

ского бизнеса. / Г.В. Антюфеев, Н.Н. Жигирев, Ш.У. Низаметдинов. М. Экономика и математические методы, №4, том 38, 2002.

[2] Гальперин В.М. Микроэкономика. В 2-х т. / В.М. Гальперин, С.М. Игнатьев, В.И. Моргунов. Под общ. ред. В.М. Гальперина. СПб «Экономическая школа», 1998г. т.2, – 503 с.

[3] Гранберг А.Г. Основы региональной экономики. – М.: TASIC, 2002.

[4] Изард У. Методы регионального анализа: введение в науку о регионах. М.: Прогресс 1966-659 с.

[5] Леонтьев А.А. Совершенствование управления недвижимым имуществом в условиях рынка. Дис. ... канд. Экон. Наук. Н. Новгород, 2004г. – 33 с.

[6] Мордовченков Н.В. Теоретические основы развития и повышения эффективности труда в отраслях экономики: регионально-инфраструктурный аспект. Монография/ Мордовченков Н.В., Рыбаков Р.А., Смирнов В.В. – Н.Новгород, 2008. – 161 с.

Н.В. Мордовченков
ФБОУ ВПО «ВГАВТ»

КОНЦЕПЦИЯ МЕЗОМАРКЕТИНГА УСЛУГ В ТУРИНДУСТРИИ: ИНФРАСТРУКТУРНЫЙ АСПЕКТ

Нижегородский регион, укрепляя административную власть, т.е. интегрируя институциональную инфраструктуру с представителями бизнеса и науки в инновационной экономике, успешно решает многоуровневые задачи в сфере производства услуг и в т.ч. в индустрии отдыха и туризма.

Региональная составляющая позволяет рационально сформировать пространство эффективного управления, которое может быть реализовано на основе базового элемента рыночной экономики-маркетинга на мезоуровне [1].

По мнению автора статьи мезомаркетинг представляет собой систему регионально-отраслевого управления, ориентированную на удовлетворение потребностей региона, повышение его маркетинговой инновационно-инвестиционной привлекательности. Концепция мезомаркетинга должна формироваться на основе интеграции положений регионального, некоммерческого маркетинга, мегамаркетинга на принципах классического маркетинга [3].

Автор статьи считает, что концепция современного маркетинга, ретранслируемая человеческим капиталом, – это конкурентоспособная философия организации, обеспечивающая возможные потребности физических и юридических лиц.

Вместе с тем миссия программы мезомаркетинга в инфраструктуре туризма заключается в производстве комплексного, системного анализа сложившейся ситуации в экономике и финансах при трансформации научно-интеллектуального потенциала, формировании приоритетных сценариев экономического роста и финансового капитала, обеспечивающего социальную и национальную экономическую безопасность региона.

Реальный успех инфраструктурных преобразований в значительной мере будет зависеть от усилий региональной администрации и руководства территорий округов, а также эффективных политических, экономических и социальных решений центральной исполнительной власти РФ.

Возможность самостоятельно осуществлять собственную хозяйственную политику, с одной стороны, и необходимость взаимодействовать с миром бизнеса – с другой, дают основание к современному формированию и развитию инфраструктуры мезомаркетинга в туризме, создают и оптимизируют организационно-экономические механизмы и финансовый капитал в его функционировании.

Создание и трансформация целевой комплексной программы развития мезомар-

кетинга и разработка мероприятий по совершенствованию инфраструктуры туризма позволит администрации региона создать консолидированную инфраструктурную политику в правовом, финансово-экономическом и социальном направлениях, обеспечить системный подход к развитию и повышению эффективности отдельных взятых элементов инфраструктуры туризма в целом.

Для востребуемой эффективной институциональной инфраструктуры маркетинга необходимы: фундаментальная (инновационная) и прикладная наука, интенсификация и компьютеризация туристической индустрии, интеллектуализация и социально-культурная направленность человеческого потенциала и экономики знаний.

В свою очередь, для привлечения высокодоходных инвестиций в развитие туризма необходимо повысить уровень развития инфраструктуры мезомаркетинга в условиях глобализации экономики и финансов.

Современным туристским организациям свойственен эффект синергии в связи с тем, что диверсификация услуг способна не только повысить качество и активность туристской инфраструктуры, но и трансформировать имеющиеся возможности релаксации организма, воспроизводство рабочей силы, что в конечном итоге повысит производительность труда на этапе формирования и функционирования инновационного человеческого капитала.

Развитие туристской индустрии способствует как непосредственно трансформации специализированных организаций транспорта, сферы услуг, так и экономики регионов (ВРП), и страны в целом (ВВП).

Нижегородский регион располагает значительным туристским потенциалом, однако необходимо использовать имеющийся опыт, ресурсный (ландшафтный) потенциалы и человеческий потенциал. При этом в научно-инвестиционный «портфель» региона необходимо наполнять каталогами инвестиционных проектов и передовыми мыслями производственной, институциональной, инновационной, социальной и научно-интеллектуальной инфраструктур. При этом целесообразно разработать научно-обоснованные номограммы по стимулированию воспроизводственной деятельности с учетом использования компьютерных информационных технологий.

Необходимо в бюджетном планировании региона шире использовать метод не только от достигнутого и нормативного метода расходования средств, в соответствии со статьями бюджета, но и «подтягиваться» до активного инфраплана, задействуя при этом высокоэффективные регуляторы экономического роста, организационно-экономические механизмы ответственности и реализации человеческого капитала [2].

Проведенная количественная и качественная инвентаризация современной инфраструктуры позволит расширить её географию (экстенсивный подход) и совершенствовать инфрастандарты (интенсивное развитие) по выявлению возможного уровня привлекательности (перспективности) территориальной инфраструктуры. При этом могут быть использованы эконометрические методы для создания моделей оптимизации конкурентоспособной инфраструктуры региона [2].

Развитие транспортно-логистической и туристской инфраструктур является важнейшим элементом экономики, и способствует развитию социальной сферы региона путем снижения затрат; снижения рисков и неопределенности; улучшения качества обслуживания населения; адекватного удовлетворения потребностей в отдыхе и туризме.

Предлагаемая комплексная система правового, маркетингового и финансово-экономического контроллинга, аудита мониторинга создает реальные условия для эффективных управленческих решений в инфраструктуре туризма, способствующие поиску оптимальных сценариев развития рыночной инфраструктуры в условиях конкретного региона на основе использования инструментария факторного анализа и прогнозирования.

Вместе с тем в рамках формирования программы инфраструктуры мезомаркетинга в туризме необходимы:

- 1) Проведение комплексных, системных маркетинговых исследований;
- 2) Непосредственная разработка бизнес – плана развития туристских услуг с использованием инструментария маркетингового исследования.

Таким образом, предложенная концепция мезомаркетинга создает экономически обоснованный «вектор» методологизации эффективных управленческих решений инфраструктурных проблем в индустрии туризма в условиях государственного регулирования экономики.

Список литературы:

- [1] Шишкин А.В. Концептуальные основы мезомаркетинга.// Закономерности и перспективы трансформации общества: материалы к V Международной Кондратьевской конференции. XII Кондратьевским чтениям, IV Сорокинским чтениям, XVIII Международной дискуссии. Санкт-Петербург 19–22 октября 2004 г. Т.2 «Глобализация и трансформация рыночной экономики». Санкт-Петербург, 21 октября 2004 г. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ. 2004. – с. 403–404.
- [2] Мордовченков Н.В. Эффективность региональной экономики: введение в инфраграфию. Монография Н.Новгород. Изд-во Гладкова О.В. 2002., 344 .
- [3] Мордовченков Н.В. Опыт и перспективы формирования комплексной программы: институционально-инфраструктурный аспект.// Экономика развития региона: проблемы, поиски, перспективы: ежегодник. - Вып. 9/ ООИ РАН, ИОСРЭН, ЮИЦ РАН, ВолГУ; гл.ред. О.В. Иншаков; ред.колл.: В.В. Курченков (зам.гл.ред.) и др. – Волгоград: Изд-во ВолГУ. 2008.-с. 540–553.
- [4] Мордовченков Н.В. Концепция формирования комплексной программы мезомаркетинга в инфраструктуре туризма Н.В. Мордовченков, Р.А. Рыбаков Региональная экономика № 15 (108), 2009, с.62-69.
- [5] Nikolai V.M. Conception of the formation of innovation infrastructure in the sphere of services on the meso-level. ЗБОРНИК РАДОВА географског института «јован цвијић» саву journal of the Geographical Institute «jovan cvijic» sasa, vol.63, № 1 S 65–74 Belgrade. 2013.

А.А. Никитин
ФБОУ ВПО «ВГАВТ»

ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ РАЗВИТИЯ ИНФРАСТРУКТУРЫ КОМБИНИРОВАННЫХ ПЕРЕВОЗОК НА ВНУТРЕННЕМ ВОДНОМ ТРАНСПОРТЕ РОССИИ

Современные экономические условия создают благоприятную среду для внедрения прогрессивных идей и принципов логистики. Одним из её основных компонентов является кооперация различных видов транспорта в рамках комбинированных перевозок с участием речного транспорта.

Перспективы развития комбинированных перевозок грузов очевидны:

- даст развитие внутреннему водному транспорту, что значительно улучшит экологию окружающей среды;
- ликвидирует «пробки» в пунктах таможенного контроля;
- привлечёт дополнительные объёмы перевозок через речные порты;
- позволит сократить издержки на транспортировку грузов различными видами транспорта, а значит, повысить доходы всех задействованных субъектов – грузовладельцев, владельцев терминалов, экспедиторов и перевозчиков, то есть всего транспортно-логистического комплекса.

Кроме того комбинированные перевозки позволяют:

- увеличить скорости доставки;
- снизить интегральную стоимость перевозки;