

сов развития инноваций не только в сфере техники и технологии, но и в области организационно-экономических отношений управленческого характера. При этом содержание программ подготовки, переподготовки, повышения квалификации государственных и коммерческих учебных заведений должно способствовать развитию творческого потенциала генераторов инноваций, восприимчивости специалистов к нововведениям.

ЛИТЕРАТУРА

1. Баранова, И.В. Методические подходы к оценке инновационной активности и инновационного потенциала вуза [Электронный ресурс] /И.В. Баранова, М.В. Черепанова. – Новосибирская инновационно-инвестиционная корпорация НОВИНКОР. – Режим доступа: <http://novinkor.com/biblioteka/innoworld/71-innoactive.html>. – Дата доступа: 27.07.2014.
2. Дубинин, А.С. Сущность и методы оценки инновационной активности региона [Электронный ресурс] / А.С. Дубинин // Вестн. Новгород. гос. ун-та. – 2011. – № 1. – Режим доступа: <http://www.novsu.ru/file/958336>. – Дата доступа: 15.08.2014.
3. Экономический онлайн-словарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://investments.academic.ru>. – Дата доступа: 27.07.2014.
4. Научная библиотека Кибер Ленинка [Электронный ресурс] // <http://cyberleninka.ru/article/n/informatsionno-analiticheskaya-sistema-otsenki-innovatsionnoy-aktivnosti-regiona-i-istochnikov-ee-finansirovaniya#ixzz3E5fISnaY>. – Дата доступа: 11.09.2014.
5. Государственный комитет по науке и технологиям в Республике Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gknt.org.by/opencms/opencms/ru/innovation/inn2/>. – Дата доступа: 22.09.2014.

УДК 338.48.001.76 (476)

**СОЗДАНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО МАРШРУТА ДЛЯ ГОРОДА ПОЛОЦКА
В РАМКАХ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНА****Я.В. ПОТОЯЛО***(Представлено: О.А. СКУМАТОВА)*

Рассчитан туристический маршрут для исторического города Полоцка. Достигнут положительный экономический эффект, что свидетельствует об актуальности и необходимости создания данного маршрута с целью развития туристического потенциала города.

В рейтинге ТОП-35 самых интересных городов Республики Беларусь город Полоцк входит в десятку, что подтверждает заинтересованность населения в развитии туризма в нашем городе. Прежде всего, создание туристического маршрута в городе обеспечит не только прибыльную деятельность, но и просветительскую, культурно-историческую и воспитательную ценность для местного населения и туристов.

Создание туристического маршрута для исторического города Полоцка является одним из путей совершенствования инновационной деятельности филиала «АТП №6 г. Новополоцка» ОАО «Витебскоблавтотранс».

Филиал предоставляет сдачу автобусов в аренду, также оказывает туристические услуги, в результате чего, создание туристического маршрута требует инвестиций в размере 29.744.750 бел. руб., а чистая прибыль предприятия на 01.01.2014 составляет 1.702.000.000 бел. руб.

Автором было разработано название для маршрута – «По дорогам Полоцка». Такое название предполагает, что маршрут не пешеходный и акцентирует на этом внимание потенциальных потребителей.

Учитывая, что Полоцк – это исторический город, который ежедневно посещают туристы, то автобус с туристическим маршрутом не только бы принес прибыль предприятию, но и мог бы привлечь еще больше гостей в город, а следовательно, инвестиций.

Данный маршрут позволит достичь двух эффектов:

- экономического – привлечение инвестиций, развитие инфраструктуры;
- социального – популяризация города, культурное развитие.

Разработка маршрута начиналась с отбора экскурсионных объектов. Схема маршрута, направление движения и достопримечательности представлены на рисунке 1.

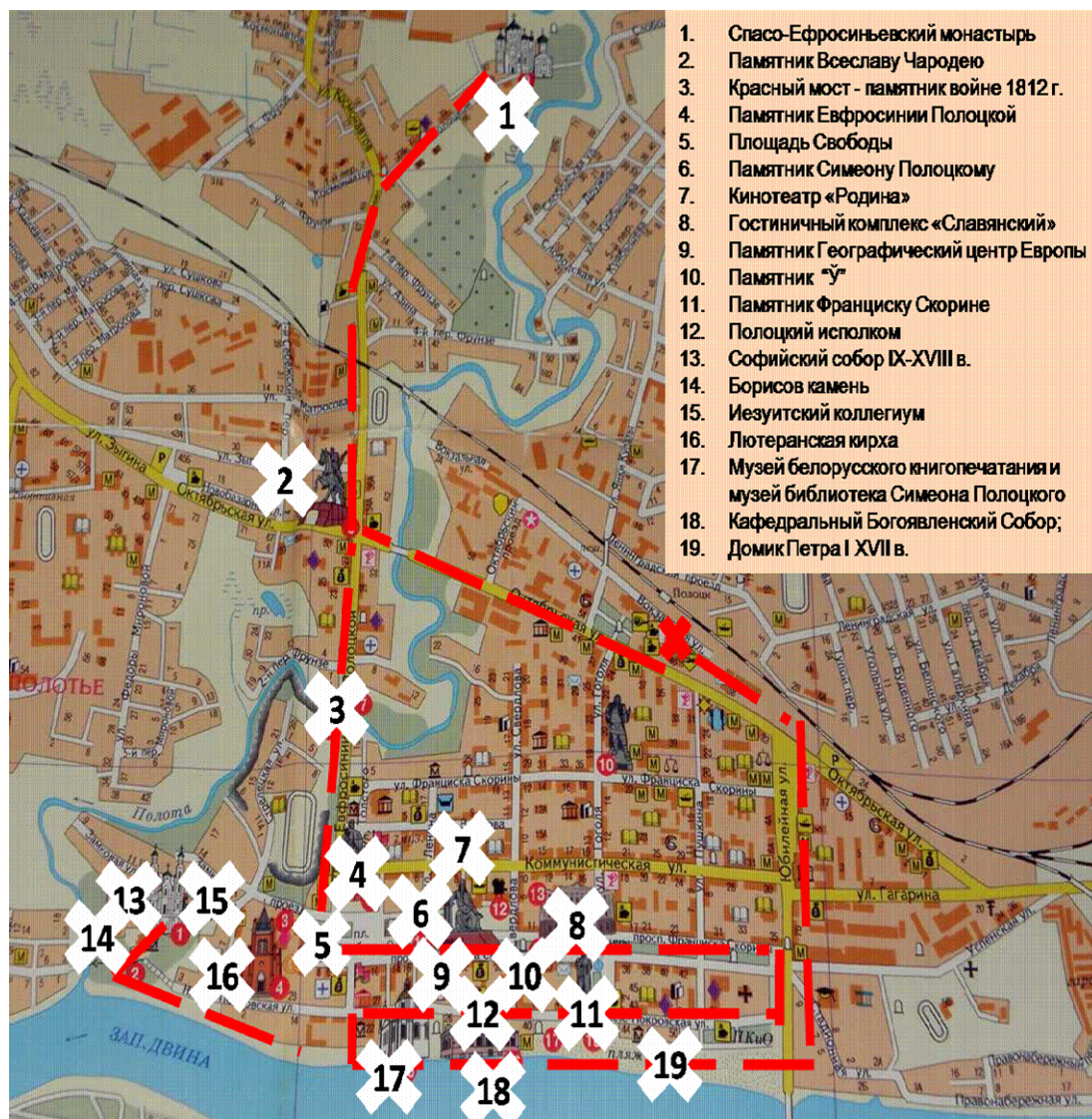


Рис. 1. Схема туристического маршрута и его достопримечательности

Источник: собственная разработка.

В качестве автобуса был выбран автобус МАЗ 152-060. Характеристика автобуса представлена в таблице 1.

Таблица 1

Характеристика автобуса МАЗ 152-060

Показатель	Значение
Количество мест	45
Бак	500 л
Расход топлива (при $V = 60$ км/ч)	25л/100км
Первоначальная стоимость	1 128 800 000 руб.
Норма амортизации	0,8

Источник: [1, 2].

Аренда автобуса на филиале стоит 1 162 000 руб., так как в аренду включены расходы на амортизацию и заработную плату водителя, то для расчета затрат автором использовалось данное значение. Исходные данные для расчета туристического маршрута представлены в таблице 2.

Таблица 2

Исходные данные для расчета туристического маршрута

Показатель	Значение (цифры округленные)	Пояснения
Общая протяженность маршрута	10 км (с учетом погрешностей)	$2,24 + 2,69 + 1,18 + 1,18 + 2,24 = 9,53$ (10 км)
Аренда автобуса («АТП №6»)	1 162 000 руб./ч	На 31.12.2015
Зарботная плата экскурсовода	1.750.000	Средняя зарплата по Республике Беларусь – 3 500 000 руб.
Стоимость дизельного топлива (ДТ Евро 5)	12 300 руб.	
Количество литров бензина для маршрута	2,5 л	
Цена билета	150 000 руб. (10 \$)	Предложена автором (ориентация на зарубежных туристов)
Продолжительность экскурсии	2 ч	Средняя продолжительность экскурсий
Частота маршрута	11 экскурсий	11 выходных и праздничных дней в месяце мае

Источник: собственная разработка.

В качестве рекламы автором были самостоятельно разработаны брошюры, что значительно экономит затраты организации на рекламную деятельность.

В таблице 3 представлены расчеты по маршруту.

Таблица 3

Расчеты по туристическому маршруту (за месяц)

Показатель	Формула	Расчет
Затраты на топливо (ДТ Евро 5)	$Z = K \cdot Ц$, где К – необходимое количество топлива, л; Ц – стоимость топлива, руб.	$Z = 2,5 \cdot 12\,300 = 30\,750$ (руб.)
Затраты на рекламу (брошюры), 1000 шт.	$P = K \cdot Ц$, где P – затраты на рекламу, руб.;	$P = 1\,000 \cdot 2\,400 = 2\,400\,000$ (руб.) Цветная печать, формат А4, двухсторонняя (2 400 руб.)
Общие затраты	$Z_{общ} = Ar. + Z + 3Пэк + P$, где где Ar. – аренда автобуса, руб.; 3Пэк – заработная плата экскурсовода, руб.	$Z_{общ} = (1\,162\,000 \cdot 2 \cdot 11) + 30\,750 + 1\,750\,000 + 2\,400\,000 = 29\,744\,750$ (руб.)
Доходность маршрута (выручка)	$V = Ц \cdot Ч$, где где Ц – цена билета на маршрут, руб. Ч – заполняемость автобуса (45 чел.).	$V = 150\,000 \cdot 45 = 6\,750\,000$ (руб.) За месяц (за основу взят месяц май 2015 г. – 11 дней работы автобуса): $6\,750\,000 \cdot 11 = 74\,250\,000$ (руб.)
Прибыль	$\Pi = Д - НДС - Z_{общ}$, где где НДС – налог на добавленную стоимость (20 %)	$\Pi = 74\,250\,000 - (74\,250\,000 \cdot 20) / 120 - 29\,744\,750 = 32\,130\,250$ (руб.)
Налог на прибыль (18%)	$H = \Pi \cdot 18\%$, где где H – налог на прибыль, руб.	$H = 32\,130\,250 \cdot 18\% = 5\,783\,400$ (руб.)
Чистая прибыль	$ЧП = \Pi - H$	$ЧП = 32\,130\,250 - 5\,783\,400 = 26\,346\,850$ (руб.)

Источник: собственная разработка.

Таким образом, общие затраты на маршрут составят 29 744 750 руб., а чистая прибыль за май месяц – 26 346 850 руб.

Далее приведен прогнозируемый расчет чистой прибыли по месяцам (май–июль) – таблица 4.

Таблица 4

Прогнозируемая прибыль от реализации за месяц (май, июнь, июль)

Месяц	Выручка от услуги, руб.	Чистая прибыль, руб.
Май (11 дней)	74 250 000	26 346 850
Июнь (9 дней)	60 750 000	17 121 800
Июль (8 дней)	54 000 000	12 509 300

Источник: собственная разработка.

Важно отметить, что прибыль не будет возрастать месяц за месяцем, т.к. это зависит от частоты маршрутов. Автором предлагается пускать маршрут в выходные и праздничные дни, количество таких дней разное по месяцам.

Варьирование прибыли от частоты маршрута за год представлено на рисунке 2.



Рис. 2. Варьирование прибыли от частоты маршрута

Источник: собственная разработка.

Далее следует описать риски, которые могут возникнуть при реализации данного мероприятия. Риски, связанные с туристическим маршрутом для города Полоцка и предложения по их минимизации представлены в таблице 5.

Таблица 5

Риски туристического маршрута для исторического города Полоцка
и предложения по их минимизации

Риски	Минимизация рисков
1. Невостребованность маршрута	Тщательное изучение рынка, грамотная рекламная кампания
2. Сезонность маршрута (летний период)	Поиск потребителей (организация маршрута для учеников, студентов, жителей соседних стран)
3. Непривлекательность туристического маршрута с точки зрения небольшого охвата достопримечательностей	Расширение маршрута (синяя ветка) для г. Новополоцка

Источник: собственная разработка.

С целью минимизации такого риска, как невостребованность маршрута, был проведен опрос (100 чел.) местных жителей, которым предлагалось ответить на два вопроса:

1. Будет ли востребован такой маршрут?
2. Воспользовались бы вы такой услугой?

Результаты опроса представлены на рисунках 3 и 4 соответственно.



Рис. 3. Результаты опроса местных жителей об использовании услуги туристического маршрута

Источник: собственная разработка



Рис. 4. Результаты опроса местных жителей о востребованности туристического маршрута

Источник: собственная разработка

В результате опроса, можно сделать вывод, что данная услуга будет пользоваться популярностью даже среди местных жителей. Следовательно, эффективность данного маршрута будет только расти.

Что касается риска, связанного с сезонностью маршрута, то автором предлагается в осенний и зимний период реализовывать его для учеников, жителей близлежащих городов и стран. Заниматься активным поиском туристов на летний период.

Так как город Полоцк – это небольшой по площади город, то может возникнуть риск непривлекательности маршрута с точки зрения малого охвата достопримечательностей. Также предлагается создать синюю ветку маршрута для города Новополоцка, так как город возводился для строителей, а затем и для трудящихся нефтеперерабатывающего завода, то маршрут будет направлен на знакомство с такими достопримечательностями, как:

- Мемориальный комплекс «Первая Палатка»;
- Мемориальный знак на месте гибели экипажа советского самолета в 1944 году (1974);
- Курган трудовой славы;
- Памятник Лилии Костецкой;
- Памятник воинам-освободителям, погибшим при освобождении деревни Троицкое (1979);
- Памятник «Братская Могила» воинов-освободителей 219 гвардейского полка; памятник воинам-интернационалистам (2002);
- Памятник «Юность» у бассейна «Садко» (2013).
- В разработке памятник строителю на площади Строителей.

Тем самым это не только расширит спектр предоставляемой услуги, но и привлечет гостей в город Новополоцк.

Таким образом, в результате предложенного автором мероприятия по созданию туристического маршрута, не только расширится туристический потенциал региона, но и филиал «АТП № 6 г. Новополоцка» ОАО «Витебскоблавтотранс» сможет выйти на инновационный путь развития и расширить спектр предоставляемых услуг.

ЛИТЕРАТУРА

1. Характеристика автобуса МАЗ 152-060 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.finlease.ru/catalog/item/4620.html>. – Дата доступа: 5.05.2015.
2. АТП № 6 г. Новополоцка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://voat.by/filial/filial-avtotransportnoe-predpriyatie-nob-g-novopolocka>. – Дата доступа: 05.03.2015.

УДК 316.422(476+430)

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ И ФЕДЕРАТИВНОЙ РЕСПУБЛИКЕ ГЕРМАНИИ

Я.В. ПОТОЯЛО

(Представлено: О.А. СКУМАТОВА, Е.М. КОЛЕСОВА)

Исследуется одно из самых перспективных направлений организации – инновационная деятельность, которая является главным фактором конкурентоспособности организации. Проведен сравнительный анализ Республики Беларусь и стран-лидеров в области инноваций. Выделены основные проблемы, разработаны пути решения.

Инновационная деятельность нуждается в новом понимании инноваций. Не только новые продукты, но и бизнес-модели, услуги находятся в центре внимания исследований и разработок организаций.

Государственный комитет по науке и технологиям Республики Беларусь дает следующее определение инновационной деятельности: Инновационная деятельность – комплекс научных, технологических, организационных, финансовых и коммерческих мероприятий, направленный на коммерциализацию накопленных знаний, технологий и оборудования. Результатом инновационной деятельности являются новые или дополнительные товары/услуги или товары/услуги с новыми качествами [1].

Австрийский экономист Й. Шумпетер определил инновации как основу научно-технического прогресса. Среди отечественных и зарубежных авторов не сложилось единого подхода к определению понятия «инновационная деятельность».

Автором было предложено свое интегрированное определение: инновационная деятельность – это результат процесса создания нового продукта, услуги или технологии, включающий комплекс научных, технологических, организационных, финансовых и коммерческих мероприятий, с целью достижения конкурентных преимуществ и для дальнейшей реализации продукции на внутреннем и внешнем рынках.