

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА В РЕГИОНЕ *

В статье рассматриваются вопросы развития туристического бизнеса в Вологодской области, излагается состав мероприятий по развитию туристического сектора в регионе на перспективу.

Вологодская область, деловой и познавательный туризм, вклад туризма в экономику.

Вологодчина – древняя русская земля, прославившая Россию многими великими людьми. Этот край голубых озёр, один из самых крупных регионов европейской части России, всегда был и остаётся привлекательным для туристов.

Вологодская область имеет выгодное географическое и экономическое расположение на путях, ведущих из Москвы в Архангельск, из Санкт-Петербурга на Урал и в Сибирь. Историко-культурное наследие области насчитывает более 450 памятников архитектуры, истории, искусства.

Таким образом, в Вологодской области имеются все условия для развития различных видов туристической деятельности.

С каждым годом деловые, культурные и научные связи между регионами и странами становятся всё более интенсивными. Деловой туризм играет важную

роль в развитии каждого региона, в том числе и нашего. Возможно, именно это определило тему данной работы.

Её основные задачи:

1) анализ работы выставок-ярмарок Вологды;

2) выявление факторов влияния на активизацию делового туризма в городе;

3) анализ статистических данных о численности предприятий-экспонентов, стран-экспонентов, гостей и участников выставок-ярмарок;

4) прогнозирование развития делового туризма города Вологды.

В наше время каждый четвёртый из десятков миллионов человек, ежедневно покидающих свой дом, чтобы отправиться в поездки – ближние и дальние, краткосрочные и длительные, – делает это по служебной надобности. И весь огромный сектор поездок, совершаемых с самыми разнообразными деловыми целями, именуется деловым туризмом.

У делового туризма «биография» солидная. Практически вся история человечества напрямую связана с деловым туризмом.

* Научный руководитель – Е.Г. Леонидова, преподаватель филиала СПбГИЭУ в г. Вологде.



ЗЛОБИНА Анна Валерьевна
студентка 2 курса филиала
СПбГИЭУ в г. Вологде

За многовековую историю путешествий, географических открытий, промышленного освоения новых территорий, расширения мирохозяйственных связей были собраны многочисленные научные литературные материалы, отчёты и дневники [1, с. 56-61].

В связи с всеобщей интеграцией и установлением деловых контактов деловой туризм из года в год приобретает всё большее значение. Поездки совершаются с целью посещения объектов, которые принадлежат фирме или особенно интересуют её: для проведения переговоров, для поиска дополнительных каналов снабжения или сбыта и т. д. Обращение к туристическим фирмам во всех подобных случаях позволяет организовать поездку с наименьшими издержками, экономя время [4].

Деловой туризм достаточно многогранен и по сложившейся международной практике охватывает широкий круг поездок.

Конгрессный туризм является одним из наиболее выгодных видов туризма в мире, т. к. приносит принимающей стране значительно большие доходы, чем многие другие виды туризма, например туризм с целью отдыха и развлечений.

Согласно статистическим данным, наблюдается непрерывный рост конгрессного туризма. Приблизительно 1 из 5 международных туристов совершает поездку с целью участия в конгрессах и конференциях.

Инcentив-туризм – этим термином обозначается динамично развивающийся в настоящее время поощрительный туризм.

Инcentив-тур имеет некоторые отличительные особенности по сравнению с обычными поездками:

– это тур, который обычно согласовывается с туристской фирмой за 1-2 года до начала поездки, т. к. программа реализации поощрения компанией рассчитана на длительный период;

– этот тур организуется так, что участник поездки ограждён от всяких проблем, связанных с подготовкой и проведением тура, к тому же туристы, путешествующие по инcentив-турам, наиболее требовательны в вопросах качества обслуживания.

Инcentив-поездка – это один из современных приёмов менеджмента, применяемых руководством фирм, предприятий с целью повышения производительности труда сотрудников. Компании рассматривают туристские поездки как одно из самых эффективных средств поощрения сотрудников различного уровня.

Одним из видов делового туризма можно считать обучающие туры.

Обучающие туры – весьма распространённый вид туризма, когда во время поездок туристы совмещают отдых с обучением.

В общем смысле можно выделить три направления:

- 1) языково-обучающие туры;
- 2) спортивно-обучающие туры;
- 3) профессиональное обучение.

А теперь перейдём к характеристике состояния туристской индустрии Вологодской области.

В 1986 году Вологодскую область посетил 1 млн. туристов. Однако последствия распада СССР и экономического кризиса привели к резкому снижению туристского потока.

С середины 90-х годов туризм начал постепенно возрождаться. Появились новые возможности для генерации туристских потоков из-за рубежа, обусловленные открытием внешних границ, раз-

витиём малого и среднего бизнеса и частного предпринимательства, становлением рыночных отношений.

За последние десять лет отношение к туризму изменилось. Он признан фактором активизации экономики и социальной жизни, важнейшим стимулом сохранения и возрождения исторических территорий. Ныне развивается весь комплекс инфраструктуры индустрии гостеприимства, что в конечном итоге работает на устойчивость доходов от туризма [3, с. 20-49].

По состоянию на 1 января 2008 года в области действовало 120 туристских организаций (2006 год – 86), из них около 40 работает в г. Вологде и 50 – в г. Череповце. В течение 2007 года было открыто более 20 фирм. По данным Единого федерального реестра, 41 организация – это туроператоры (30%), то есть они формируют самостоятельный туристский продукт. Этот показатель является среднестатистическим в Российской Федерации.

Туристская привлекательность территории во многом зависит от развития транспортной инфраструктуры. В Вологодской области имеется сложившаяся транспортная система: железнодорожная – Северная железная дорога; автомобильная – автомагистрали Вологда – Новая Ладога, Москва – Архангельск, Чекшино – Тотьма – Никольск, Тотьма – Нюксеница – Великий Устюг («Сухонский тракт»), Урень – Шарья – Никольск – Котлас, Вологда – Медвежьегорск; водная – Рыбинское, Шекснинское водохранилища, река Шексна, озера Белое, Онежское, Кубенское, воздушная – аэропорты в городах Череповце, Вологде, Великом Устюге, Кичменгском Городке и Вытегре.

Гостиничный комплекс области представлен 103 коллективными средствами размещения, из них:

66 – гостиничного типа;

37 – специализированного назначения, в том числе 24 – санаторно-курортных (санатории, санаторные оздоровительные лагеря, профилактории), 13 организаций отдыха (базы и дома отдыха).

Деятельность гостиничной индустрии неразрывно связана с предприятиями питания. В систему области входят 1143 организации общественного питания, из них 69 ресторанов, 377 кафе, 697 столовых. В районах области функционируют 57 организаций придорожного сервиса на 1280 посадочных мест. Доля в обороте общественного питания от обслуживания туристов в области составляет от 5 до 15% [2].

Таким образом, учитывая приведённые выше данные, можно сказать, что выставочно-ярмарочный туризм является наиболее перспективной и выгодной для нашего региона отраслью делового туризма.

В процессе работы нами проведён социологический опрос жителей города Вологды (60 человек), касающийся вопросов деятельности выставок-ярмарок.

Результаты анкетирования демонстрируют заинтересованность вологжан в деловом туризме. По их мнению, методика отслеживания эффективности выставочно-ярмарочной деятельности до конца не разработана. По словам специалистов, данной проблемой занимаются, но это дорогостоящая процедура. Для большинства вологжан посещение выставок-ярмарок носит потребительский характер, для остальных – познавательный. Наиболее популярными, а значит, и более посещаемыми выставками являются «Российский лен» и «Российский лес». Однако было также отмечено, что на данный момент не хватает

гостиниц, помещений для проведения крупномасштабных мероприятий, слабо продумана развлекательная часть туров.

Таким образом, деловой туризм может стать основой межсезонных посещений нашего города, тем самым увеличивая доходы в его бюджет, повышая его привлекательность для посетителей.

Прибыль, вырученная от данного вида туризма, частично может идти на дальнейшее развитие инфраструктуры города.

Деловой туризм принадлежит к сфере услуг, являясь одной из крупнейших и динамичных отраслей экономики. Высокие темпы его развития, большие объёмы валютных поступлений активно влияют на различные сектора экономики, что способствует формированию собственной туристской индустрии.

Наибольшее распространение в Вологодской области получила выставочно-ярмарочная деятельность. Её анализ показал, что выставочный туризм на сегодняшний день имеет большие перспективы развития не только на уровне города Вологды и региона, но и за его пределами.

Развитие делового туризма через выставочно-ярмарочную деятельность:

- улучшает имидж Вологды;
- расширяет и укрепляет экономические связи Северо-Западного района РФ с отечественными и зарубежными партнёрами;
- содействует оживлению инвестиционной деятельности;
- способствует закреплению отечественной продукции на российском рынке;
- позволяет решать проблемы занятости населения;
- знакомит с передовыми технологиями;
- открывает новые рынки;

- в добрых традициях продолжает приобщение подрастающего поколения к истокам русской духовности.

В результате исследования делового туризма в г. Вологде выявлены такие основные проблемы:

- ⇒ отсутствие помещений для проведения крупномасштабных мероприятий и проживания туристов;
- ⇒ неоправданно высокие цены на размещение в гостиницах, при этом качество обслуживания оставляет желать лучшего;
- ⇒ хаотично выстроенная система выставочно-ярмарочного туризма и всего делового туризма в целом.

Для увеличения потока деловых туристов в Вологду мы предлагаем:

- ♦ создавать информационные поводы для посещения;
- ♦ урегулировать вопросы с гостиничной базой;
- ♦ проводить обслуживание на высшем уровне, для чего необходимо развивать инфраструктуру и подготавливать квалифицированные кадры в области управления;
- ♦ развивать маркетинг.

В соответствии с долгосрочной целевой программой «Развитие внутреннего и въездного туризма в Вологодской области на 2009 – 2012 годы» на территории области будет происходить формирование эффективной туристской индустрии, способствующей социально-экономическому развитию территории за счёт увеличения налоговых поступлений в бюджеты всех уровней, а также сохранения и рационального использования природно-рекреационного и культурно-исторического потенциала.

К концу 2012 года в сфере туризма Вологодской области будут достигнуты следующие результаты:

- ⇒ увеличение числа посетителей с 1,16 млн. до 1,7 млн. к 2012 году со среднегодовым темпом роста 8 – 10%;

⇒ увеличение доли Вологодской области в общем совокупном доходе от туризма в СЗФО до 15% и в России – до 5%;

⇒ рост средней продолжительности пребывания туристов в 1,75 раза (3,5 дня в 2012 году);

⇒ рост занятости населения области в туристской сфере (средства размещения, питания, оздоровительные комплексы, учреждения культуры, туристские фирмы) с 25,5 тыс. до 45,3 тыс. чел. к 2012 году при среднегодовом темпе роста 10%;

⇒ увеличение инвестиционной составляющей туризма до 10% общих капитальных вложений области;

⇒ рост числа коллективных средств размещения на 25% (2008 год – 103 средства размещения, 2012 год – 130);

⇒ повышение уровня доходов населения;

⇒ пополнение бюджетов всех уровней и повышение коэффициента доходности до 1,9;

⇒ формирование интереса местного населения к культуре и истории области, повышение коэффициента доступности туристских услуг для населения с 7 – 9 до 50%;

⇒ нейтрализация негативных социальных последствий депопуляции в районах области.

ЛИТЕРАТУРА

1. Развитие внутреннего и въездного туризма в Вологодской области на 2009 – 2012 годы: долгосрочная целевая программа. – Вологда, 2008.

2. Стратегия развития туризма в Вологодской области на период до 2015 года: заключительный отчёт о НИР (инв. № 1562/в Р17) / ВНКЦ ЦЭМИ РАН. – Вологда, 2007.