

Таблица 2. План продаж турцентра на 2013 год по месяцам года

Месяц	Сумма продаж, руб.
Май	1 419 000
Июнь	1 588 000
Июль	1 097 000
Август	1 491 000
Сентябрь	863 000
Октябрь	863 000
Ноябрь	1 164 000
Декабрь	2 254 000
Итого за год	10 739 000

Как видно из таблицы, за восемь месяцев продаж турцентр сможет обеспечить доход в 10 739 тыс. рублей.

В настоящее время турцентр ВГУЭС находится в самом начале своего развития, но уже сейчас можно сказать, что он станет тем звеном, которое приблизит университет к реальному бизнесу.

Турцентр ВГУЭС – это бизнес площадка для реализации контекстного обучения, в рамках которой можно решать практические задачи ВУЗа:

- разработка технологических карт туристских маршрутов;
- создание инновационных продуктов в туризме;
- постоянная работа с сайтом турцентра;
- разработка программ продвижения центра;
- формирование целевой аудитории;
- стажировка преподавателей.

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ПРИМОРСКОМ КРАЕ

*Петько Екатерина Александровна
ВГУЭС, ИСТД, 5 курс,
науч. рук. доц. к. э. н. Гомилевская Г.А.*

Одной из наиболее динамично развивающихся отраслей мирового туризма в последние годы стал деловой туризм, и как одна из его составляющих конгрессно-выставочный туризм, служит ярким примером проявления глобализации мировой экономики и связанной с ней интенсификации деловых, научных и культурных обменов.

Под конгрессно-выставочным туризмом понимают деятельность, связанную с организацией конгрессов, выставок, ярмарок, конференций и прочих деловых мероприятий. Конгрессно-выставочный туризм является одним из действенных методов, влияющих на стимулирование положительных структурных изменений в пользу наукоемких и

высокотехнологичных производств. С этой позиции конгрессно-выставочная деятельность – это предпринимательская деятельность, направленная на установление и развитие отношений между производителями товаров и поставщиками услуг, с одной стороны, и потребителями товаров и услуг – с другой стороны, осуществляемая в процессе организации и проведения специализированных деловых встреч и выставочных мероприятий.

Организация конгрессно-выставочной деятельности представляет собой особый сектор экономики с собственной сетью предприятий, организаций, объединений, соответствующего правового регулирования и управления на различных уровнях. Непосредственно связанная с большинством отраслей экономики, имеющая собственную инфраструктуру, материально-техническую базу, конгрессно-выставочная деятельность является эффективным инструментом стимулирования деятельности предприятий и научных организаций, различных отраслей экономики и органов государственной власти и обеспечивает значительные дополнительные поступления в бюджеты разных уровней.

Регион, где проводятся конгрессно-выставочные мероприятия, кроме прямого экономического эффекта, получает еще и определенные нематериальные, но не менее важные выгоды. К таким выгодам можно отнести развитие делового сотрудничества, долговременное стимулирующее влияние на региональную экономику, проявляющееся в развитии инфраструктуры региона, росте престижа конкретного региона на мировом уровне, создании дополнительных рабочих мест. [1]

Следует отметить, что основой для развития конгрессного туризма является наличие в мире более 200 национальных союзов и ассоциаций, которые проводят съезды, общие собрания, конференции с числом участников от 50 до 300. Как правило на мировом рынке, страны, развивающие конгрессно-выставочную деятельность, являются лидерами в научно-технических направлениях, что позволяет привлекать специалистов, и расширять круг посетителей. К первой пятерке стран-рекордсменов по проведению на своей территории конгрессов и конференций относятся: США, Германия, Испания, Италия, Великобритания. В России уже более 20 городов имеют специализированные выставочные комплексы, благодаря которым они становятся известными как центры крупнейших международных выставок и конгрессов. К тройке лидеров городов проводимых конгрессно-выставочных мероприятия относятся: Москва, Санкт-Петербург и Екатеринбург.

Приморский край позиционируется, как центр международного сотрудничества стран АТР, основным фактором такого заявления является его геополитическое положение по отношению к другим субъектам Дальнего Востока. С 2005 года наибольший интерес иностранных туристов к Приморскому краю отмечался в 2006 году, когда зарубежным туристам было реализовано 31,9 тыс. путевок, в последующие периоды произошло сокращение въезда иностранных туристов и только с 2010 года начинается

постепенное увеличение въездного туристского потока. Объемы въездного туристского потока влияют на загрузку средств размещения и функционирование иных предприятий туристской индустрии. Данные о развитии международного въездного туризма в Приморском крае в 2006-2011 годах позволяют сделать вывод о тенденции увеличения за последние два года объема туристского потока (далее – турпоток) и значительном преобладании в структуре

Показатели въездного международного турпотока Приморского края приведены в таблице 1.

Таблица 1. Объем и структура международного въездного турпотока Приморского края

Страны мира	Годы					
	2006	2007	2008	2009	2010	2011
КНР	74530	50349	49647	38102	43671	60985
Япония	7073	5529	4814	3496	4167	3188
Республика Корея	8316	6991	7808	4935	8123	7578
КНДР	2	24	2	6	11	18
США	1874	2484	1775	2456	4272	3730
Канада	644	492	505	528	1686	1812
Австралия	430	321	385	298	698	1246
Великобритания	501	461	737	366	791	805
Тайвань	208	586	112	108	184	339
Другие страны	5213	1145	1394	2657	4168	2713
Итого	98791	68382	67179	52952	67771	82414

В 2011 году на территорию Приморского края въехали 82414 иностранных туристов, что составило 121,6 процента к 2010 году [3]. Тенденция роста турпотока с 2010 по 2012 года, может быть обусловлена проведением в 2012 году саммита АТЭС

Для развития конгрессной деятельности на данный момент г. Владивосток имеет подготовленную площадку, характеристика подготовленных объектов рассматривается в таблице 2.

Таблица 2. Характеристика объектов инфраструктуры г. Владивостока.

Объекты инфраструктуры	Характеристика
Транспортная инфраструктура	Построены мостовые переходы через бухту «Золотой Рог» и «Амурский» залив; проведена реконструкция автомагистрали г. Владивосток- аэропорт «Кневичи»; строительство автомобильной дороги пос. Новый – Де-Фриз.
Культурные сооружения	Построены театр оперы и балета; концертно-спортивный комплекс и океанариум.
Кампус ДВФУ	Включает в себя: конференц-центр, пресс-центр, естественно -научный корпус, учебные корпуса.
Игровая зона	Казино, многофункциональный развлекательный комплекс, гостиницы 3, 4, 5 звезд, торгово-выставочный комплекс, аквапарк и яхт-клуб.

Что касается непосредственно конгрессных помещений, то общая вместимость залов Владивостока с учетом вводимых в эксплуатацию залов ДВФУ и гостиничных комплексов сети Хаятт составляет 6,7 тыс.мест. (Таблица 3).

Таблица 3. Общая вместимость залов г. Владивостока

Место проведения	Вместимость, мест
Администрация Приморского края	600
Гавань	250
Азимут отель Владивосток	295
Конференц-залы ДВФУ	3194
Конференц-залы ВГУЭС	1080
Отель «HYUNDAI»	510
Гостиничный комплекс, м.Бурный	250
Гостиничный комплекс, Корабельная набережная	600
Итого	6779

Развитие выставочно-ярмарочной деятельности в Приморском крае сдерживается отсутствием материально-технической базы необходимого уровня. Это вынуждает организаторов выставок-ярмарок региона использовать для выставочных мероприятий неприиспособленные помещения (спортивные и концертные залы, фойе административных зданий и т. п. общей площадью около 7000 м), что значительно снижает их эффективность [2]. В целях формирования представления о Приморском крае как о регионе, обладающим деловыми туристскими коммуникациями уровня известных международных туристских центров, необходимо сформировать современную деловую инфраструктуру как основу деловых коммуникаций, которая включает в себя:

- развитие системы информационно-туристских центров на территории Приморского края;
- создание Конгресс-бюро на территории Приморского края;
- формирование городской среды, благоприятной для пребывания туристов;
- обеспечение информационной, ценовой, логистической доступности услуг в сфере туристских и деловых коммуникаций для российских и иностранных клиентов;
- развитие международных связей, направленных на установление взаимовыгодных отношений Приморского края с зарубежными городами и международными организациями, с целью развития деловых отношений и увеличения туристических потоков.

Таким образом, для формирования современной инфраструктуры делового туризма и эффективного развития конгрессно-выставочной деятельности в Приморском крае необходимо объединение усилий всех участников рынка, включая гостиницы, транспортные компании, конгрессно-выставочные комплексы, компании – профессиональные организаторы конгрессов.

В целом, активизация конгрессно-выставочной деятельности в Приморском крае послужит привлечению в регион мероприятий международного уровня, увеличит инвестиционную привлекательность Приморского края и будет способствовать развитию делового туризма.

РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

*Андреева Оксана Владимировна
СПбГУСЭ, ЮИ, 2 курс,
науч. рук. доц. Кириллова Е.Г.*

Пути стимулирования развития туризма в Ленинградской области могут быть:

- укрепление нормативно-правовой и научной базы развития сферы туризма в Ленинградской области;
- финансовая поддержка органов местного самоуправления и отдельных организаций, участвующих в осуществлении проектов и программ развития туризма на территории;
- разработка региональных целевых и ведомственных программ развития сферы туризма и рекреации Ленинградской области на ближайший период и перспективу.

Ленинградская область располагает одной из наиболее развитых в России системой отдыха, туризма и спорта. На территории региона развиваются экскурсионно-познавательный, экологический, водный, круизный, спортивно-оздоровительный виды туризма. Но международный туризм пока носит транзитный и приграничный характер. Будущее рекреационного комплекса области обусловлено значительным природным потенциалом для развития туризма, санаторного лечения, отдыха. Намечается интенсивное развитие туристско-рекреационной отрасли. На основе комплексной оценки территории области выделены 12 участков с необходимыми предпосылками для формирования зон санаторно-курортного лечения с разнообразной лечебной базой; 62 зоны площадью 457 тыс. га. для освоения в целях организации отдыха, в том числе 30 – высокой рекреационной ценности; территории для развития познавательного, спортивно-оздоровительного, экологического и других видов туризма, в том числе иностранного. Для иностранного туризма наиболее привлекательна территория Карельского перешейка. Важнейшими объектами туризма являются г. Выборг и Приозерск. Желательно провести работы по организации туристских зон в районе Сайменской водной системы, в районе Кузьмолово – Токсово, у г. Шлиссельбурга, вдоль Ладожского озера и водной системы р. Вуоксы. Для создания в области индустрии туризма необходимо развивать инфраструктуру отрасли – объектов размещения туристов, торгового и прочего сервисного обслуживания, т.к. именно эти сферы услуг приносят основной доход от туризма.

К сожалению, неограниченные рекреационные возможности региона в настоящее время используются крайне недостаточно. В то же время поток туристов в регион постоянно растет. Ежегодно область с населением около 1700 тысяч человек посещают почти 2 миллиона гостей. Рекреационный спрос (в первую очередь интуристов) связан в основном с памятниками культурно-исторического наследия Санкт-Петербурга и его ближайших пригородов. Что же касается районов области, то здесь развитие туризма тормозит отсутствие необходимой рекреационной инфраструктуры и современного туристического оборудования. Инвестиции в развитие рекреационной сферы исключительно перспективны, так как в самое ближайшее будущее туризм обещает стать одной из главных доходных статей регионального бюджета. Наиболее перспективны в плане развития туризма Выборгский, Приозерский, Всеволожский, Волховский, Подпорожский и Лужский районы.

В то же время привлечению туристов может способствовать проведение в Санкт-Петербурге зрелищных мероприятий и спортивных соревнований, подобных теннисному турниру "Saint-Peterburg Open". Также плюсом для развития туристского бизнеса является развитие рынка водных экскурсий, инфраструктуры питания и развлечений, создание сети мини-отелей в Ленинградской области.

Ленинградская область – развитый регион в сфере туризма, но есть еще некоторые пункты, по которым район не достиг пика развития. И если правительство займется улучшением инфраструктуры туризма области, то в ближайшее десятилетие Ленинградская область станет полностью развитым турцентром.

В целях продвижения туристских услуг и установление межрегиональных и международных связей необходимы следующие мероприятия:

1. Подготовка и проведение международного водного фестиваля "Вуокса"
2. Ежегодное участие в международных, российских и региональных туристских выставках и ярмарках
3. Разработка единого стиля экспозиции стендов Ленинградской области на выставках и сайтах, передвижных рекламных блоков о туристском и санаторно-курортном комплексах ЛО
4. Организация целевых информационно-рекламных кампаний в СМИ
5. Проведение конкурсов кинооператоров, фотографов и журналистов, пропагандирующих рекреационно-туристские возможности ЛО
6. Создание видеороликов о возможностях туризма в ЛО на русском и иностранных языках
7. Проведение обзорных экскурсий и выездных семинаров о возможностях туризма в отдельных районах ЛО
8. Создать региональную компьютерную сеть с организацией компьютерных рабочих станций в информационно-туристских центрах, оборудованных модемами для выхода в глобальную сеть, и сайт, связанный с региональным банком данных (каталогом), о всех