

деляется общая сумма экономического ущерба от гельминтозов.

### Выводы

Таким образом, совершенствование методов оценки экономической эффективности противогельминтозных мероприятий при разных системах содержания лошадей должно быть основано на учете дополнительных затрат на лечение и реабилитацию лошадей, уничтожение промежуточных хозяев, дезинвазию объектов, ущерба от недополучения товарной продукции и племенного молодняка, затрат, связанных с передержкой лошадей и прочих ущербов и убытков применительно к технологии содержания и хозяйственного направления и использования лошадей, в том числе при конюшенной системе содержания – на обработку коневодческих объектов; табунной – на обработку пастбищ, конюшенно-табунной – на обработку коневодческих объектов, левад и пастбищ.

Предложенная методика расчета экономического ущерба от наличия гельминтов предполагает оценку всего комплекса затрат на противогельминтозные мероприятия применительно к каждой системе содержания лошадей в зависимости от направленности использования конепоголовья.

Эти расчеты позволяют коневладельцу более обоснованно оценить реальный ущерб и рассчитать затраты на предупреждение и ликвидацию последствий заражения лошадей гельминтами.

### Библиографический список

1. Ветеринарное законодательство / под ред. В.М. Авилова. – М., 2002. – Т. 1. – С. 299-326.
2. Организация и экономика ветеринарного дела / под ред. И.Н. Никитина. – М.: Колос, 1998. – С. 122-140.
3. Никитин И.Н., Организация и экономика ветеринарного дела / И.Н. Никитин, В.Ф. Воскобойников. – М.: ГИЦ ВЛАДОС, 1999. – С. 235-237.



УДК 65.9631.16:658

И.В. Ковалева

## РОЛЬ РЕКЛАМЫ В РАЗВИТИИ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА

**Ключевые слова:** реклама, региональный, туристический маркетинг, бюджет, развитие, туристические компании, ресурсы, инвестиции.

Туризм – это сложная социально-экономическая система, которая постоянно совершенствуется. Если говорить о туризме как сфере маркетинговой деятельности – это производство, реализация туристических услуг и товаров различными организациями, располагающими определенными ресурсами. Наличие уникальных природных, исторических объектов в туристическом продукте гарантирует ему конкурентоспособность.

Для трансформации сферы туризма и рекреации в доходную, бюджетообразующую отрасль регионального хозяйства необходимо осуществить целый комплекс мероприятий межотраслевого характера

и привлечь значительные инвестиционные ресурсы. Определенная роль в достижении данных целей отводится рекламной деятельности. Туристическая деятельность осуществляется в крае 157 фирмами на основании лицензий на право ведения турагентской и туроператорской деятельности. Следует отметить, что несмотря на достаточно динамичный рост количества турфирм, не все из них реально осуществляют туристическую деятельность. Непосредственно в туристической деятельности (туроператорской, турагентской) формируется не более 10% общей (валовой) выручки, получаемой дестинацией (место приема туристов) от туристической индустрии. Остальные 90% приходятся на объекты инфраструктуры туризма. В течение года количество туристов и отдыхающих в Алтайском крае составляет более 500 тыс. человек в год. Коллективные средства

размещения занимают 4710,3 тыс. м<sup>2</sup> земельной площади: 297,9 – под строениями, 2189,9 – под парками и зонами отдыха. Общая площадь строений составляет 499,2 тыс. м<sup>2</sup>, в расчете на одну организацию – 3199 м<sup>2</sup> [2].

Следует отметить, что рекреационное освоение территории края происходит неравномерно. Туристско-рекреационная нагрузка для одних территорий становится чрезмерной, а другие – осваиваются медленно. Перспективными с точки зрения туристического освоения являются Чарышский, Краснощековский, Солонешенский, Змеиногорский, Курьинский, Алтайский районы, г. Змеиногорск, но пока цивилизованный туризм не получил там должного развития. Одной из основных причин является недостаточная развитость инфраструктуры (объектов дорожного и коммунального хозяйства, энергетики, связи).

Для привлечения внешних инвестиций необходима целенаправленная рекламная деятельность, которая позволит более полно информировать потенциальных инвесторов и привлекать дополнительные инвестиционные ресурсы. Согласно оценке специалистов рейтингового агентства «Эксперт» (г. Москва), в 2007 г. среди всех регионов Российской Федерации Алтайский край занимал 19-е место по уровню туристического потенциала, и лидируя среди регионов Сибирского федерального округа. Данная оценка подтверждает конкурентные преимущества Алтайского края в сфере туристско-экскурсионных услуг, которые необходимо эффективно использовать с целью повышения уровня социально-экономического развития региона и уровня жизни его населения. Инвестиционный климат в Алтайском крае в настоящий момент можно назвать благоприятным. Наиболее масштабный инвестиционный проект, осуществляемый на территории Алтайского края, – строительство туристического комплекса «Бирюзовая Катунь-2». Данный проект получил высокую оценку и заслуженное внимание на крупных инвестиционных форумах в г. Москве, Санкт-Петербурге, а также в г. Канне во Франции [1]. В настоящее время идёт активная реализация этого проекта при тесном взаимодействии частного бизнеса с органами государственной власти.

В Стратегии социально-экономического развития Алтайского края до 2010 г. намечены первоочередные действия по развитию спортивно-оздоровительного ту-

ризма. Развитие туризма определено и в приоритетных направлениях развития на среднесрочную перспективу. Цель на 2008-2010 гг. – формирование современного высокоэффективного и конкурентоспособного туристического комплекса, обеспечивающего широкие возможности для удовлетворения потребностей как российских, так и иностранных граждан в туристических услугах.

Администрация края заняла активную позицию по продвижению туристического продукта как внутри страны, так и за ее пределами на ярмарках, выставках, в сети Интернет и в специальных изданиях. Туризм при поддержке государства развивается, в первую очередь, как сфера частного бизнеса, в связи с чем первостепенное значение для ее развития приобретает инвестиционный климат региона. Для его улучшения администрация применяет следующие механизмы поддержки организаций, осуществляющих инвестиционную деятельность на территории Алтайского края:

- субсидирование за счет средств краевого бюджета процентной ставки рефинансирования Центрального банка Российской Федерации по банковским кредитам, привлекаемым организациями края;
- субсидии по компенсации на четыре процентных пункта налога на прибыль организации в части сумм, подлежащих зачислению в краевой бюджет;
- размещение на конкурсной основе средств краевого бюджета для финансирования инвестиционных проектов;
- финансирование инвестиционных проектов на долевых началах.

В условиях низкой бюджетной обеспеченности весьма актуальной задачей для Алтайского края является привлечение средств федерального бюджета для развития сферы туризма. Для этого имеется несколько возможностей:

- создание туристско-рекреационной особой экономической зоны;
- участие в конкурсе на получение средств Инвестиционного фонда Российской Федерации;
- участие в других действующих и разрабатываемых федеральных целевых программах.

Наряду с участием в федеральных программах необходимы самостоятельные меры по развитию отрасли. В частности, продолжение разработки схем функционального зонирования районов, перспективных с точки зрения развития туризма, и

проведение их экологической экспертизы. Без осуществления этого механизма туристическим организациям будет крайне сложно решить земельные вопросы, соблюсти все законодательные ограничения, что приведет либо к прекращению развития туристического комплекса края, либо к его развитию в теневом секторе экономики.

Для системного развития сферы туризма Главным управлением экономики и инвестиций разрабатывается проект Программы развития туризма в Алтайском крае на среднесрочную перспективу. Её основными целями являются создание современного высокоэффективного и конкурентоспособного высокотехнологичного всесезонного туристического комплекса, направленного на полное гармоничное удовлетворение потребностей граждан России и иностранных граждан в туристических услугах, а также сохранение уникальных природных и социально-культурных рекреационных ресурсов Алтайского края при полноценном их использовании для развития сферы туризма. Достижение этих целей требует работы по следующим направлениям с активным привлечением рекламы:

- формирование нормативно-правовой базы туризма Алтайского края и оказание организационно-методической помощи туристическому сектору экономики со стороны администрации края;
- формирование имиджа Алтайского края как центра всесезонного туризма и продвижение его туристического продукта на российский и международные рынки;
- стимулирование развития материально-технической базы туризма путем привлечения российских и иностранных инве-

стиций для реконструкции действующих и создания новых средств размещения;

- развитие инфраструктуры территорий (транспорт, электроснабжение, связь, коммунальное хозяйство), создание благоприятных условий для развития туристических зон на территории края.

Туризм может являться серьезным источником доходов в бюджет. Развитие государственно-частного партнерства во многом решает вопросы вывода бизнеса из теневого сектора экономики. Формирование современного туристско-рекреационного комплекса края позволит не только сделать качественный скачок в развитии отрасли, но и решит многие другие социально-экономические задачи. Развитие туристического потенциала экономики позволит увеличить в целом ее конкурентоспособность, что не только приведет к улучшению баланса денежных потоков Алтайского края, но и будет способствовать увеличению оборота денежных средств.

#### Библиографический список

1. Арефьев В.Е. Туризм на Алтае: предпосылки развития и проблемы полезности / В.Е. Арефьев, А.В. Чудов. – Барнаул, 2004. – 128 с.
2. Исмаев Д.К. Маркетинг иностранного туризма в РФ. Теория и практика деятельности туристских фирм: учебное пособие для вузов / Д.К. Исмаев. – М.: Мастерство, 2007. – 192 с.
3. Егоров Г.М. Туристские районы СССР. Алтайский край / Г.М. Егоров, В.С. Ревякин, А.О. Кеммерих. – Барнаул: Профиздат, 1997.
4. Романов А.А. География туризма: учебное пособие / А.А. Романов, Р.Г. Саакянц. – М.: Спорт, 2005. – 464 с.



УДК 338.3.1:663.1

**А.В. Боговиз,  
Д.С. Пивнев**

### ПРОБЛЕМЫ ДОХОДНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА ЗЕРНА: РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

**Ключевые слова:** Алтайский край, производство зерна, государственная поддержка, стабилизация доходов сельхозпроизводителей.

Доходность сельскохозяйственных предприятий в России остается крайне низкой. В основе этой экономической ситуации лежат причины как объективного,