

Научная статья

Original article

УДК 000.00.0

DOI 10.24412/2658-3569-2021-10066



**ПЕРСПЕКТИВЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЛОГИСТИКИ ДЕЛОВОГО
ТУРИЗМА В РАМКАХ ИНИЦИАТИВЫ «ОДИН ПОЯС - ОДИН ПУТЬ» В
УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ**

**PROSPECTS AND TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF BUSINESS TOURISM
LOGISTICS WITHIN THE FRAMEWORK OF THE "ONE BELT, ONE ROAD"
INITIATIVE IN THE CONTEXT OF A PANDEMIC**

Ян Чжэнь, Аспирант, Санкт-Петербургский государственный экономический университет (191023 Россия, г. Санкт-Петербург, ул. наб. канала Грибоедова, д. 30-32), тел. 8(812) 458-97-58, interstud@unecon.ru

Yang Zhen, Postgraduate student, St. Petersburg State University of Economics (30 -32 nab. Griboyedov Canal st., St. Petersburg, 191023 Russia), tel. 8(812) 458-97-58

Аннотация. В данной статье рассмотрено направление туризма в бизнес сегменте. Он требует больше четкости и организованности, новых технологических решений, способность повысить эффективность поездок предпринимателей и других деловых лиц. Рассмотрены виды делового туризма и тенденции его развития.

Abstract. This article examines the direction of tourism in the business segment. It requires more clarity and organization, new technological solutions, the ability to improve

Международный журнал прикладных наук и технологий "Integral"

the efficiency of entrepreneurs and other business people. The types of business tourism and trends of its development are considered.

Ключевые слова: деловой туризм, бизнес-туризм, организация командировки, MICE, организация конференций.

Keywords: business tourism, business tourism, business trip organization, MICE, conference organization.

Введение

У большинства граждан туризм ассоциируется непосредственно с отдыхом, однако, на сегодняшний день существует большое многообразие различных туристических поездок. Например, спортивный или религиозный, деловой, культурно – музыкальный или в перспективе космический видны туризма. Каждый из них сопряжён с определенными индивидуальными особенностями [2].

Туризм в XXI веке - это не только отдых как таковой, но и средство воздействия на формирование общественного мнения, возможность заявить о себе как о человеке состоятельном, умном, современном. Наконец туризм для многих возможность получения ощущения некой свободы и независимости.

Методы или методология проведения исследования

В настоящее время мы являемся свидетелями беспрецедентного явления того как туристом становятся даже новорожденные люди.

Однако все большие коррективы вносит эпидемическая ситуация, что существенным образом отражается как на всём туристическом бизнесе, так и на каждой отдельно взятой отрасли.

В данном исследовании рассмотрим направление бизнес-туризма, который пострадал в значительной мере. По прогнозам аналитиков восстановление рынка бизнес-индустрии может продлиться от 4 до 6 лет, чтобы прийти к уровню до начала пандемии.

Экспериментальная база, ход исследования

Международный журнал прикладных наук и технологий "Integral"

Актуальность данной работы заключается в том, что тревел-политика значительно изменилась, а значит и весь бизнес необходимо адаптировать под современные реалии и повышать его эффективность, находя новые инструменты продаж и привлечения клиентов.

Рассмотрим для начала виды туристических поездок в бизнес сегменте (рисунок 1) [1].



Рис. 1. Виды делового туризма

Как видно из рисунка, деловой туризм делится на два крупных сегмента - это поездки со служебными целями и поездки MICE (от англ. Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions).

И те и другие поездки присущи проекту Китайской народной республики "Один пояс - Один путь".

Результаты и обсуждение

Несомненно, в рамках инициативы ОПОП возможна существенная финансовая поддержка [3]. Однако среди компаний должна происходить "здоровая" конкуренция, чтобы повышался сервис и качество обслуживания.

Инициатива ОПОП даёт большие возможности развития данной индустрии не только за счёт финансирования, но и благодаря различным мероприятиям и конференциям, посвящённых проекту, на которые съезжаются участники как стран-партнёров, так и тех, кто думает или уже желает присоединиться. В данном случае возможно организовывать делегации согласно всем санитарным нормам: от рассадки на расстоянии до заселения в номера согласно требованиям.

Так же наблюдается тенденция перехода бизнес-туризма из офлайн и онлайн режим. Так, согласно данным "Сбериндекса" продажа билетов через электронные площадки превысил 90% от общего объёма приобретаемых билетов. Это говорит о том, что необходимо развивать it-решения в сфере бизнес-туризма, что позволит [4]:

- 1) сокращать количество бюрократических моментов, связанных с оформлением документов в командировку,
- 2) экономить время, поскольку для предпринимателей или людей, занимающих высокие должности, это один из самых важных ресурсов,
- 3) координировать потоки людей, что снизит риск заражения новой коронавирусной инфекцией.

В рамках ОПОП так же возможно введение безвизового режима, что значительно снизит барьеры к перемещению и повысит привлекательность знакомиться с новыми культурами "соседствующих" стран [3].

Область применения результатов

В связи с пандемией далеко не все люди могут позволить себе поехать на отдых по разным причинам, следовательно, некоторые туристические операторы могут предлагать бизнес-туры, совмещённые с непродолжительными путешествиями по странам (городам) участницам "Один пояс - Один путь".

Международный журнал прикладных наук и технологий "Integral"

Подобный вид поездок окажется привлекательным и позволит различным народам обмениваться знаниями и опытом, знакомиться и налаживать "полезные" знакомства в непринужденной атмосфере, что иногда оказывается гораздо эффективнее.

Как не странно, несмотря на то, что КНР первая приняла на себя удар и первую волну вируса, в настоящее время бизнес – туризм с Китаем является весьма привлекательным как для европейцев, так и для русских партнеров. Во многом это объясняется территориальной близостью к России, масштабной востребованностью в экзотическом азиатском туризме в европейских странах, комфортной инновационной инфраструктурой и активным использованием IT технологий, в том числе и в туристической сфере. Туристическим бизнес – партнером есть чему удивляться и в использовании китайцами возможностей искусственного интеллекта. Достаточно вспомнить о проекте «Золотой щит» [5].

Это китайское ноу – хау по осуществлению тотального контроля за своими гражданами уже активно работает в Пекине и город весь просматривается специальными камерами слежения. В нескольких десятках регионов Поднебесной данная система успешно прошла апробацию и с ее помощью практически на каждого из жителей, которые попадают в ее поле зрения, собирается информация и встраивается «система оценок».

Выводы

Благодаря данным инновациям и собранным сведениям люди, работающие в системе бизнес – туризма могут изучить рынок и торговые предложения необходимые для потребителя без специально проводимого тестирования или анкетирования. Становится совершенно понятным, что такие технологии открывают новые ещё неизведанные возможности не только в сфере туризма, но и во многих других сферах.

Да и уровень сервиса, предлагаемый китайской стороной, порой потрясает даже весьма искушенную европейскую туристическую публику.

Международный журнал прикладных наук и технологий "Integral"

Ход пандемии усложнил многие задачи течения китайской инициативы, однако, располагая огромными ресурсами, она показывает свои растущие возможности в различных направлениях. Об этом свидетельствует и сфера туризма, в частности и делового туризма.

Литература

1. Друк В.Ю. Грабар Р.Н. Деловый туризм как приоритет развития туристической отрасли // Экономика и бизнес. 2020 г.
2. Коль О.Д. Городская среда обитания как потенциал туристского бизнеса крупного города: концептуальный подход. 2012 г.
3. Ли Шаньлань Китай усиливает финансовую поддержку туризма, содействующего «Пояса и пути» и сокращению бедности // портал "Один пояс Один путь". 2019 г.
4. Цацулина И.А. Развитие делового туризма в России // Экономика. 2018 г.
5. Чекменёва Т.Г., Ершов Б.А., Трубицын С.Д., Остапенко А.А. Стратегия Китая по обеспечению информационной безопасности: политический и технический аспекты [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/strategiya-kitaya-po-obespecheniyu-informatsionnoy-bezopasnosti-politicheskiy-i-tehnicheskiy-aspekty>

References

1. Druk V.Yu. Grabar R.N. Business tourism as a priority in the development of the tourism industry // Economics and Business. Feb 2020
2. Kol O.D. Urban Habitat as the Potential of the Tourism Business of a Large City: A Conceptual Approach. 2012 r.
3. Li Shanlan China is increasing financial support for tourism promoting the Belt and Road and Poverty Reduction // Belt and Road Portal. Dec 2019
4. Tsatsulina I.A. Development of business tourism in Russia // Economy. 2018 Nov.
5. Chekmeneva T.G., Ershov B.A., Trubitsyn S.D., Ostapenko A.A. China's strategy for information security: political and technical aspects [Electronic resource] URL:

Международный журнал прикладных наук и технологий "Integral"

<https://cyberleninka.ru/article/n/strategiya-kitaya-po-obespecheniyu-informatsionnoy-bezopasnosti-politicheskij-i-tehnicheskij-aspekty>

© Ян Чжэнь, 2021 *Международный журнал прикладных наук и технологий "Integral" №4/2021*

Для цитирования: Ян Чжэнь Перспективы и тенденции развития логистики делового туризма в рамках инициативы «Один пояс - один путь» в условиях пандемии// Международный журнал прикладных наук и технологий "Integral" №4/2021.