путей решения существующих проблем. Индустрия выставок и конгрессов в силу самой своей природы призвана помогать отечественным компаниям в кризисных условиях. Она позволяет найти управленческие, технологические и иные решения, которые были бы адекватны ситуации, минимизировать издержки прохождения через экономический шторм и выстроить оптимальную траекторию бизнеса в послекризисный период.

Таким образом, сочетание данных свойств выставок позволяет отнести их к категории сильнодействующих антикризисных средств. Именно поэтому

в условиях рецессии в целях её преодоления и перехода на более высокий уровень развития представители науки и бизнеса не отказываются от проведения выставок и семинаров [4].

Объединение возможностей индустрии MICE с потенциалом рынка делового туризма может стать сильнодействующим катализатором антикризисного развития регионов.

Преимущества такого подхода заключается в том, что:

- во-первых, индустрия MICE – постоянно функционирующая и хорошо отлаженная система, возможности которой используются для привлечения туристов. Любое из организуемых MICE мероприятий представляет туристскому бизнесу уже сформированные потенциальные группы клиентов, которые заранее можно ориентировать на посещение конкретных туристических объектов. Причём, могут быть разные варианты организации в виде подгрупп, поскольку туристские интересы участников MICE мероприятий – имеющих общие профессиональные интересы – могут существенно различаться;
- во-вторых, формирование групп и время посещения конкретных туристских объектов легко прогнозировать. Конференции, выставки и прочие MICE мероприятия планируются и готовятся заранее. Поэтому у организаторов делового туризма есть время и возможности провести соответствующую работу по выяснению предпочтений потенциальных участников MICE мероприятия;
- в-третьих, MICE индустрия постоянно работает над совершенствованием своей деятельности. Тем самым они уже сейчас готовят основу, на которой можно создавать межрегиональные проекты. Так, система MatchMaking – прямой шаг к формированию туристской программы – можно заранее сделать заявку на участие в соответствии с интересами. Регистрация посетителей выставок и конгрессов через Интернет позволяет турфирмам заранее предоставить на сайте варианты программ. Деловой человек заранее знает весь туристский маршрут, может планировать свое время. Здесь же в непринуждённой обстановке можно продолжить обсуждение вопросов сотрудничества.

Таким образом, напрашивается логический вывод о том, что здесь необходимы межрегиональные проекты. Нужно говорить о необходимости и возможности создания межрегиональных проектов на основе объединения потенциала туризма и MICE мероприятий.

Иными словами, нужно брать регионы, на территории которых есть преимущества – инфраструктура и т.д. – и присоединять их к регионам, у которых есть туристские объекты, совместно осваивая имеющиеся возможности, компенсируя слабые стороны и укрепляя сильные стороны друг друга.

Целью подобных проектов является совместное использование имеющегося в различных регионах страны потенциала делового туризма и мероприятий MICE.

При формировании межрегиональных проектов необходимо учитывать такие факторы, как:

- географическая близость регионов и туристских объектов;
- наличие условий для организации мероприятий MICE;
- наличие уникальных объектов туризма;
- наличие развитой инфраструктуры туристского бизнеса;
- профессиональные кадры;
- имидж территорий;
- уровень поддержки со стороны органов власти;
- уровень активности местного населения.

В процессе формирования межрегиональных проектов целесообразно использовать такие методы, как SWOT-анализ, кластерный анализ, а также метод экспертных оценок.

Помимо органов государственной власти региона, в реализации межрегиональных проектов предполагается участие многочисленных субъектов рынка, каждый из которых занят в конкретной сфере деятельности, обладает различным потенциалом, руководствуется своими целями и интересами. В результате разработчики могут предложить очень большое количество вариантов межрегиональных проектов развития делового туризма в регионе, что предполагает необходимость выбора наилучшего варианта из множества возможных. Для решения данной проблемы предлагается использовать следующую универсальную методику оценки эффективности вариантов межрегиональных проектов и выбора для реализации наилучшего из них. Её алгоритм предполагает осуществление следующих шагов.

Шаг первый. Разработке вариантов межрегиональных проектов должна предшествовать оценка ситуации на рынке, потенциала регионов и позиции конкурентов. Главной целью разработки и реализации межрегиональных проектов развития делового туризма региона является создание высокоэффективного туристического комплекса, предоставляющего широкие возможности для удовлетворения потребностей российских и иностранных граждан, совершающих деловые поездки, в разнообразных туристических услугах.

В качестве локальных целей межрегиональных проектов развития делового туризма можно принять, во-первых, количество проводимых в регионе мероприятий; во-вторых, среднее количество участников одного мероприятия; в-третьих, прирост регионального валового продукта; в-четвёртых, прирост рабочих мест в регионе.

Шаг второй. Разработчик должен учесть ключевые приоритеты развития

делового туризма регионов-участников.

Шаг третий. С учётом поставленных целей и ключевых приоритетов можно приступить к созданию вариантов межрегиональных проектов. Каждый из вариантов проекта (A_{ij} , B_{ij} , C_{ij} , ..., N_{ij}) представляет собой комплекс j -х задач, которые необходимо решать для реализации i -х приоритетов.

Шаг четвёртый. Каждый вариант проекта развития делового туризма оценивается на соответствие поставленным целям. Данную работу должны выполнять независимые эксперты.

Поскольку локальные цели по степени значимости могут различаться, эксперты должны определить для каждой из них соответствующие коэффициенты значимости. Оценка коэффициентов значимости целей проекта рекомендуется производить по шкале от 0 до 1. Аналогичным образом должна быть установлена шкала оценки степени достижения целей. Степень достижения целей в каждом из конкретных вариантов проекта развития делового туризма рекомендуется также оценивать по шкале от 0 до 1. Чем выше оценка, тем в большей степени анализируемый вариант проекта будет обеспечивать достижение поставленных целей.

Шаг пятый. Каждый вариант межрегионального проекта развития делового туризма оценивается экспертами на предмет ожидаемого воздействия на достижение целей. Полученные данные заносятся в оценочную таблицу (табл. 1).

Сумма произведений коэффициентов значимости и частных оценок даёт итоговый результат оценки ожидаемого воздействия каждого из вариантов межрегионального проекта развития делового туризма на достижение её целей. В приведенном выше условном примере вариант A_{ij} проекта в большей степени способствует достижению поставленных целей.

Шаг шестой. Он предполагает определение и оценку усилий, которые необходимо произвести, чтобы реализовать каждый из предложенных вариантов межрегиональных проектов развития делового туризма. Таким же образом, как и на предыдущем этапе, должна быть установлена шкала оценки степени сложности предпринимаемых усилий, а также оценка предпринимаемых для достижения целей усилий в каждом из конкретных вариантов межрегиональных проектов развития делового туризма. Для этого также рекомендуется использовать шкалу оценки от 0 до 1,0. Чем выше оценка, тем в большей степени, по мнению экспертов, анализируемый вариант проекта требует усилий, предпринимаемых для достижения целей.

Шаг седьмой. Эксперты оценивают усилия, необходимые для реализации каждого из вариантов межрегиональных проектов развития делового туризма (табл. 2).

Сумма произведений коэффициентов, характеризующих степень сложности предпринимаемых усилий и частных оценок, даёт итоговый резуль-

тат оценки совокупных усилий по каждому из вариантов межрегиональных проектов.

Шаг восьмой. Определяются коэффициенты ожидаемой эффективности по каждому из предложенных вариантов межрегиональных проектов развития делового туризма.

Таблица 1

Оценка ожидаемого воздействия вариантов межрегиональных проектов развития делового туризма на достижение её целей (условный пример)

Цели межрегиональных проектов развития делового туризма	Коэффициент значимости цели	Вариант A _{ij}		Вариант B _{ij}	
		Оценка	Результат воздействия	Оценка	Результат воздействия
Количество проводимых мероприятий	0,7	0,8	0,56	0,7	0,49
Среднее количество участников одного мероприятия	0,9	0,9	0,81	0,8	0,72
Прирост регионального валового продукта	1,0	0,9	0,90	0,8	0,80
Прирост рабочих мест в регионе	1,0	0,9	0,90	0,7	0,70
Итоговый результат оценки:	-	-	3,17	-	2,71

Для этого по каждому из вариантов межрегиональных проектов итоговый результат оценки ожидаемого воздействия на достижение поставленных целей необходимо разделить на итоговый результат оценки предпринимаемых совокупных усилий. Наилучшему варианту соответствует тот, который имеет наибольший коэффициент эффективности. Иными словами, более эффективен тот вариант, который обеспечивает меньше усилий для достижения поставленных целей. В приведенном условном примере лучшим вариантом проекта является вариант B_{ij} с коэффициентом эффективности, равным 1,06 (аналогичный показатель варианта A_{ij} равен 0,99).

Шаг девятый. По выбранному таким способом лучшему из вариантов межрегиональных проектов разрабатываются конкретные планы мероприятий и бюджет.

Предлагаемая методика может быть использована органами управления регионов и муниципальных образований, заинтересованных в развитии делового туризма, в процессе выбора наиболее эффективного из предлагае-

мых межрегиональных проектов.

Кроме того, её можно использовать для оценки эффективности межрегиональных проектов с учётом дополняющих и корректирующих мероприятий, которые могут быть внесены в проекты по ходу их реализации.

Таблица 2

Оценка усилий, необходимых для реализации вариантов межрегиональных проектов развития делового туризма (условный пример)

Усилия, необходимые для реализации вариантов межрегиональных проектов	Степень сложности предпринимаемых усилий	Вариант A _{ij}		Вариант B _{ij}	
		Оценка	Результат	Оценка	Результат
Сложность финансирования проекта развития делового туризма	0,9	0,9	0,81	0,8	0,72
Сложность реализации проекта развития делового туризма	0,7	0,9	0,63	0,8	0,56
Время, необходимое для реализации проекта развития делового туризма	0,8	0,8	0,64	0,7	0,56
Преодоление сопротивления конкурентов в других регионах	1,0	0,9	0,90	0,9	0,90
Итоговый результат оценки усилий:		-	2,98	-	2,74

Список источников

1. Биржаков М.Б. Теория и практика конгрессно-выставочного туризма / М.Б. Биржаков, Л.И. Иванова. // Туристские фирмы. – 2004. – Вып. 33 (1).
2. Туризм, гостеприимство, сервис: словарь-справочник /Г.А. Аванесова, Л.П. Воронкова, В.И. Маслов, А.И. Фролов / под ред. Л.П. Воронковой. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 367 с.
3. Богданова С. Как заработать на чужих встречах / С. Богданова //Туризм: проблемы, перспективы, практика. – 2005. – № 10.
4. Малькевич В. Выставочный ресурс российского бизнеса // Российская газета. – 2009. – 21 апреля. – С. 4.

ESTIMATION OF EFFICIENCY OF INTERREGIONAL PROJECTS OF BUSINESS TRAVEL DEVELOPMENT

G. M. Samostroenko,

Doctor of Economics, Professor of the Chair of Government and Finance, the Oryol State Technical University; samostroenko@yandex.ru

O.G. Chimitdorzhieva,

Applicant of the Chair of Marketing, Oryol State Institute of Economy and Trade; sgywenka@inbox.ru

Key words and phrases: business travel, MICE industry, interregional projects, estimation of the efficiency.

Abstract: The article is devoted to estimation of efficiency of the interregional business travel development projects. The authors have proved a universal technique of the efficiency estimation, allowing choosing the best variant of the projects among possible alternatives and to estimate current efficiency of the projects realization.