

увеличение концентраций иттрия, бария и меди в растворе приводит к увеличению сорбции каждого из них. Причем наибольший вклад в сорбцию оказывает иттрий.

Из анализа эффектов двух факторов видно, что совместное присутствие иттрия и бария на катионите КУ-2х8 сильнее всего подавляется сорбция иттрия, а менее бария. При совместном присутствии иттрия и меди на катионите КУ-2х8 сорбция иттрия увеличивается, а сорбция бария подавляется сильнее сорбции меди. Совместное присутствие бария и меди на катионите КУ-2х8 не оказывает никакого влияния на сорбцию иттрия, подавляет сорбцию бария и увеличивает сорбцию меди. Совместное присутствие иттрия, бария и меди не оказывает влияния на сорбцию иттрия, бария и меди на катионите КУ-2х8.

Таким образом, в результате проведенных исследований выявлена роль каждого иона металла (иттрия, бария и меди) и показаны возможности метода полного факторного эксперимента для исследования величины сорбции от состава трехкомпонентных растворов.

Список литературы

1. Ахназарова С.Л., Кафаров В.В. Методы оптимизации эксперимента в химической технологии. – М.: Высшая школа, 1985. – 327 с.
2. Особенности синтеза и физико-химические характеристики сверхпроводящих оксидов $YBa_2Cu_3O_{6.5+x}$ / Б.Я. Брач, Н.П. Бобрышева, И.А. Зверева и др. // Физикохимия и технология ВТСП материалов: Труды I Всесоюзного совещания. – М.: Наука, 1989. – С. 131-132.
3. Синтез и свойства $YBa_xSr_{2-x}Cu_3O_{6.5+x}$, где $x=0-1,5$ / В.Б. Глушкова, О.Н. Егорова, С.Н. Зиновьева, и др. // Физикохимия и технология ВТСП материалов: Труды I Всесоюзного совещания. – М.: Наука, 1989. – С. 129-130.
4. Доронина, Г.А. Свойства керамических материалов на основе оксидов иттрия и меди / Г.А. Доронина, В.А. Фотиев // СФХТ – 1989. – Т. 2, № 7. – С. 37-42.
5. Рухадзе М.Д., Безарашвили Г.С., Сидамонидзе Ш.И. // Журн. Физ. химии. – 1998. – Т. 72, № 11. – С. 2055.
6. Физико-химические основы получения $YBa_2Cu_3O_{6.5+x}$ из гидроксидов металлов / А.А. Фотиев, А.И. Чупин, М.В. Мишкевич и др. // Физико-химические основы получения высокотемпературных сверхпроводящих материалов. Методы синтеза и фазовые соотношения: информационные материалы. – Свердловск: УрО АН СССР, 1990. – С. 52-59.
7. Кристаллические структуры ВТСП / О.В. Франк-Каменецкая, Т.Н. Каминская, А.В. Нардов, Т.И. Иванова // ВТСП: Фундаментальные и прикладные исследования; сб. статей; под ред. проф. А.А. Киселева. – Л.: Машиностроение. – 1990. – Вып.1. – С. 190-265.
8. Zhou, Z. Thermodynamic stability field of the 123 and 124 phase in the system / Z. Zhou, A. Navrotsky // J. Mater. Res. – 1993. – V. 8. – № 12. – P. 3023-3031.

Экономические науки

ЕСТЬ ЛИ БУДУЩЕЕ У ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В РОССИИ?

Седых Д.В., Белова Ю.С.

*Кузбасский государственный технический
университет, Кемерово,
e-mail: yul5988496@yandex.ru*

Туризм вошел в XXI век как самый стабильно развивающийся сектор экономики, серьезно влияющий на социально – экономическое развитие многих стран мира. Для 38% государств туризм – главный источник дохода, а для 83% стран туризм является одним из пяти основных источников дохода.

Особенных успехов мировой туризм достиг за последние 30 лет, когда число международных туристов возросло в четыре раза, а валютные доходы увеличились в 25 раз. На эту сферу приходится более 10% мирового валового национального продукта, более 6% мировых инвестиций, каждое 10 рабочее место, 12% мировых потребительских расходов. В 2010 году мировая туриндустрия сделала большой скачок вперед относительно предыдущего года: въездной турпоток достиг 940 млрд., что на 7% больше, чем в 2009 году. Согласно статистике Всемирной туристской организации (WTO), прибыль мировой туриндустрии в 2010 году составила \$919 млрд. В 2011 году международный въездной турпоток увеличился на 4–5%.

Туризм оказывает огромное влияние на такие ключевые секторы экономики, как транспорт, услуги гостиниц и ресторанов, торговля, строительство, производство товаров народного

потребления и многие другие, выступая катализатором социально-экономического развития.

В настоящее время Россия, как страна, в которой только начинают интенсивно развиваться все виды туризма, занимает весьма незначительное место на мировом туристском рынке. На долю въезжающих в Россию туристов приходится примерно 1% мирового туристского потока. Это низкий показатель, учитывая, что культурно-исторический и природный потенциал России гораздо выше, чем во многих странах, с традиционно высокой туристской посещаемостью. Одним из наиболее привлекательных туристских ресурсов России является историко-культурное природное наследие. Россия традиционно воспринимается как страна, внесшая огромный вклад в мировую культуру. Русские писатели, композиторы, художники, ученые известны во всем мире. Кроме того, на территории страны сконцентрировано множество уникальных памятников истории и культуры. В начале 2004 года в Государственном реестре памятников истории и культуры насчитывалось **81 426** объектов наследия, в том числе **23 397** объектов федерального значения и **58 029** – местного значения. Многие из этих объектов поистине уникальны и могут быть отнесены к мировым сокровищам культуры.

На территории России находится 20 объектов, состоящих в Списке всемирного наследия ЮНЕСКО, из них, 13 – как объекты культурного наследия.

Основу историко-культурного и природного потенциала России составляют объекты, ко-

торые целесообразно классифицировать по их характеристикам следующим образом: музеи и музеи-заповедники; национальные парки; исторические города и поселения.

Следовательно, перед российской индустрией туризма встает проблема поиска таких методов построения эффективной системы управления, которые позволили бы укрепить рыночные позиции каждой российской организации, занимающейся обслуживанием туристов, и способствовать тем самым дальнейшему развитию всей сферы туристского бизнеса, вращению России в индустрию мирового туризма. Только четко сформулированная концепция развития туристской отрасли может обеспечить соответствующий уровень качества туристских услуг, отвечающий мировым стандартам, сделать российский туризм конкурентоспособным и, как следствие, добиться существенного роста в России внутреннего и въездного туризма.

Следует отметить, что **внутренний туризм** – это временный выезд граждан конкретной страны с постоянного места жительства в пределах национальных границ той же страны для отдыха, удовлетворения познавательных интересов, занятий спортом и в других туристских целях.

В настоящее время развитие внутреннего туризма находится в зачаточном состоянии по многим **причинам**. Во-первых, туристским фирмам нерентабельно показывать Россию россиянам. Во-вторых, уровень цен на средства размещения достаточно высок при их низкой комфортности. В-третьих, население России недостаточно информировано о туристско-рекреационных возможностях регионов страны. В-четвертых, у туристских фирм возникают проблемы при работе с организациями санаторно-курортного комплекса

Согласно последним исследованиям в индустрии туризма важно подчеркнуть, что некоторые туристские фирмы России начали постепенно проявлять интерес к внутреннему и въездному туризму. Это связано с тем, что во многих странах уже давно поняли необходимость развития программ обслуживания внутреннего туризма. В рамках каждой страны внутренний туризм способствует стабильному положению национальной экономики благодаря перераспределению национального дохода и развитию видов деятельности, благоприятных для экономики страны в целом. Постепенно понимают эту выгоду и в России. Создание привлекательного внутреннего туристского продукта, насыщенного разнообразными основными и дополнительными услугами, является самой важной задачей развития российского туристского рынка.

Эти проблемы невозможно решить без поддержки государственных органов власти. Поэтому в настоящее время к первоочередным за-

дачам государственных органов по управлению туризмом относится создание эффективных условий для работы туристских организаций, что предполагает: формирование и дальнейшее совершенствование законодательной базы; развитие предпринимательства в сфере туризма, прежде всего малого и среднего; укрепление материально-технической базы индустрии туризма путем привлечения отечественных и иностранных инвестиций; развитие инфраструктуры туризма для обеспечения конкурентоспособности страны на мировом туристском рынке; разработка и внедрение прогрессивных методов и стандартов туристского обслуживания; возрождение массового социального туризма и на этой основе повышение интереса граждан России к родной стране, а также более эффективное решение вопросов сохранения историко-культурного наследия и природной среды; проведение активной рекламно-информационной деятельности, направленной на продвижение и формирование образа России как страны, благоприятной для туризма.

Итак, каковы **прогнозы** развития внутреннего туризма в России?

Российский рынок туризма составляет пока около 2-3% мирового, но развивается и будет развиваться в 3-4 раза быстрее с приростом оборота около 2-3 млрд. долл. в год.

Из-за множества проблем с туристической инфраструктурой Россия пока не может выйти в безусловные лидеры мирового туризма в ближайшие десять лет. Однако, по прогнозам Всемирного совета по туризму и путешествиям (WTTC), рынок страны будет бурно развиваться и к 2014 году Россия выйдет на второе место в мире по инвестициям.

По данным Всемирной туристской организации к 2020 году приезд в Россию станет одним из самых популярных туристских направлений, а россияне станут самыми активными путешественниками. Также отмечается изменение структуры въезда-выезда в пользу въезда, в соотношении 60,7% по въезду к 39,3% по выезду. Это будет способствовать развитию внутреннего туризма и улучшению баланса экспортно-импортных операций по статье «туризм».

Следует отметить, что по совокупности объективных причин (наличие платежеспособного спроса, ограничение возможности выезда за рубеж значительной части, в том числе и платежеспособного, населения) услугами въездного туризма могут пользоваться не более 1,5% общей численности населения России. Поэтому в настоящее время для обеспечения конституционного права граждан на отдых и решения задач оздоровления нации все большее значение приобретает внутренний туризм.

Потенциал туризма в России высоко оценивается западными экспертами. Всемирный Со-

вет по путешествиям и туризма составил высшую лигу туристских стран мира в 2004 году и в перспективе на 2014 год Россия вошла в первую десятку самых перспективных стран. Оценки доходности от туризма также весьма высоки – 7-8 млрд. долларов

С каждым годом, все больше и больше, туризм становится неотъемлемой частью нашей жизни, а для многих и делом всей жизни. Он превратился в глубокое социально-экономическое и политическое явление, в значительной мере влияющее на мировое устройство и политику ряда государств и регионов мира. В сфере туризма тесно переплетены интересы культуры и транспорта, безопасности и международных отношений, экологии и занятости населения, гостиничного бизнеса и санаторно-курортного комплекса. Эта отрасль имеет большое значение для государства в целом, субъектов Федерации, муниципальных образований, а также отдельной личности в частности.

Список литературы

1. О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»: Закон РФ от 05.02.2007г. № 12-ФЗ.
2. Влияние туризма на рынок труда и экономику в Российской Федерации: Отчет Всемирного Совета по туризму и путешествиям (WTTC). – 2006. – 72с.
3. Биржаков М.Б., Никифоров В.И. Аналитическая записка. Состояние и проблемы туризма в Российской Федерации / под ред. М.Б. Биржаков, В.И. Никифорова. – СПб.: Невский фонд, 2004. – 82 с.
4. Гуляев В.Г. Туризм: экономика и социальное развитие. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 304 с.: ил.
5. Здоров А.Б. Экономика туризма: учебник. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 272 с.: ил.
6. Квартальнов В.А. Туризм: учебник. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 320 с.: ил.
7. Чудновский А.Д., Жукова М.А. Управление индустрией туризма России в современных условиях: учебное пособие. – М.: КНОРУС, 2007. – 416 с.

**МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ
РЫНКА ПРЕДПРИЯТИЙ
ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ
БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ**

Шатохина Е.А., Скачков Р.А.

НИУ «Белгородский государственный университет», Белгород, e-mail: Inga_bah@list.ru

Предприятия сферы общественного питания находятся в первой пятерке рейтинга по количеству банкротств среди предприятий других сфер. По статистическим данным, около 90% предприятий общественного питания не дорабатывают до пяти лет. Основная причина такой тенденции – это просчеты при создании бизнес-планов.

По нашему мнению, решение данной проблемы находится в области использования маркетингового управления вновь создаваемыми и уже действующими предприятиями общественного питания, а именно в области проведения маркетинговых исследований.

Ресторанный бизнес очень динамичен, ежедневно открываются новые и закрываются старые заведения. Несмотря на всю кажущуюся хаотичность, в этой динамике есть свои закономерности, поэтому маркетинг в общественном питании – это эффективное управление производством и продажей собственной продукции и услуг, ориентированное на удовлетворение спроса потребителей и достижение высокого уровня доходности [1].

Одним из основных предметов маркетинговых исследований для предприятий, которые находятся на стадии роста, является анализ структуры, изменения в конкурентной политике, исследования маркетинговой и рекламной деятельности.

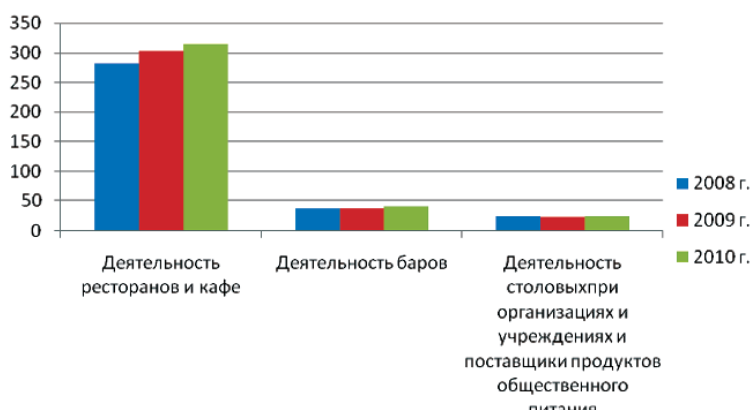


Рис. 1. Рынок предприятий общественного питания Белгородской области в 2008-2010 гг.

Проанализируем рынок предприятий общественного питания в Белгородской области за период с 2008-2010 гг.

Из рис. 1 следует, что количество ресторанов и кафе увеличилось в 2009 г. на 7,48%, в 2010 г. на 3,98%; количество баров за 2009 г. осталось неизменным, а в 2010 г. увеличилось

на 8,11%; количество столовых при организациях и учреждениях и поставщиков продукции общественного питания в 2009 г. сократилось на 8,34%, а в 2010 год увеличилось на 9,09%. Можно сделать общий вывод, что в 2010 г. в отрасли наблюдается устойчивая тенденция увеличения числа новых заведений. Это связано,