

Сроком на 20 лет на левом берегу реки Катунь в районе горы Красный Камень была учреждена особая экономическая зона туристско-рекреационного типа «Бирюзовая Катунь» на основании Постановления Правительства РФ № 69 от 3 февраля 2007 года «О создании на территории Алтайского района Алтайского края особой экономической зоны туристско-рекреационного типа» и Соглашения № 2778-ГГ/Ф7 от 2 марта 2007 года «О создании на территории Алтайского района Алтайского края особой экономической зоны туристско-рекреационного типа».

Цель создания особой экономической зоны в Алтайском районе - организация оказания санаторно-курортных, туристских и оздоровительных услуг, ориентированных на максимальное использование природно-рекреационного потенциала территории и особенностей местности, что повлекло за собой увеличение спроса на рынке туристских услуг в Алтайском крае, а также способствовало росту создания новых рабочих мест. Управление особой экономической зоной реализовывают Федеральное агентство по управлению особыми экономическими зонами и его территориальное представительство по Алтайскому краю.

Несмотря на масштабность реализуемого проекта, общий срок окупаемости частных инвестиций составляет всего 10 лет. Это связано с тем, что быстрая окупаемость инвестиций ОЭЗ «Бирюзовая Катунь» обусловлено следующими факторами. Во-первых, уникальностью сочетания конкурентных преимуществ данного проекта по сравнению с другими проектами, носящих рекреационный характер. Во-вторых, структурой потенциальных туристских потоков в особую экономическую зону. В-третьих, частичным функционированием самой «Бирюзовой Катунь». В-четвертых, отсутствием издержек по организации инженерной инфраструктуры (созданию современных аэропортов Барнаула и Бийска, развитию дорожной сети). В-пятых, раскрученным брэндом «Бирюзовая Катунь», известным не только на территории Алтайского края (с 2001 года), но далеко за ее пределами.

Таким образом, за счет развития особо экономической зоны туристско-рекреационного типа «Бирюзовая Катунь» Алтайский край умножит вклад в развитие туристско-рекреационного комплекса в Российской Федерации. А также создаст благоприятную среду для активного развития туристско-рекреационной отрасли и обеспечит рост динамики экономического развития на своей территории путем формирования благоприятного инвестиционного климата в сфере туризма для привлечения отечественных и иностранных инвестиций.

Д.Е. Сысолетин

Российский государственный профессионально-педагогический университет

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯМИ СФЕРЫ УСЛУГ

Главным фактором, диктующим условия во всех сферах экономики, сегодня является мировой экономический кризис, не является исключением и сфера услуг. Влиянию кризиса в той или иной степени подвергаются практически все предприятия, как от мелких ателе до крупных агентств. Влияние кризиса в общем случае выражается в росте безработицы, уменьшению количества денежных средств у населения, снижению платёжеспособного спроса, росту задолженностей по кредитам. Конечным результатом действия названных факторов является появление у потребителей желания сэкономить средства, уменьшение потребительской активности.

На предприятиях сферы услуг снижение потребительской активности отражается неоднозначно. С одной стороны, потребитель экономит на тех услугах, от которых можно отказаться, с другой стороны, растёт спрос на услуги, являющие собой альтернативу покупкам товаров, то есть на услуги различного ремонта (одежды, бытовой техники). Однако, довольно актуальной для всех предприятий сферы услуг стала проблема привлечения новых клиентов: во время кризиса к сложностям конкурентной борьбы прибавилась инертность клиентов, их желание расходувать как можно меньше средств. Уменьшение потоков заказов

ставит на первый план проблему ликвидности фирмы, которую различные фирмы решают по-разному, изыскивая свои пути для уменьшения издержек.

Таким образом, наиболее актуальными на сегодняшний день являются проблемы заинтересовывания клиентов в услугах фирмы, расширения клиентской базы и уменьшения издержек фирмы для сохранения ликвидности бизнеса.

М.А. Тымчур, А.В. Емельянова, И.В. Климентьева

Российский государственный профессионально-педагогический университет

ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ УСЛУГ

На сегодняшний день сфера услуг нуждается в усилении взаимосвязи со стратегией развития народнохозяйственного комплекса в целом. Сфера услуг зависит не только от потребительско-стоимостных свойств произведенного продукта, но и от таких социальных показателей, как уровень и качество жизни, здоровье и экономическая активность населения, социальная напряженность, развитие социальной сферы.

Можно утверждать, что инновационная деятельность в сфере услуг по своей направленности должна не только охватывать сферу производства товаров и сферу их потребления в целом, но и отслеживать особенности конкретных потребителей, что, в конечном счете, обуславливает необходимость программного подхода, предусматривающего прогнозирование, избирательность и адресность, рациональность использования всех типов ресурсов. Учитывая сложившуюся специфику управления народнохозяйственным комплексом, состав хозяйствующих субъектов-товаропроизводителей и структуру сферы услуг, представляется возможным определить и целесообразную структуру инновационной деятельности в данной сфере.

Инновационная деятельность в сфере услуг должна быть связана с прогнозируемым результатом, который приводит к изменениям как внутри предприятия-товаропроизводителя, так и во внешней среде. Например, рост платежеспособного спроса сопровождается повышением требований к потребительским свойствам выпускаемой продукции, что вынуждает предприятия расширять и обновлять ее номенклатуру, вносить соответствующие изменения в конструкцию и дизайн товаров, перестраивать маркетинговые сети, разнообразить ассортимент услуг на потребительском рынке. Расширение потребностей в сфере услуг обуславливает трансформации в производственном процессе товаропроизводителей, в информационных системах. Развитие сферы услуг формирует новую конкурентную среду и новые потребности в товарах и услугах.

Организация инновационной деятельности предприятий, представляющих сферу услуг, должна обеспечивать, во-первых, достижение общего видения предложения услуг на потребительском рынке; во-вторых, определение стратегических приоритетов в преобразовании данной сферы; в-третьих, разработку стратегии деятельности предприятий в длительной перспективе; в-четвертых, создание системы коммуникаций, ориентированной на реализацию услуг; в-пятых, формирование инновационного персонала с определением зон ответственности за результаты работы; в-шестых, внедрение системного контроллинга процессов развития услуг на потребительском рынке. Реализация данных направлений, по нашему мнению, создаст условия для расширения рынка услуг, усилит конкурентные позиции и премущества предприятий сферы услуг.