

Технопарк г. Саранск, Республика Мордовия: Технопарке Республики Мордовия не выполняет взятые на себя обязательства. Ситуацию не может оправдать даже тот факт, что Республика включена в Программу в 2008 году.

В целом состояние технопарка можно охарактеризовать как негативное, без перспектив улучшения.

Таким образом, анализ хода создания технопарков в сфере высоких технологий показывает, что там, где создана профессиональная команда управления проектом, все вопросы рано или поздно решаются, и с администрацией и с инвесторами и с федеральными органами. Как результат – строительство идет нормальными темпами. Доказательством этого служат успехи в создании технопарков в Новосибирской области и Республике Татарстан.

Литература

1. Государственная программа "Создание в Российской Федерации технопарков в сфере высоких технологий", распоряжение Правительства Российской Федерации от 10 марта 2006 г.;
2. Постановление Правительства Российской Федерации от 20 декабря 2007 г. N 904 «О порядке предоставления средств федерального бюджета, предусмотренных на создание технопарков в сфере высоких технологий».
3. Дейнеко А.В. Формирование вертикально-интегрированных кластеров – основа повышения конкурентоспособности производственно-экономического потенциала региона (статья) // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: История. Политология. Экономика. – 2008. Выпуск 6 – № 2 (42). – С. 186-196
4. Дейнеко А.В. Инвестиционный потенциал, как индуктивная составляющая стратегии прорывного развития производственно-экономического сектора региона (статья) // Вестник Белгородского университета потребительской кооперации. Серия: Экономическая наука. – 2009. – № 2 (30). – С. 398-407.

ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ ЧАСТЬ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ

*И.О. Медведева, А.Э. Богданова, Е.И. Дорохова
г. Белгород, Россия*

Одно из первых определений индустрии туризма было дано Конференцией ООН по торговле и развитию, согласно которому «индустрия туризма — это совокупность производственных и непроизводственных видов деятельности, направленных на создание товаров и услуг для путешествующих лиц». Российские специалисты в области туризма считают, что современная индустрия туризма — это группа производств, обеспечивающих удовлетворение потребностей при временном перемещении людей с любой целью, кроме занятий профессиональной деятельностью, оплачиваемой в посещаемой стране [1, с.35].

В отличие от путешествия туризм – является категорией, которая испытывает преобладающее влияние экономики, а также обладает дуализмом (двойственностью) внутренней природы явления, так как туризм – является особым, массовым, родом путешествия, а также деятельностью по организации и осуществлению этих путешествий

Термин «инновация» в современном его понимании первый стал применять Й. Шумпетер, который подчеркивал, что инновация – это существенная смена функции производимого, состоящая в новом соединении и коммерциализации всех новых комбинаций, основанных на использовании новых материалов и компонентов, внедрении новых процессов, открытии новых рынков, внедрении новых организационных форм [2, с.92].

Необходимость внедрения инноваций в туризм, объясняется тем, что туристская отрасль является одной из ведущих и имеет как социально-экономическое, так и политическое значение. Подтверждением являются данные Всемирной туристской организации, согласно которым туристский бизнес обеспечивает 10% оборота производственно-сервисного рынка,

на его долю приходится 7% общего объема мировых инвестиций и 5% всех налоговых поступлений.

Согласно положениям соглашения по торговле услугами (ГАТС), в настоящий момент в туризме инновационная деятельность развивается по трем направлениям:

- организационные инновации, связанные с развитием системы и структуры управления предприятия и туристского бизнеса в целом;
- маркетинговые инновации, охватывающие потребности целевых потребителей не охваченные на данный промежуток времени;
- периодические нововведения (продуктовые инновации), которые направлены на изменение потребительских свойств туристского продукта, его позиционирование. Данные инновации имеют особое значение в обеспечении конкурентных преимуществ туристской отрасли.

Туристский рынок – это, прежде всего рынок услуг, ведь именно услуги выступают основным предметом обмена и составляют 80% всего объема продаж на развитых туристских рынках.

Под туристской услугой понимается совокупность целенаправленных действий в сфере обслуживания, которые ориентированы на обеспечение и удовлетворение потребностей туриста или экскурсанта, отвечающие целям туризма, характеру и направленности туристской услуги, тура, туристского продукта, не противоречащие общечеловеческим принципам морали и доброго порядка.

Туристские услуги, предложенные на мировом рынке разнообразны. К ним относятся услуги:

- 1) по размещению туристов (в отелях, мотелях, пансионатах, кемпингах и др.);
- 2) по перемещению туристов к стране назначения и по стране разными видами пассажирского транспорта;
- 3) по обеспечению туристов питанием (в ресторанах, кафе, барах, тавернах, пансионатах);
- 4) направленные на удовлетворение культурных потребностей туристов (посещение театров, музеев, естественных и исторических заповедников, фестивалей и др.);
- 5) направленные на удовлетворение деловых интересов туристов (участие в конгрессах, симпозиумах, научных конференциях, ярмарках и выставках);
- 6) услуги торговых предприятий (продажа сувениров, подарков, открыток и т.п.);
- 7) по оформлению документации (паспорта, визы и др.)

К концу XX в. туризм занял лидирующее место в международных внешнеэкономических связях, стал оказывать серьезное воздействие на развитие экономики отдельных стран и мирового хозяйства в целом, возросло его влияние на формирование валового внутреннего продукта (ВВП). В настоящее время туризм является мощной мировой индустрией, занимающей до 10 % мирового валового продукта, где задействованы значительные трудовые ресурсы, основные средства производства, крупные капиталы. Можно сказать, что туризм – это и серьезная политика глобального уровня.

Существенные изменения на рынке туристских услуг происходят по инициативе самих туристов, которые непрерывно занимаются поиском нестандартного отдыха, тем самым выступая стимулом для введения новшеств, примером которых являются такие виды туризма, как например, экологический и приключенческий (экстремальный) туризм.

Особое место в инновационном развитии туризма отводится современным информационным и телекоммуникационным технологиям, главное место среди которых занимает Интернет, который позволяет туристским организациям без больших затрат получить доступ к большим группам потребителей с целью передачи конкретной информации о предлагаемых продуктах и об организации их продаж; надежно распространять полную и подробную информацию о своей деятельности; быстро и эффективно принимать заявки клиентов и производить бронирование необходимых услуг; сократить расходы на производство и рас-

пространение печатной продукции; ускорить и упростить взаимодействие с партнерами на рынке.

На сегодняшний день используются новейшие технологии, способствующие внедрению e-туризма (e-tourism), e-путешествий (e-travel) и туристских информационных систем.

E-туризм – это онлайн-служба, обеспечивающая прямые продажи туристских услуг конечным потребителям и объединяющая производителей, турагентов и посредников.

E-путешествия – это онлайн-информационная служба, консультирующая по всем вопросам, которые могут возникнуть при планировании туристских поездок и путешествий. Тем самым появляется возможность в масштабе реального времени составлять, по требованию потребителя или агента, продающего услуги, различные комбинации поездки с единой ценой на весь пакет услуг, включенных в тур. Путешественники могут составлять свою поездку, выбирая предпочтительные виды транспорта и рейсы, гостиницы, набор экскурсий, одновременно оплачивая весь пакет заказанных услуг [3, с.10].

На сегодняшний день широко применяемой в туристической индустрии инновационной технологией являются программы электронного бронирования и составления туров: Galileo, Amadeus, Sabre, Worldspan, которые позволили не только удешевить средства связи, но и дали возможность работать всем участникам туристского рынка как единому офису.

Таким образом, инновации в туристской индустрии сегодня – это рациональное зерно, которое непременно принесёт свои плоды в виде повышения уровня экономического развития стран и регионов.

Литература

1. Балабанов, Н.П. Экономика туризма [Текст]: учебное пособие для вузов / Под ред. Н. П. Балабанов. – М: ЮНИТИ–ДАНА, 2011. – 371 с.
2. Михно, А.М. Роль инноваций в туризме [Текст]/ А.М. Михно // Туризм и культурное наследие. – 2013. – №.8 – С.92-97
3. Новиков, В.С. Характерные черты туризма XXI века – устойчивое инновационное развитие [Текст]/ В. С. Новиков // Международная Туристская Академия. – 2013.- № 7. – С.10.

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ И НАПРАВЛЕНИЯ ЕЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «БЕЛГОРОДСКИЙ АБРАЗИВНЫЙ ЗАВОД»)

*К.В. Медведская, Ю.В. Болтенкова
г.Белгород, Россия*

Инвестиционная деятельность предприятия – важная неотъемлемая часть его общей хозяйственной деятельности. Значение инвестиций в экономике предприятия трудно переоценить. Для современного производства характерны постоянно растущая капиталоемкость и возрастание роли долгосрочных факторов. Чтобы предприятие могло успешно функционировать, повышать качество продукции, снижать издержки, расширять производственные мощности, повышать конкурентоспособность и укреплять свои позиции на рынке, оно должно вкладывать капитал, и вкладывать его выгодно. Поэтому ему необходимо тщательно разрабатывать инвестиционную стратегию и постоянно совершенствовать ее для достижения вышеназванных целей.

Под инвестициями подразумеваются все виды капитальных вложений в форме имущественных и интеллектуальных ценностей в объекты экономики для достижения доходов в будущем или прочих выгод. Они представляют собой долгосрочное вложение денежных средств в совершенствование основных фондов, повышение квалификации, НИОКР, а также подбор персонала, рекламу, финансовые вложения и нематериальные активы [2, с. 4].