

УДК:334.752

Проблемы и перспективы развития международного делового сотрудничества российских организаций

*Романова Г.Г., к.э.н., доцент
Чэнь Д.П., бакалавр
ВГУЭС «Владивостокский государственный университет
экономики и сервиса»
Россия, Владивосток*

Аннотация: В данной статье рассматриваются проблемы с которыми сталкиваются организации что осуществляют свою деятельность в сфере делового туризма, п также пути решения данной проблемы. Во время написания статьи были изучены аспекты работы предприятий, работающих в сфере делового туризма, проанализированы проблемы, с которыми повсеместно встречаются компании, а также пути решения данных проблем. Сделаны выводы об успешном развитии и функционировании предприятия, работающего в сфере делового туризма.

Ключевые слова: Деловая коммуникация, деловой туризм, зарубежный капитал, конгресс- выставочные мероприятия, международные отношения.

Problems and prospects for the development of international business cooperation of Russian organizations

Annotation: This article discusses the problems faced by organizations that carry out their activities in the field of business tourism, as well as ways to solve this problem. During the writing of the article, the aspects of the work of enterprises working in the field of business tourism were studied, the problems that companies everywhere encountered, as well as ways to solve these problems were analyzed. Conclusions are drawn about the successful development and operation of an enterprise operating in the field of business tourism.

Keywords: business communication, business tourism, foreign capital, congress- exhibition events, international relations.

В сфере деловой коммуникации, есть острая необходимость в обмене информацией и технологиями, также необходимо постоянно искать новые рынки сбыта, новых бизнес партнеров, разрабатывать новые совместные проекты и маркетинговые ходы. Необходимо постоянно увеличивать число подготовленных кадров путем переобучения персонала, а самое главное в коллективе необходимо постоянно поддерживать корпоративную культуру. Все эти процессы в индустрии туризма стали основополагающими факторами и как следствие появилась такая сфера деятельности как: «Деловой туризм».

Сам феномен делового туризма очень быстро начал трансформироваться из некой идеи в быстро развивающийся туристический рынок охватывая государство за государством. Также деловой туризм очень быстро стал на вооружение многих компаний.

Несмотря на значительную роль делового туризма в мировых отношениях, возможные пути организации данного вида туризма даже на сегодняшний день остаются недостаточно исследованными в экономике туризма. Изучение делового туризма носит в научной литературе скорее теоретический, чем полностью практический характер.

В данной сфере работ, посвященных теории и методологической базе крайне мало, данный факт приводит к нехватке данных для исследований. Данная проблема приводит к дефициту информации необходимой для анализа рынка бизнес туризма в России. К сожалению, даже на данный момент найти информацию по системному изучению рынка делового туризма крайне проблематично что приводит к повсеместным проблемам.

В настоящее время правительствами многих государств уделяется большое внимание развитию индустрии туризма. Правительство РФ тоже утвердило Федеральную целевую программу «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации на (2011–2018 г.г.)». Согласно данной программе планируется повысить конкурентоспособность индустрии туризма России, которая удовлетворяла бы потребности российских и иностранных граждан в качественных туристских услугах, способствовала повышению их качества и продвижению российского турпродукта на мировой и внутренний рынок.

Однако, в этой программе недостаточно уделено внимания направлениям развития делового туризма, нет определения делового туризма как вида туризма. Тем не менее, в научной литературе деловой туризм определяется как временный выезд граждан с профессионально-деловыми целями.

На данный момент камнем преткновения является неразвитость инфраструктуры рынка специальных товаров и услуг в России. Отсутствие инфраструктуры затрудняет работу компаний занимающихся организацией мероприятий в сфере делового туризма. Корнем данной проблемы является дефицит подходящих площадок для проведения мероприятий.

Рынок делового туризма в России находится в стадии становления. На Москву и Санкт-Петербург приходится 75–80% рынка делового туризма, остальная часть приходится на регионы России, где ситуация с развитием бизнеса и туристской инфраструктуры гораздо хуже. Туристская инфраструктура основной части России требует значительных инвестиций.

К тому же достаточно высока стоимость транспортных услуг. Несмотря на более конкурентные по сравнению с Москвой цены на питание, проживание, аренду помещений в регионах отсутствуют подходящие конференц-залы для проведения международных конгрессно-выставочных мероприятий.

В связи с этим необходимо признать, что в сфере делового туризма Российской Федерации имеется ряд нерешенных проблем:

-действующая нормативная правовая база не в полной мере регулирует вопросы делового туризма, в связи с этим требуется совершенствование

действующих и разработка дополнительных нормативно-правовых актов;

- недостаточно развита и не в полной мере соответствует международным требованиям материально-техническая база делового туризма;

- отсутствует эффективная система координации и государственной поддержки делового туризма;

- не развита целенаправленная работа по обеспечению участия России в тендерах на право организации и проведения, международных конгрессных мероприятий;

- не разработана эффективная методика расчета экономической эффективности конгрессной деятельности;

- отсутствует официальная статистика и недостаточно широко развита система статистических показателей конгрессных мероприятий;

- необходимость совершенствования таможенного администрирования перемещения выставочных грузов через границу Российской Федерации;

требуется развитие многоуровневой системы подготовки, переподготовки и повышения квалификации профессиональных кадров в сфере выставочной и конгрессной деятельности.

Среди слабых сторон российской индустрии делового туризма необходимо отметить недостаточную вовлеченность российских предпринимателей в международное сообщество, следствием чего является слабое сотрудничество с иностранными коллегами, отсутствие стандартов и слабо развитая инфраструктура сферы делового туризма.

Помимо этого, среди многообразия организаций, представляющих разные направления индустрии встреч, нет ни одного, представляющей туристическую индустрию России в мире.

Создание образа государства как среды, благоприятной для ведения бизнеса, является одним из определяющих условий дальнейшего развития въездного делового туризма. Этой цели способствует разработанная «Концепция развития выставочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации», которая была принята 10 июля 2014 г., и которая определяет дальнейшие перспективы развития выставочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации на принципах частного и государственного партнерства.

Данная концепция направлена на разработку комплекса мер в области государственной поддержки отечественных товаропроизводителей-участников выставочной и конгрессной деятельности, предпринимателей и потребителей, выставочных организаций и представителей всех сфер конгрессного бизнеса.

Концепция нацелена на поддержку выставочной и конгрессной деятельности в субъектах Российской Федерации, призвана содействовать развитию экономики регионов страны и выходу отечественных организаций на зарубежные рынки.

В рамках настоящей Концепции рассматриваются вопросы, связанные с подготовкой и проведением выставочной и конгрессных мероприятий на территории Российской Федерации, а также участием российских организаций в выставках, ярмарках и конгрессах за рубежом.

Среди способов и методов продвижения, характерных для рынка делового туризма, выделяются два принципиально отличных понятия: непосредственное

продвижение конгрессной мероприятий, а также продвижение Дальнего Востока как центра делового туризма. Важным условием развития делового туризма в России является необходимость соотносить мировые и российские стандарты при организации конгрессных мероприятий.

Список использованной литературы:

- 1 Докашенко, Л.В. Управление устойчивым развитием организации: автореф. дисс. канд. экон. наук: спец. 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством» / Л.В. Докашенко. – Оренбург, 2004. – 19 с.
- 2 Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)» от 2 августа 2011 г. (с изменениями на 18 февраля 2014 года) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http:// docs.cntd.ru/document/902295121](http://docs.cntd.ru/document/902295121).
- 3 Всемирный экономический форум [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TT_Competitiveness_Report_2013.pdf.
- 4 Статистический справочник 2012 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gks.ru/free_doc/doc_2012/rus12.pdf.
- 5 Конгрессная деятельность. Термины и определения. ГОСТ Р 53524. – 2009 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://nordoc.ru/doc/59-59362#i73199>.
- 5 Euromonitor international [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.euromonitor.com/russia/country-factfile> (дата обращения 12.12.2014).