

Технологические основы инсентив-туризма как формы делового туризма (на примере группы компаний «Востокцемент»).

УДК 338.984

А.А.Сысоева

Магистрант

Г.А.Гомилевская

Канд. экон. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Россия. Владивосток*

E-mail: anastasiasysoeva98@gmail.com; тел.: +79244315431

ул. Гоголя, 41, г. Владивосток, Приморский край, Россия, 690014

Изучено понятие делового туризма, а также MICE-туризма и инсентив-туризм. Рассмотрена группа компаний «Востокцемент» и организация инсентив-туризма в структуре группы компаний «Востокцемент», которая способствует пониманию общего количества различных мероприятий предприятия. Выявлены ответственные за организацию корпоративных мероприятий. Определены основные признаки персонала. И рассмотрена необходимость составления плана по развитию инсентив-туризма в группе компаний «Востокцемент».

Ключевые слова и сочетания слов: туризм, деловой туризм, инсентив-туризм, MICE-туризм, Востокцемент.

Technological foundations of incentive tourism as a form of business tourism (for example, the group of companies "Vostokcement").

The concept of business tourism, as well as MICE-tourism and incentive tourism is studied. The group of companies "Vostokcement" and the organization of incentive tourism in the structure of the group of companies "Vostokcement", which helps to understand the total number of different activities of the enterprise, are considered. Responsible for the organization of corporate events were identified. The main features of the staff are identified. And the necessity of drawing up a plan for the development of incentive tourism in the Vostokcement group of companies was considered.

Key words and word combinations: tourism, business tourism, incentive tourism, MICE-tourism, Vostokcement.

Сегодня деловой туризм относится к наиболее интересным феноменам XXI века и занимает значительный сегмент рынка туризма и гостеприимства. Согласно данным Всемирной туристской организации, в 2019 году доход от делового туризма в мире составил 23,2% от общего объема [1]. Современный туризм с деловой целью становится наиболее перспективным видом туризма благодаря независимости от сезона и ориентации на клиента с высоким уровнем дохода. Поэтому по мере развития экономической среды необходимость освоения делового туризма в России становится важной задачей для государства и в частности для всех организаций, которые благодаря ему повышают квалификацию и компетентность персонала, изучают тренд новейших технологий и оборудования, получают дополнительные преимущества в конкурентной борьбе за клиента.

Целью данной работы является изучение технологических основ инсентив-туризма как формы делового туризма в структуре группы компаний «Востокцемент».

С целью реализации поставленных задач были использованы следующие методы исследования: теоретические: изучение нормативной и учебно-методической документации,

анализ литературы для сравнения, сопоставления различных взглядов на исследуемую проблему; эмпирические: количественный и качественный анализ данных.

Вопросами развития делового туризма интересуются не только отечественные специалисты [2, 3, 4, 5, 6], но и практики, изучающие динамику деловых туров и дальнейшие их перспективы. В связи с ростом мирового и отечественного спроса на данный вид туризма, вопрос требует дальнейшего теоретического и практического исследования.

Деловой туризм классифицируется на два вида (см. табл. 1).

Таблица 1 – Классификация делового туризма [7, 8]

Виды	Что входит
Business travel	Деловые поездки (индивидуальные и корпоративные), командировки
Организация корпоративных мероприятий (MICE)	Бизнес-встречи, Incentive-туры, «teambuilding», организация конференций, семинаров, организация выездных корпоративных праздников и туров

Деловой туризм (бизнес-туризм) – это общее понятие, но мы часто слышим аббревиатуру MICE. MICE-туризм – это деловой туризм, который связан с организацией и проведением корпоративных мероприятий. Для начала расшифруем каждую букву аббревиатуры [9].

M – meetings (встречи),

I – incentives (стимулирующие или поощрительные поездки),

C – congresses (конгрессы)

E – events (корпоративные праздники).

Последняя буква «E» также трактуется как «Exhibitions» - выставки.

Деловые поездки могут объединять несколько целей, например, посещение семинара и проведение бизнес-встречи во время одной поездки.

Ежегодно совершается более 100 миллионов деловых поездок. Уже много лет в лидерах остаются США, Япония, основные страны Европы, страны Южной Америки, а также Китай, Сингапур, Южная Корея. Большой процент деловых поездок приходится на европейские державы. В основном это командировки, конгрессные туры, выставки, инсентив-туры для служащих фирм.

Европа в последние годы постепенно снижает свои лидирующие позиции по бизнес-туристам. Оставаясь на первом месте, ежегодно уменьшается разрыв между Европой и другими странами. Германия не только лидер в принятии деловых туристов, но и каждый год более 5 млн немцев отправляются в бизнес-туры.

Самыми популярными странами для делового туризма, кроме Германии, являются Великобритания, Италия, Франция, Швейцария, Швеция, Нидерланды, Бельгия. Бельгия является столицей ЕС и наряду с Францией, каждый десятый турист, приезжает с бизнес целями. В то время в Великобританию каждый третий приезжает с деловыми целями [10].

Нельзя не упомянуть про развитие делового туризма на американском континенте. Каждый восьмой турист в Новом Свете совершает поездку со служебными целями. Основные потоки деловых людей направляются в США, Канаду и Мексику, которые лидируют на всех сегментах туристского рынка в Западном полушарии. В этих странах в первой половине 1990-х гг. число бизнес-поездок неуклонно росло, но разными темпами.

В Африке и на Ближнем Востоке деловой туризм развивается неравномерно. Подъемы и спады в динамике прибытий зависят главным образом от политической ситуации в регионе [11].

В России деловой туризм стал развиваться в начале 90-х гг., основная доля деловых поездок приходится на такие города как: Москва, Санкт-Петербург, Мурманск, Тольятти, Сочи, Екатеринбург, Иркутск, Новосибирск. А в последние годы деловой туризм стал активно развиваться на Дальнем Востоке. В частности город Владивосток можно назвать центром делового туризма Дальневосточного Федерального Округа.

Для России характерны следующие особенности развития бизнес-туризма:

- 1) смешанные мероприятия, объединяющие, например, конференцию и инсентив-тур;
- 2) выбор «тёплых» стран для проведения корпоративов. Наиболее востребованными местами для российских компаний являются Турция, Египет, Таиланд и др.
- 3) большинство мероприятий проводится в Москве, Санкт-Петербурге и Сочи. Так как эти города обладают всеми ресурсами, которые необходимы компаниям.
- 4) выбор иностранных направлений вместо российских обусловлен дороговизной данного сегмента в РФ.
- 5) выбор межсезонья для корпоративных мероприятий. Встречи высшего уровня менеджмента компаний или премиум инсентив-туры выбирают традиционный период отпусков.

Наряду со встречами, поездками на конгрессы и выставки, корпоративными праздниками деловой туризм включает инсентив-туры. Понятие "incentive" с английского языка переводится как побудительный, поощряющий. Под данным видом туризма подразумевают поездки, которыми коммерческие фирмы награждают своих сотрудников за высокие показатели в работе или мотивируют их к более производительному труду в будущем, а также проведение выездных семинаров, совещаний, конференций. Выделяют два вида инсентив-туров: индивидуальные туры, которые являются поощрением сотрудников и деловые. К деловым мы относим выездные семинары, конференции, дилерские школы [12].

Инсентив-туризм развивается быстро и стремительно. Европа лидирует по количеству поездок и это около 80%. Среди стран-поставщиков инсентив-туризма лидирует США. «Востокцемент» – это промышленная группа, производящая строительные материалы на собственной сырьевой базе с применением новейших технологий и руководствуясь принципом производственной эффективности.

Производство качественных строительных материалов – это первостепенная задача, к которой руководство подходит со всей ответственностью и знанием дела.

В Управляющую компанию «Востокцемент» (далее УК «Востокцемент») входят 3 завода полного цикла по производству цемента на Дальнем Востоке и 4 завода по производству нерудных материалов (табл. 2).

Таблица 2 – Основные сведения о структуре группы компаний УК «Востокцемент» [13]

Предприятие	Производимая продукция	Место расположения
1. АО «Спасскцемент»	Цемент, клинкер, щебень, минеральный порошок	г. Спасск-Дальний, ул. Цементная, 2
2. АО «Теплоозерский цементный завод»	Цемент, клинкер, щебень, минеральный порошок	п. Теплоозерск, ул. Вокзальная, 16
3. АО «Якутцемент»	Цемент, клинкер, щебень	Хангаласский улус, п. Мохсоголлох, ул. Заводская, 32
4. АО «Владивостокский бутощебеночный завод»	Щебень	г. Владивосток, ул. Руднева, д. 17
5. АО «Дробильно-сортировочный завод»	Щебень	г. Артем, п. Заводской

АО «Спасскцемент», АО «Теплоозерский цементный завод» и АО «Якутцемент» являются предприятиями полного цикла производства, от добычи и переработки сырья до производства 12 видов цемента. Полный цикл производства позволяет контролировать и снижать себестоимость конечного продукта - за счет высокоэффективной организации взаимодействия между подразделениями предприятий.

Действующая организационная структура УК «Востокцемент» является линейной и носит бюрократический характер управления, что выражено в строгом выполнении своих обязанностей работниками согласно должностным инструкциям. Принятие важных решений замыкается на высшем руководстве предприятия – директор.

Люди – это главный капитал УК «Востокцемент». Каждый специалист на предприятии востребован. Предприятие повышает квалификацию сотрудников у себя на заводах и в компаниях - обучая, развивая, передавая опыт.

На заводах работают целые династии. В УК «Востокцемент» не забывают про ветеранов труда, перспективных работников, награждают тех, кто вносит вклад в развитие компании, предлагает новаторские предложения и идеи по модернизации.

УК «Востокцемент» уделяет особое внимание обучению сотрудников, предоставляет возможность профессионального и карьерного роста, повышения квалификации. Основным потребителем обучения в УК «Востокцемент» являются новые сотрудники компании, те, кто по долгу службы непосредственно сталкивается с производственным процессом, а также общается с клиентами.

Проведем анализ организации мероприятий, проводимых УК «Востокцемент» (табл. 3).

Таблица 3 – Анализ организации деловых мероприятий, проводимых УК «Востокцемент» в 2018-2019 годах

Наименование	Место проведения	Время проведения	Цель	Количество участников, чел.	Стоимость организации, руб. на 1 сотрудника
1. Праздники и корпоративы	Аренда специальных залов	в течение года	Улучшение обстановки и сплоченность коллектива	200 и более	15-20 тыс.
2. Тренинги и мастер-классы	Аренда специальных залов	в течение года	Повышение профессиональных навыков	100 и более	20 тыс.
3. Конкурсы на лучшего работника, награждения за профессиональную деятельность	Онлайн-режим	в конце года	Повышение уровня мотивации сотрудников	30-40	30 тыс.
4. Совместные спортивные мероприятия	Аренда специальных залов, площадок	в течение года	Улучшение обстановки и сплоченность коллектива	500	10 тыс.
5. Конференции для потребителей продукции	Конференц-зал	раз в три года	Повышение узнаваемости предприятия и продукции	100	50 тыс.

Таким образом, УК «Востокцемент» проводит такие мероприятия как: праздники и корпоративны (Новый год, день рождения компании, день строителя); тренинги и мастер-классы (обучение по функциональным направлениям); конкурсы на лучшего работника; совместные

спортивные мероприятия; конференции для потребителей продукции компании. Также ежегодно руководители УК «Востокцемент» проводят переговоры с партнерами.

Для проведения перспективных мероприятий УК «Востокцемент» использует:

- конференц-залы (выбирается в зависимости от количества участников);
- средства размещения участников мероприятий (предприятия питания, конференц-залы гостиниц).

Организация корпоративных праздников и мероприятий УК «Востокцемент» лежит на отделе по управлению персоналом. Даже при наличии двух крупных корпоративных мероприятий в год для компании, где мероприятие посещают 200 и более человек, этот процесс идет непрерывно, так как подготовка к мероприятию начинается за 6 месяцев до его начала.

Численность ответственных лиц за организацию корпоративных мероприятий составляет 4 человека.

На предприятиях УК «Востокцемент» и партнёров работает более 5 тысяч человек различной квалификации.

Планируется ввести план по развитию инсентив-туризма на предприятиях. Для достижения следующих целей:

- увеличение эффективности работы сотрудников;
- повышение интереса к работе;
- удержание квалифицированных кадров;
- повышение квалификации инженерно-технических работников, руководителей разного уровня;
- привлечение новых сотрудников, адаптация.

Следовательно, необходимо разработать качественную модель инсентив-программы, которая будет уникальной, включать как семинары, так и свободное время для участников. Необходимо организовать разнообразные мероприятия развлекательного и технического характера. Модель форматов инсентив-туризма для реализации в УК «Востокцемент» представлена на рисунке 1.

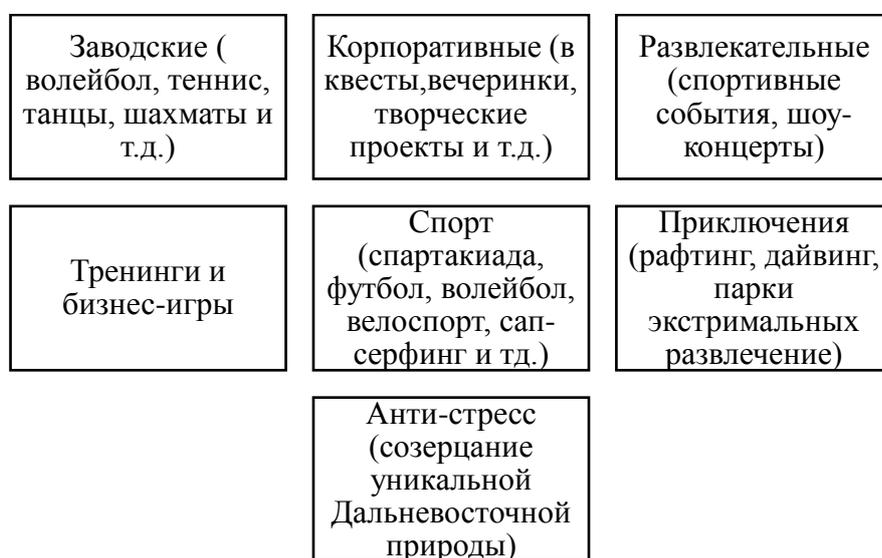


Рис. 1 – модель форматов инсентив-туризма на предприятиях «Востокцемент»

Проведенные исследования дают основание констатировать, что на сегодняшний день деловой туризм является одним из ведущих и динамично развивающихся видов мирового туристского бизнеса.

В ходе исследования выявлено, что современный туризм с деловой целью становится наиболее перспективным видом туризма в силу своей внесезонности, прогнозируемости, ориентации на клиента с высоким уровнем дохода. Благодаря невиданно быстрым темпам роста

количества деловых контактов, сфера делового туризма в мире оформилась в самостоятельную высокодоходную отрасль экономики, которая имеет свои ассоциации, печатные издания, научные и образовательные учреждения.

Анализ мирового рынка показывает, что Российская Федерация, Владивосток в частности имеет высокие перспективы развития делового туризма и инсентив-туризма. В ходе анализа группы компаний «Востокцемент» были выделены перспективы для развития данного направления, которые заключаются в увеличении эффективности работы сотрудников, повышении интереса к работе, удержании квалифицированных кадров, повышении квалификации инженерно-технических работников, руководителей разного уровня, привлечении новых сотрудников, адаптации.

Научной новизной является созданная модель по форматам инсентив-туров для промышленного предприятия. А для данной группы предприятий новизна заключается в систематизации инсентив-туризма в рамках отдельно взятых предприятий, объединяющихся под одной группой. Для продвижения этого направления комплексная работа, которая, по мнению авторов, включает: исследование опыта других предприятий, создание проекта по внедрению инсентив-туров компании, апробацию и реализацию мероприятий по предложенной модели.

Список литературы

-
1. UNWTO (Всемирная туристическая организация) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www2.unwto.org>
 2. Управление потребительскими предпочтениями в сфере отечественного туризма и гостеприимства и основные направления реализации туристского продукта : учебное пособие / А. Д. Чудновский, М.А. Жукова. – М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. — 304 с.
 3. Можяева Н. Г., Рыбачек Г. В. Организация туристской индустрии и география туризма: учебник. М.: ИД «ФОРУМ», 2014.
 4. Гасиев М. Основы делового туризма и индустрии МІСЕ в России и за рубежом: сравнение и тенденции // Деловой туризм и индустрия МІСЕ в России и за рубежом: основы, понятия и тенденции (практический опыт). – М., 2004.
 5. Рицци В.В. Сущность и особенности делового туризма: учебное пособие / В.В. Рицци – СПб.: Издательство «АСТЕРИОН», 2016.
 6. Овчаров А. О. Экономика туристских предприятий. – М.: ИНФРА-М., 2013.
 7. Андренко И.Б. Классификации делового туризма / И.Б. Андренко // Научно-технический сборник. - 2010.
 8. Александрова А.Ю. Структура туристского рынка. М.: Пресс-соло, 2008.
 9. Самойленко С.А. География туризма: учеб. пос. - Ростов н/Д: Феникс, 2006. - 368 с. – с. 60
 10. Александрова А.Ю. Международный туризм: Учебник. М.: Аспект Пресс, 2012. 470 с
 11. География туризма: учебник / В.И. Кружалин, Н.С. Мироненко, Н.В. Зи-герн-Корн, Н.В. Шабалина. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Федеральное агентство по туризму, 2017. – 340 с.
 12. Бабкин А.В. Специальные виды туризма. Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. - 252 с.
 13. Официальный сайт группы компаний «Востокцемент» // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vostokcement.ru/>