

- увеличить мощность предприятия питания за счёт строительства нового предприятия или реорганизации действующего;
- увеличить время работы предприятия питания;
- допустить к обслуживанию в предприятии питания на территории базы отдыха сторонних потребителей;
- обеспечить возможность продажи в предприятии питания базы отдыха алкогольную продукцию в определённые часы работы;
- предложить новую услугу по организации торжеств на территории предприятия питания;
- разработать различные типы питания для гостей, включённые в стоимость проживания.

Список литературы

1. Комплементарность [Электронный ресурс] // Экономический словарь. – Режим доступа: http://dic.academic.ru/dic.nsf/econ_dict/21212
2. Волков, Ю.Ф. Технология гостиничного обслуживания: учебник / Ю.Ф. Волков. – Ростов на Дону: Феникс, 2008. – 384 с.
3. Уокер, Д. Управление гостеприимством: вводный курс: учебник для студ. вузов, обучающихся по спец. «Гостиничный и тур. бизнес» и спец.сервиса / Д.Р. Уокер; пер.с.англ. [В.Н. Егорова]. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010. – 880 с.
4. Могильный, М.П. Организация и технология обслуживания питанием в гостиничных комплексах / М.П. Могильный, А.Ю. Баласанян. – 2-е изд. – М.: ДеЛи принт, 2011. – 176 с.
5. Индустрия гостеприимства в Приморском крае: статистический сборник / [редкол.: В.Ф. Шапалов (пред.) и др]; Федерал. служба гос. статистики (Примстат). – Владивосток: Приморскстат, 2011. – 38 с.
6. Фатхутдинов, Р.А. Управленческие решения: учебник для вузов / Р.А. Фатхутдинов. – 6-е изд. перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 344 с.
7. МГСН 4.16.98 «Гостиницы»
8. МГСН 4.14.98 «Предприятия общественного питания»
9. О базе отдыха [Электронный ресурс] // Сайт базы отдыха «Сидими». – Режим доступа: www.sidimi.ru
10. Отзывы о базе отдыха Сидими [Электронный ресурс] // Портал о туризме Туризм.ру. – Режим доступа: www.tourizm.ru
11. Отзывы о базе отдыха Сидими [Электронный ресурс] // Форум Хабаровских родителей. – Режим доступа: www.khabmam.ru
12. Отзывы о базе отдыха Сидими [Электронный ресурс] // Форум Владивостокских родителей. – Режим доступа: www.vladmam.ru
13. Отзывы о базе отдыха Сидими [Электронный ресурс] // Сайт отзывов Тульп.ру. – Режим доступа: www.vladivostok.tulp.ru

УДК 338.48-611 : 339.174(571.63)

Гомилевская Г. А., Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, Владивосток, Россия

Щур В.В., департамент международного сотрудничества и развития туризма Администрации Приморского края, Владивосток, Россия

МОДЕЛЬ СОЗДАНИЯ КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНОГО БЮРО В ПРИМОРСКОМ КРАЕ

Целью работы является определение модели конгрессно-выставочной деятельности в Приморском крае и выбора организационной структуры конгресс-бюро, как ключевого субъекта. В статье рассмотрен мировой опыт и сделан анализ российскому.

Ключевые слова: конгрессное бюро, конгрессно-выставочная деятельность, конгрессный туризм.

Конгрессный туризм является специализированным сегментом рынка туристских услуг, включающим в себя поездки на такие организованные мероприятия, как конгрессы, конференции и другие совещания или встречи, имеющие своей целью обсуждение различных вопросов среди определённых групп людей [1]. Иными словами конгрессный туризм – это важная составная часть мировой МICE-индустрии, приносящая не меньший совокупный доход конкретному региону, чем доход от выставочной деятельности, и охватывает поездки с целью участия в конгрессах, конференциях, семинарах и прочих мероприятиях, организуемых для обсуждения тех или иных вопросов и обмена опытом.

По мнению К.В. Бардина выставочный туризм является одним из секторов делового туризма, совмеща в себе многоплановые события и комплекс маркетинговых инструментов, выполняющий одновременно несколько функций, где каждое мероприятие ориентировано на демонстрацию актуальной картины определённого сектора рынка или же отрасли в целом [2].

Объединение конгрессов и выставок указывает на общую специфику и состав требований, предъявляемых к инфраструктуре принимающей стороны. Таким образом, под конгрессно-выставочной деятельностью (далее КВД) понимают деятельность, связанную с организацией конгрессов, выставок, ярмарок, конференций.

Согласно статистическим данным ЮНВТО (Всемирная Туристская Организация), доля конгрессно-выставочного туризма в общем объёме деловых поездок составляет 10–12 % [3]. В мире растёт интерес к конференциям, симпозиумам, семинарам, выставкам и ярмаркам. Одним из основных условий развития КВД является требование закрепления за принимающим направлением репутации, позволяющей ему получить международное признание.

Важным условием для привлечения участников конгрессно-выставочных мероприятий является степень экономического развития страны, уровень развития новых технологий, транспортной инфраструктуры, средств связи, гостиничной базы. Как правило, страны, развивающие КВД, являются лидерами в научно-технических направлениях, что позволяет привлекать специалистов, и расширять круг посетителей. В первой пятёрке стран-рекордсменов по проведению на своей территории конгрессов и конференций: США, Германия, Испания, Италия, Великобритания (рис. 1).

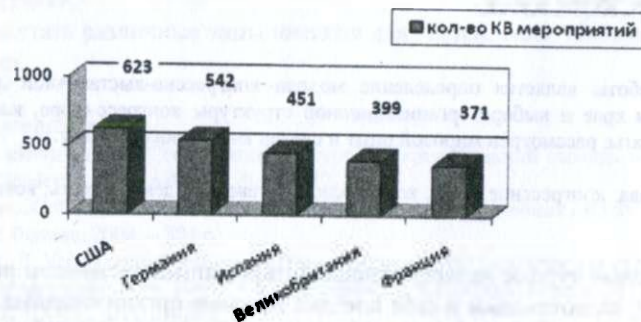


Рис. 1. Количество конгрессно-выставочных мероприятий

Согласно данным рисунка в США проводится наибольшее количество мероприятий, в Европе лидирующую позицию занимает Германия, второе место Испания. В международной практике, конгрессно-выставочные мероприятия наиболее часто проводятся в ведущих городах – Вене, Барселоне, Париже, Берлине. Что касается России, то среди городов по количеству проводимых мероприятий первое место занимает Москва (рис. 2).

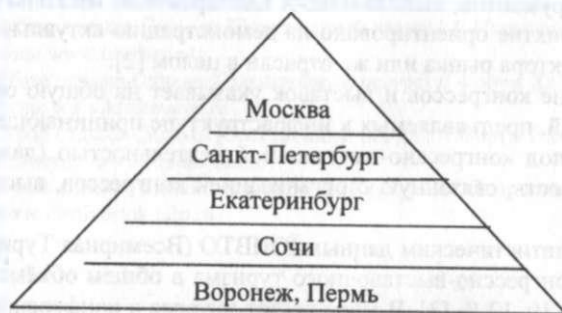


Рис. 2. Лидирующие города по проведению мероприятий в России

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. В России уже более 20 городов имеют специализированные выставочные комплексы. Они не позиционируются, как центры деловой активности России с зарубежными странами, однако становятся известными как центры крупнейших международных выставок и конгрессов.

Для эффективного управления и развития КВД в международной практике как правило субъектом управления является конгрессно-выставочное бюро (далее КВБ), организация, официально представляющая город/регион на рынке международных встреч, основными задачами которой являются: распространение информации о конгрессных возможностях города/региона на рынке международных встреч, привлечение в город/регион международных встреч и содействие планировщикам международных встреч при выборе места проведения мероприятий.

Существуют варианты организационных моделей конгрессного бюро, когда управление и финансирование осуществляется только бизнесом или только администрацией, однако данные модели обладают определёнными недостатками. В первом случае, в глазах планировщиков международных встреч принижается официальный статус, во втором случае отсутствует вклад бизнес сообщества в конгрессное развитие города/региона, как финансовый, что ограничивает финансовые ресурсы конгрессного бюро, так и идейно-организационный.

Так, конгрессное бюро Финляндии испробовало разные модели финансирования, в итоге была введена система совместного участия в финансировании, которая успешно работает и приносит наибольшую отдачу. Во многих случаях конгрессное бюро является частью более крупной структуры, занимающейся продвижением города/региона на международном туристском рынке в целом. В этом случае такую структуру называют «Конгрессное и Туристское бюро» (Congress and Visitors Bureau). Например, Конгресс Стокгольм является частью Туристского бюро Стокгольма, которое полностью финансируется городским советом, но Конгресс Стокгольм имеет отдельный бюджет и наблюдательный совет, что обеспечивает участие бизнес сообщества в его работе [4].

В Гетеборге конгрессное бюро, также является частью Goteborg&Co, которая занимается маркетингом города в сфере туризма, конгрессов, культурных и спортивных мероприятий. Однако в отличие от Стокгольма Goteborg&Co находится в совместном владении администрации города и коммерческих компаний. Основная цель, которая преследовалась при учреждении Goteborg & Co – создать «платформу для сотрудничества между городскими властями и бизнесом по вопросам развития города как привлекательного места жительства и посещения».

Система управления конгрессной деятельностью в России имеет весьма низкий уровень. Отличается здесь Екатеринбург, который создал конгресс-бюро как некоммерческое партнёрство, также существуют действующие конгресс-бюро в Санкт-Петербурге, Москве и Сочи, планируется создание в Иркутске.

Сибирь и Дальний Восток России на данном рынке имеет ещё более слабые позиции. В основном, в регионах Сибири и Дальнего Востока проводятся мероприятия регионального уровня. На сегодняшний день исключение составляют лишь саммит АТЭС-2012 и Азиатско-Тихоокеанский парламентский форум 2013.

Приморский край позиционируется, как центр международного сотрудничества и в настоящее время имеет площадку, которая включает в себя: объекты транспортной инфраструктуры, культурные сооружения, самый современный в Российской Федерации кампус Федерального университета. Недалеко от Владивостока находится одна из пяти официально разрешённых в России игорных зон [4].

Что касается непосредственно конгрессных помещений, то общая вместимость залов Владивостока с учётом вводимых в эксплуатацию залов ДВФУ и гостиничных комплексов сети Хаятт составляет 6,7 тыс. мест (табл. 1).

Таблица 1. 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

При создании конгресс-бюро в Приморском крае рассматриваются следующие организационные формы: ассоциация (некоммерческое партнёрство), структурное подразделение органа государственной власти субъекта, бюджетное учреждение, а так же автономная некоммерческая организация.

Как показывает практика, в большей степени принципы государственно-частного партнёрства обеспечиваются при первом варианте – создании некоммерческого партнёрства, что подразумевает совместное участие в управлении и финансировании конгресс-бюро.

Участниками конгресс-бюро данного формата могут стать: администрация Приморского края, администрация города Владивостока, администрация ДФО, предприятия и организации города, международные ассоциации и корпорации (организаторы конгрессных мероприятий), ВУЗы и научные учреждения, администрация интегрированной развлекательной зоны (ИРЗ).

При определении источников финансирования оптимальной схемой является совместное финансирование администрациями Приморского края, города Владивостока и коммерческими компаниями, являющимися членами конгресс-бюро. Размер членских взносов варьируется в зависимости от величины компании и того дохода, который она получает от конгрессной деятельности. Размер взносов определяется в двустороннем договоре с каждой отдельной компанией. Как правило, образовательные учреждения входят в Конгресс-бюро на безвозмездной основе.

По предварительным расчётам на первоначальном этапе возникает необходимость в привлечении 8041,23 тыс. руб. (рис. 3).

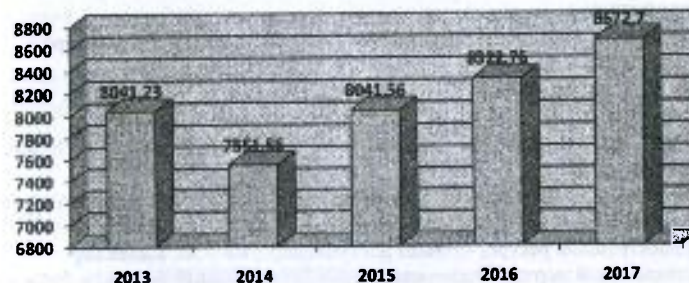


Рис. 3. Динамика расходов на содержание конгресс-бюро Приморского края на 2013–2017 гг., тыс.руб.

Данные вложения, на наш взгляд, имеют высокую степень окупаемости. Основной особенностью является то, что проект создания КВБ невозможно оценить лишь с точки зрения коммерческой эффективности (рис. 4).

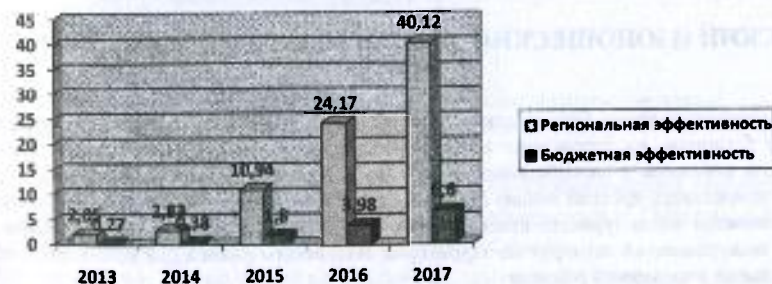


Рис. 4. Показатели эффективности проекта в динамике за 2013–2017 гг.

Истинный эффект создания КВБ и активизации конгрессно-выставочной деятельности заключается в формировании образа города Владивостока как центра делового сотрудничества, привлечения интереса мирового научного и бизнес-сотрудничества к развитию не только Приморского края, но и всего Дальнего Востока, закрепления достижений последнего десятилетия, и как следствие, роста международного туризма на Дальнем Востоке.

Таким образом, конгрессно-выставочная деятельность может стать действительным финансово-экономическим механизмом формирования для Приморского края межрегиональных и международных связей, развития международного делового туризма. Синергетический эффект от развития конгрессно-выставочной деятельности заключается в реализации долгосрочных программ развития Приморского края в соответствии с перспективами стратегического позиционирования России в АТР и задачами инновационной интеграции в экономику макрорегиона.

Список литературы

1. Рябова, И.А. Экономика и организация туризма: международный туризм / Под ред. И.А. Рябовой, Ю.В. Забаева, Е.Л. Драчевой. – М.: КНОРУС, 2005 с.187
2. Бардин, К.В. Азбука туризма. Пособие для учителей, руководителей. – М.: Просвещение, 1981 – с. 205
3. Сайт Всемирной Туристской Организации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www2.unwto.org/ru>
4. Роль конгрессного бюро в развитии конгрессной деятельности города/региона, принципы организации и функционирования: международный опыт и его значение для Санкт-Петербурга [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.monomax.org>
5. Инвестиционный портал Приморского края [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://invest.primorsky.ru>

УДК 338.48(470.325)-2-053.2

Гриб О. А., Плисова С. Ю., Шевченко В. Н., Белгородский государственный национальный исследовательский университет, Белгород, Россия

ДЕТСКИЙ И ЮНОШЕСКИЙ ТУРИЗМ В БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

В настоящее время Белгородская область является уникальным, динамично развивающимся регионом, на территории которого расположено множество объектов, способных привлечь внимание и способствовать развитию детского и юношеского туризма. В данной статье представлен краткий анализ состояния детского и юношеского туризма области с учетом динамики числа туристско-краеведческих объединений Белгородчины. Авторами разработан экскурсионный маршрут по территории Валуйского района для воспитанников образовательных учреждений области.

Ключевые слова: детско-юношеский туризм, экскурсионный маршрут, туристско-рекреационная организация, поход.

Несмотря на большие возможности Белгородской области, развитие школьного туризма связано с определенными трудностями. Это отсутствие сформированной туристской инфраструктуры, системного подхода в развитии школьного туризма, опыта работы в области обслуживания туристов-учащихся, не-

достаточной материально-технической базой образовательных учреждений, музеев, нехваткой квалифицированных кадров, разрозненностью или отсутствием информации о собственных ресурсах.

По данным Белгородского областного Центра детского и юношеского туризма и экскурсий, число туристско-краеведческих объединений в области, начиная с 1999 г., заметно сокращается. За последующие 10 лет количество туристско-краеведческих организаций сократилось на 381 единицу, что влияет на развитие туристской деятельности среди учащихся [1]. 2 июня 2008 г. правительством Белгородской области было принято постановление «Об утверждении областной целевой программы развития школьного туризма для учащихся Белгородской области «Моя Родина – Россия. От родного Белогорья – к святыням Отчизны» на 2008–2013 годы» [2]. В рамках данной программы в регионе восстанавливаются и создаются новые туристско-краеведческие организации. В настоящее время в области функционирует 1575 объединений (рис. 1).

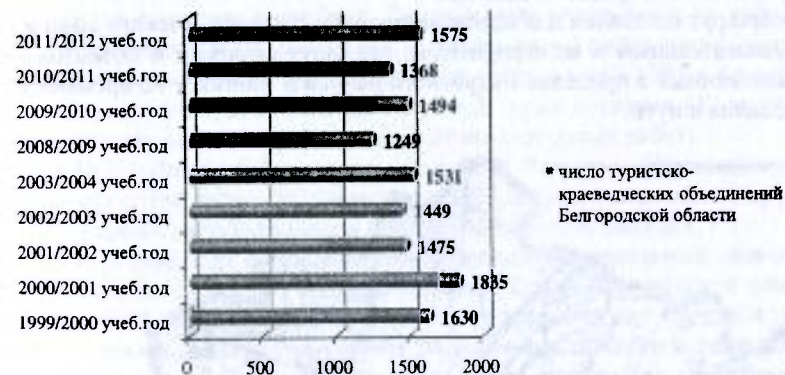


Рис. 1. Число туристско-краеведческих объединений функционирующих в Белгородской области (по данным ГОУ ДОД БОЦДЮТиЭ)

Следует отметить районы, где число туристско-краеведческих кружков остаётся неизменно высоким. К ним относятся Алексеевский и Губкинский районы, а также города Белгород, Валуйки и Старый Оскол.

Несмотря на то, что количество учащихся, занятых в туристско-краеведческой деятельности в целом заметно сократилось, но возросло разнообразие видов туризма: пешеходного, водного, лыжного, горного, велотуризма, спелеотуризма. Наиболее активны школьники Грайворонского района и г. Губкина, где в туристско-краеведческую деятельность в последние годы вовлечены более 45 % учащихся.

В среднем по области за 2011–2012 уч. год в туристско-краеведческую деятельность вовлечены 21 % учащихся, что на 1,77 % больше, в сравнении с предыдущим годом. Несмотря на положительную динамику, в области имеются