

Наблюдение за реакцией потребителя проводилось 20.02.2009 г. с 11.00 до 13.00. За время проведения, в магазин сети «Эльдорадо», расположенный по адресу ул. Вайнера, 48, приняли решение зайти 76 человек, 37 из которых обратили внимание на витрину, 26 человек вошли не обратив внимания на рекламные растяжки, реакция 13 остальных была не явной.

Также в рамках данного исследования, нами был проведён потребительский опрос, в котором приняли участие 10 покупателей. По мнению выходящих из магазина, реклама «Эльдорадо» привлекает внимание. Негативное отношение высказали 3 опрошенных покупателя, аргументируя это малой информативностью и недостоверностью условий акций и скидок, оговариваемых в рекламе. Таким образом можно сказать, что оформление витрин и непосредственно сама реклама магазинов сети «Эльдорадо» выполняет главную из своих «функций» – привлечение потребителя. Несмотря на «умалчивание» полных условий предоставления скидок и подарков, потребитель даже единожды неудовлетворённый покупкой, с ново возвращается к приобретению техники в данной сети.

С.Д. Погоня, Е.А. Камбарова

Новороссийский политехнический институт

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ОСОБЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗОН ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ТИПА

Краснодарский край является одним из важнейших курортно-рекреационных центров РФ и имеет большое значение с точки зрения восстановления потенциала нашей страны. В связи с этим актуальным является формирование стратегии развития туристской индустрии в крае. Одним из путей совершенствования территориальной организации этой отрасли является создание особых экономических зон туристско-рекреационного типа.

Создание особых экономических зон туристско-рекреационного типа в Краснодарском крае послужит развитию курортов и туризма в крае, привлечёт инвесторов, повысит уровень обслуживания в сфере отдыха и оздоровления, будет способствовать полному использованию природных ресурсов.

В соответствии с Федеральным Законом «Об особых экономических зонах в РФ» и по итогам конкурса Министерства Экономического Развития России в Краснодарском Крае создаются особые экономические зоны туристско-рекреационного типа. Правительство РФ 2 марта 2007 г. подписало постановление о создании на территории Краснодарского края 5 особых экономических зон туристско-рекреационного типа:

«Агриня»: площадь 172 га, находится рядом с городом Туапсе. Предусмотрено строительство 5 комплексов туристских гостиниц и баз общей вместимостью 2400 мест. Комплексы включают в себя торговые пассажи, рестораны, клубы, бассейны, объекты обслуживания и развлечения.

«Благовещенская»: площадь 822 га, находится в городе-курорте Анапа. Предполагается создание 60 гостиничных комплексов вместимостью 400-1000 человек, 80 резиденций свободного назначения (на 8000 человек), СПА-отеля, конгресс-центра с гостиницей, искусственного остров с маринной, океанариумом и гостиничным комплексом на 6000 мест, искусственных островов с пляжами, резиденциями и объектами развлечения, благоустроенных песчаных пляжей протяжённостью 7 км.

«Высокий берег»: площадь 215 га, находится рядом с жилыми кварталами города-курорта Анапа. Здесь предполагается разместить рекреационное жильё (в том числе элитное), комплексы гостиниц высокого комфорта с конгресс центром, торговые пассажи, рестораны, клубы, объекты обслуживания, искусственный остров с культурно-развлекательным центром, центр парусного спорта с маринной для стоянки яхт, намывной пляж.

«Криница – Архипо-Осиповка»: площадь 570 га, находится рядом с городом Геленджик. Генеральными планами предусмотрено размещение курортно-развлекательных и торговых центров, объектов обслуживания и рекреации.

«Малый Ахун»: площадь 100 га, находится на территории Сочинского национального парка. Планируется создание 14 гостиниц и курортно-туристских комплексов общей ёмкостью 8700 мест: 3 гостиничных комплексов коттеджного типа (1000 мест), 5 комплексов малых гостиниц (2100 мест), комплекса пансионатов круглогодичного функционирования (4500 мест), курортно-туристского комплекса (1100 мест), курортно-развлекательного центра, пляжной территории на площади в 1 га.

При исследовании перспектив развития особых экономических зон туристско-рекреационного типа необходимо отметить, что они позволят повысить конкурентоспособность кубанских курортов. Однако в дни глобального экономического кризиса на их быстрое развитие и окупаемость инвестиций проектов в этих зонах, к сожалению, рассчитывать не приходится.

К.Г. Подаруева, А.В. Петров

Российский государственный профессионально-педагогический университет

АНАЛИЗ СИТУАЦИИ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ КОНТЕЙНЕРНЫХ ПЕРЕВОЗОК

Долгое время все виды транспорта в процессе обмена товарами не сливались, как друг с другом, так и с товаропроизводящими отраслями и оставались самостоятельными звеньями в логистической цепи: производство – транспорт – потребление существовали обособленно. К настоящему моменту их сферы деятельности, можно считать, стабилизировались. Однако при этом железнодорожный и автомобильный виды транспорта длительное время находятся в межвидовой конкуренции.

При этом практикой было доказано, что в вопросах перевозки значительных объемов массовых грузов по экологии, экономичности и трудозатратам железнодорожный транспорт находится вне конкуренции. В связи с этим проблема интеграции железных дорог в производственный процесс повсеместно была решена достаточно просто за счет технологических возможностей подвода железнодорожным транспортом перечисленных грузов маршрутами к электростанциям, домам, элеваторам, портам. Однако перевозка в больших масштабах промышленных товаров массового спроса между густонаселенными регионами до настоящего времени создает конкурентную среду.

Это состояние породило проблему, решение которой возможно найти за счет использования автомобильного транспорта на коротком плече для доставки груза в контейнерах от железнодорожной станции назначения/отправления до/со склада грузополучателя/грузоотправителя. Однако и в этом случае автомобильный и железнодорожный транспорт при доставке груза от склада отправителя до склада получателя выступают как самостоятельные субъекты транспортного рынка. Это в целом увеличивает стоимость доставки груза. Более того, даже не смотря на широкомасштабное внедрение контейнерных перевозок, автомобильный транспорт в последние годы самостоятельно осваивает перевозки контейнеро-пригодных грузов на значительные расстояния без использования для этих целей контейнеров. Тенденция в этом вопросе такова, что, обладая собственным чрезвычайно мобильным перевозочным потенциалом, автомобильный транспорт, совершенствуя конструкцию кузовов автомобилей, не склонен переходить на контейнеры, поскольку сам является фактически средством контейнерезированной перевозки грузов. В результате, так называемые, контрейлерные перевозки грузов в Российской Федерации не имеют пока должного развития, поскольку мотивация на эту технологию у автоперевозчиков отсутствует, в отличие от Европы и США.

В соответствии с этим, говорить о монополизме железнодорожного транспорта в отношении контейнерных перевозок не корректно. Речь должна идти о том, что российский рынок грузов широкой номенклатуры характеризуется вполне определенным объемом и за него ведется конкурентная борьба между железнодорожным и автомобильным транспортом.

В последнее время все настойчивее к этому дуэту делаются попытки примкнуть структуры водных видов транспорта – речного и морского. Речные и морские порты, имея