МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ СЕРВИСА И ЭКОНОМИКИ

МОЛОДЕЖЬ И НАУКА XXI ВЕКА: ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ В СФЕРЕ УСЛУГ

СБОРНИК НАУЧНЫХ СТАТЕЙ ПО ИТОГАМ I ВСЕРОССИЙСКОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ СТУДЕНТОВ, МАГИСТРАНТОВ И АСПИРАНТОВ

23 АПРЕЛЯ–26 АПРЕЛЯ 2012 Г.

ТОМ I

Санкт-Петербург
2012

УДК 338.46
ББК 65.9 (2 Рос)
М 75

Рекомендован к изданию в РИО на заседании научно-технического совета СПбГУСЭ, протокол №18 от 17.09.2012 г.

Молодежь и наука XXI века: экономика и управление в сфере услуг. Сборник научных статей по итогам I Всероссийской научно-практической конференции студентов, магистрантов и аспирантов (23-26 апреля 2012г.). Том I. – СПб.: Изд-во СПбГУСЭ, 2012. – 315 с.

Сборник публикуется в рамках выполнения внутренней научно-исследовательской работы по теме «Разработка научно-методических и организационных технологий развития молодежной науки в Санкт-Петербургском государственном университете сервиса и экономики».

В данном сборнике представлены материалы докладов студентов, магистрантов и аспирантов на Всероссийской научно-практической конференции. В работах представлены результаты теоретических и практических исследований в сфере услуг.

Сборник состоит из 9 разделов:

1. Управление социально-экономическим развитием регионов: современное состояние, приоритеты и стратегические ориентиры (том I).
2. Эффективные стратегии развития международного туризма и гостиничного бизнеса в современной социально-экономической практике (том I, II).
3. Современное развитие предприятий сервиса: экономический, управленческий аспекты (том II).
4. Информационные технологии в сервисе (том II).
5. Современное состояние и перспективы развития производства одежды, дизайна и декоративно-прикладного искусства (том III).
6. Современные технологии управления в сфере торговли и массового питания (том III).
7. Векторы современного развития сферы сервиса: технологии управления в XXI веке (том IV).
8. Проблемы сервиса автотранспорта, машин и оборудования бытового и жилищно-коммунального назначения (том IV).
9. Правовое обеспечение функционирования потребительских рынков: теория и практика (том IV).

РЕДАКЦИОННАЯ КОМИССИЯ:

А.Д. Викторов – председатель, ректор СПбГУСЭ, проф., д-р экон. наук;
Р.А. Костин – проректор по НР СПбГУСЭ, д-р соц. наук;
К.В. Хамаганова – руководитель СНО СПбГУСЭ, канд. филос. наук;
И.Х. Эмиров – начальник РИО, доцент;
М. Курышева – председатель Совета СНО СПбГУСЭ;
Э. Коновалова – ответственный за подготовку к печати.

ISBN 978-5-228-00556-3

© Санкт-Петербургский государственный университет
сервиса и экономики
2012 г.

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. «УПРАВЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИМ РАЗВИТИЕМ РЕГИОНОВ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ, ПРИОРИТЕТЫ И СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ОРИЕНТИРЫ» 11

Антипова Александра Викторовна, ОГИС, ФТПИ, 5 курс
Стратегия развития туризма в Называевском районе Омской области 11

Васильева Анастасия Станиславовна, НИУ ВШЭ,3 курс
Проблемы и перспективы развития коммерческих банков в регионах России в период финансового кризиса 2008 года 14

Гагина Екатерина Викторовна, МГТУ (филиал), магистрант, 1 курс
К вопросу об инвестиционной привлекательности хозяйствующего субъекта 18

Добровольский Александр Григорьевич, МГТУ, аспирант
Стратегическое планирование развития сельскохозяйственных организаций региона.....21

Жарков Николай Михайлович, СПбГУЭФ, РИТММ, аспирант
Роль современных информационных систем в социально-экономическом развитии страны и региона 24

Мель Маргарита, Университет прикладных наук Фульда (Германия)
Социально-экологическая ситуация в Германии.....27

Орлова Ирина Владимировна, ЮРГУЭС, аспирант
Программное обеспечение для отслеживания движения денежный средств для обеспечения обувным предприятиям стабильных ТЭП.....32

Аверичев Александр Геннадьевич, СПбГУСЭ, ИРЭиУ, соискатель
Повышение инвестиционной конкурентоспособности северо-восточных районов Ленинградской области 35

Алексеева Анастасия Алексеевна, СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 3 курс
Экономика России на современном этапе: международный аспект 37

Афанасьева Валерия Александровна, СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 3 курс
Особенности мотивации к труду молодых специалистов.....40

Балыкова Любовь Рудольфовна, СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 4 курс
Стратегический управленческий учет как инструмент моделирования решений 42

Богомолова Ксения Сергеевна, СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 3 курс
Управление социально-экономическим развитием Карачаево-Черкесской Республики **45**

Бойко Всеволод Русланович, СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 4 курс
Реализация концепции таможенного оформления и контроля в местах, приближенных к государственной границе РФ, как элемент совершенствования системы менеджмента таможенной службы Российской Федерации **48**

Буканова Нелли Сергеевна, СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 3 курс
Теория морского могущества Т. Мэхэна в современной трактовке **49**

Бурлаков Никита Алексеевич, СПбГУСЭ, ИРЭиУ, аспирант
Проблемы терминологии концепции устойчивого развития регионов **53**

Вязова Наталия Сергеевна, СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 4 курс
Состояние развития рынков труда – федеральных и региональных, их особенности и взаимосвязи **56**

Григорьева Ксения Викторовна, СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 3 курс
Формирование отчётности в условиях вступления России в ВТО **59**

Губина Полина Владимировна, СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 3 курс
Стратегическое планирование развития региона: опыт Новгородской области **61**

Димитриева Кира Николаевна, СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 4 курс
ВТО и Таможенный Союз **64**

Евтушенко Ксения Андреевна, СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 2 курс
Особенности социально-экономического развития СЗФО **67**

Еременко Елена Сергеевна, СПбГУСЭ, ИРЭиУ, аспирант, 2 курс
Различные подходы к понятию качества образования **71**

Ершова Марина Игоревна, СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 3 курс
Антикоррупционная политика в таможенном сервисе **74**

Жукова Лилия Александровна, СПбГУСЭ, ИРЭиУ, магистрант, 2 курс
Учет финансовой аренды: российские и международные аспекты **77**

Иванова Наталья Петровна, СПбГУСЭ, ИРЭиУ, аспирант
Учет добавочного капитала **80**

Ильина Виолетта Сергеевна, СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 3 курс
Внутренний контроль в системе управления холдингом **84**

Капуста Богдан Владимирович, СПбГУСЭ, ИРЭиУ, аспирант
Инновационные технологии в стратегическом управлении регионом **86**

Клименко Марина Владимировна, СПбГУСЭ, ИРЭиУ, аспирант
Управление рисками в деятельности хозяйствующих субъектов **90**

Колосов Владислав Владимирович, СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 4 курс
Стратегические принципы подготовки интегрированной корпоративной отчетности **93**

Конеева Лилия Рафаиловна, СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 3 курс
Атлантизм сегодня: трансформация идей борьбы Суши и Моря **96**

Корх Евгения Владимировна, СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 2 курс
Приоритетные направления деятельности современных страховых компаний **99**

Костенко Глеб Сергеевич, СПбГУСЭ, ИРЭиУ, аспирант, 1 курс
Исследование малого бизнеса и государственной поддержки предпринимательства в Ленинградской области* **102**

Котова Наталья Андреевна, СПбГУСЭ, ИРЭиУ, аспирант
Исследование понятий «расходы» и «затраты» в системе бухгалтерского учета **106**

Кривошеева Екатерина Евгеньевна,
СПбГУСЭ, ИРЭиУ, магистрант, 2 курс
Современные тенденции оценки элементов финансовой отчетности **109**

Купри Любовь Владимировна, СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 5 курс
Эффективная учетная политика организации на примере ЗАО «Адеп» **112**

Курлаев Александр Михайлович, СПбГУСЭ, ИРЭиУ, аспирант
Инновационные формы занятости на рынке труда **115**

Ладыгин Михаил Владимирович, СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 4курс
Таможенный союз России, Белоруссии и Казахстана: преимущества для бизнеса и риски **118**

Лухнёва Татьяна Александровна, СПбГУСЭ, ИРЭиУ,4 курс
Анализ конкурентной среды на рынке коммерческой недвижимости в СПБ **119**

Минаева Алиса Андреевна, СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 4 курс
Проблема развития рынка фитнес-услуг в Санкт-Петербурге **123**

Минин Иван Леонидович, СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 5 курс
К вопросу о классификации постоянных и временных разниц 127

Митин Иван Владимирович, СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 3 курс
Предпосылки политизации энергетики на различных региональных уровнях 130

Михайлова Мария Александровна, СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 5 курс
Учет материальных затрат на предприятиях пассажирского автотранспорта 133

Мишарин Юрий Александрович, СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 3 курс
ВТО и Таможенный союз: вопросы объединения и противоречия 136

Оганнисян Мартин Абрики, СПбГУСЭ, ИРЭиУ, магистрант, 1 курс
Исследование инновационной системы предприятия 138

Орлова Юлия Павловна, СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 4 курс
Потенциал развития цивилизованного рынка аренды жилья в России 140

Пастухова Надежда Ивановна, СПбГУСЭ, ИРЭиУ, аспирант
Зарубежный опыт управления жилищно-коммунальным хозяйством на муниципальном уровне 144

Прилучная Екатерина Олеговна, СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 2 курс
Современные стратегии развития страхового рынка 148

Репин Денис Евгеньевич, СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 3 курс
Законодательное регулирование таможенной деятельности стран Таможенного союза 151

Ризов Алексей Дмитриевич, СПбГУСЭ, ИРЭиУ, аспирант
Демографические особенности моногорода (на примере г. Чусовой Пермского края) 154

Рукомойникова Мария Александровна, СПбГУСЭ, ИЭиУПС, магистрант, 2 курс
Комплекс управления экологической безопасностью нефтеналивного порта Приморск как пример обеспечения экологической безопасности региона 158

Савельева Галина Алексеевна, СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 1 курс
Управление социально-экономическим развитием регионов: современное состояние, приоритеты и стратегические ориентиры* 162

Сидоров Николай Анатольевич, СПбГУСЭ, ИРЭиУ, аспирант
Тенденции развития рынка бытовых услуг в Санкт-Петербурге 165

Синелева Ольга Вадимовна, СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 3 курс
Трансформация идей атлантизма на современном уровне развития **169**

Соколова Алина Вадимовна, СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 5 курс
Составляем годовую бухгалтерскую отчетность по новым правилам **172**

Сталоверова Валерия Андреевна, СПбГУСЭ, ИЭиУПС, аспирант
Принцип работы инновационного лифта **174**

Суровенко Ольга Викторовна, СПбГУСЭ, ИРЭиУ, магистрант, 1 курс
Роль саморегулирующих структур в малом гостиничном бизнесе **177**

Туманова Яна Валерьевна, СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 3 курс
Развитие АПК в условиях вступления России в ВТО **181**

Угольников Владимир Владимирович, СПбГУСЭ, ИРЭиУ, аспирант
Инвестирование в высокотехнологичный сектор здравоохранения: проблемы и пути решения **185**

Уколова Ксения Игоревна, СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 3 курс
Особенности систем учета зарубежных стран **188**

Ульченко Ксения Дмитриевна, СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 3 курс
Стратегия социально-экономического развития Краснодарского края **190**

Харламова Анна Андреевна, СПбГУЭФ, РИТММ, аспирант
Перспективы продвижения Санкт-Петербурга на мировой рынок туризма **193**

Целикова Евгения Петровна, СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 4 курс
Бухгалтерские риски в международной практике и способы их снижения **196**

Чиркова Мария Алексеевна, СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 4 курс
Роль и место таможенных органов в системе валютного контроля **200**

Шакун Ольга Андреевна, СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 3 курс
Экономические аспекты таможенно-тарифной политики России в условиях ВТО **203**

Юдина Анна Александровна, СПбГУСЭ, ИСиУСП, 2 курс
Малый женский бизнес в России: проблемы и перспективы (на примере потребительского комплекса Гатчины) **206**

Якушина Елена Александровна, СПбГУСЭ, ИРЭиУ, магистрант, 1 курс
Экономическая сущность и учет распределения прибыли **211**

Ячменева Юлия Станиславовна, СПбГУСЭ, ИРЭиУ, магистрант, 1 курс
Бюджетирование процесса продаж в системе управления предприятием **215**

Бородина Дарья Юрьевна, Псковский филиал СПбГУСЭ, 4 курс
Влияние Олимпийских игр 2014 на развитие туристско-рекреационной зоны Сочи **218**

Литвинова Любовь Анатольевна, Новгородский филиал СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 5 курс
Особенности формирования себестоимости платных услуг в ЖКХ **222**

Серко Юлия Сергеевна, Старорусский филиал СПбГУСЭ, 4 курс
Туристическая составляющая социально-экономического развития села **225**

Якименко Ирина Ивановна, Новгородский филиал СПбГУСЭ, аспирант
Демографические особенности развития Новгородской области **228**

РАЗДЕЛ 2. «ЭФФЕКТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА И ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА В СОВРЕМЕННОЙ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПРАКТИКЕ» ***232***

Кириченко Анастасия Владимировна, ОГИС, аспирант
Современное состояние методики анализа инвестиционной привлекательности туристских предприятий **232**

Клепцова Ольга Игоревна, ОГИС, соискатель
Проблемы гостиничного сервиса в России **236**

Николаева Ольга Николаевна, ОГИС, 5 курс
Разработка комплекса мероприятий по повышению качества работы службы приема и размещения в ГК «Камелот» **239**

Тринц Юлия Владимировна, ОГИС, 4 курс
Критерии успешной карьеры специалиста гостиничного сервиса **241**

Червонная Марина Витальевна, ОГИС, 5 курс
Тематические отели как фактор усиления туристского интереса **242**

Ионкина Полина Александровна, ЮРГУЭС, 4 курс
К вопросу о развитии ностальгического туризма **244**

Королевская-Коротаева Елена Петровна, СПбГУСЭ, ИТиМЭО, 5 курс
Специфика принципов управления организациями, оказывающими юридические услуги населению **247**

Кошура Юлия Владимировна, СПбГУСЭ, ИТиМЭО, 5 курс
Современные методики оценки конкурентоспособности.....250

Суворова Елизавета Викторовна, СПбГУСЭ, ИТиМЭО, 2 курс
Социально-гуманитарные технологии в современном менеджменте.....254

Бевзик Екатерина Евгеньевна, СПбГУСЭ, ИТиМЭО, 5 курс
Роль кластеров в превращении территорий в привлекательные туристские центры и повышении их конкурентоспособности 257

Боброва Надежда Юрьевна, СПбГУСЭ, ИТиМЭО, 4 курс
Потенциал молодежных субкультур как основа развития культурного туризма 260

Шарова Анастасия Евгеньевна, СПБГУСЭ, ИТиМЭО, 3 курс
Развитие международного экологического туризма.....263

Прокофьева Наталья Сергеевна, СПбГУСЭ, ИТиМЭО, 4 курс
Антропологические параметры современности: к вопросу о поисках "Героя нашего времени" 266

Лубашева Алина Евгеньевна, СПбГУСЭ, ИТиМЭО, аспирант
Туристская услуга в современной экономике.....270

Давыдова Дарья Петровна, СПбГУСЭ, ИТиМЭО, 3 курс
Антропологические параметры современности: к вопросу о поисках "Героя нашего времени" 274

Озеров Никита Игоревич, СПбГУСЭ, ИТиМЭО, 2 курс
Проблемы и перспективные направления развития гостиничного кластера России 276

Березина Алена Анатольевна, СПбГУСЭ, ИТиМЭО, 1 курс
Теоретические аспекты формирования имиджа.....279

Бухалова Наталья Алексеевна, СПбГУСЭ, ИТиМЭО, аспирант
Анализ туристских ресурсов Российской Федерации.....281

Перечнева Анна Олеговна, СПбГУСЭ, ИТиМЭО, 2 курс
Состояние и перспективы развития туристической индустрии Ленинградской области.....285

Виноградова Юлия Евгеньевна, СПбГУСЭ, ИТиМЭО, магистрант, 1 курс
Роль музеев в развитии международного туризма.....290

Орлова Анна Игоревна, СПбГУСЭ, ИТМЭО, магистрант, 1 курс
Стратегия развития туризма на базе инновационных технологий.....293

Андриясян Анна Артемовна, СПбГУСЭ,
Политехнический техникум, 2 курс
Развитие сети мини-отелей в Санкт-Петербурге.....296

Киткина Любовь Гавриловна, СПбГУСЭ, ИСиУСП, аспирант
Выездной туризм из Калининграда в Прибалтику как направление международного туризма 298

Дуброва Надежда Александровна, Псковский филиал СПбГУСЭ, 4 курс
Исследование проблем реализации зимних туров на примере ООО «Турботрэвел» (Псков)..... 301

Жданова Елизавета Александровна, Псковский филиал СПбГУСЭ, 4 курс
Оценка эффективности маркетинговых функций менеджеров гостиницы (на примере гостиницы «Транзит») 305

Курдус Наталия Александровна, Псковский филиал, СПбГУСЭ, 4 курс
Необычные гостиничные услуги как эффективная стратегия развития туристского бизнеса 308

Фролова Ирина Андреевна, Псковский филиал СПбГУСЭ, 1 курс
Анализ ценового диапазона гостиничных номеров г. Пскова как показатель развития сервиса гостеприимства 310

Зонова Алена Игоревна, Кировский филиал СПбГУСЭ, 5 курс
Управление качеством туристской услуги (на примере деятельности туристического агентства «МАРИТАС-ТУР») 313

РАЗДЕЛ 1. «УПРАВЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИМ РАЗВИТИЕМ РЕГИОНОВ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ, ПРИОРИТЕТЫ И СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ОРИЕНТИРЫ»

СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В НАЗЫВАЕВСКОМ РАЙОНЕ ОМСКОЙ ОБЛАСТИ

Антипова Александра Викторовна,
ОГИС, ФТПИ, 5 курс,
науч. рук. к.э.н., доц. Грицай М.А.

Туристская отрасль играет важную роль в создании новых рабочих мест, повышении уровня жизни населения, стимулирует развитие культурного потенциала, сохранение окружающей среды, укрепление связей между различными регионами. В настоящее время имеется ряд проблем, влияющих на развитие туризма в Омской области:

– отсутствие комплексной системы рекламно-информационного продвижения туристско-рекреационных ресурсов Омской области на внутреннем и международном уровне;

– недостаточность государственной поддержки реализации социально значимых программ в сфере туризма;

– сложившаяся диспропорция между спросом и предложением в сфере туризма и отдыха в Омской области.

Развитие туристской отрасли позволит расширить спектр, повысить качество и увеличить объем туристско-экскурсионных услуг на территории Омской области, создать благоприятные условия для отдыха населения области, гостей из других регионов России и иностранных граждан. Для реализации данной задачи в рамках ведомственной целевой программы «Развитие туризма в Омской области на 2011–2013 годы», утвержденной приказом Министерства от 01.12.2010 г. №71, планируется направить в 2012 году – 4570,0 тыс. руб., в 2013 году − 4660,0 тыс. руб. Финансовые средства будут предназначены для развития туризма малых поселений в Омской области, что предусматривает развитие системы объектов размещения туристов на основе традиционного деревенского быта; продвижения туристских продуктов и проектов в сфере туризма, используя утвержденный логотип бренда Омской области; сопровождения туристского интернет-ресурса Омской области на иностранных языках, издания рекламно-информационных печатных, фото- и видеоматериалов [1].

Туризм малых поселений представляет собой особую отрасль туристической индустрии, ориентированной на использование природных, культурно-исторических и других ресурсов агарной местности. Поэтому развитие этого направления вошло в целевую программу развития туризма в Омской области. В целях распространения практического опыта по соз-

данию и функционированию объектов туризма малых поселений, продвижения туристско-рекреационных ресурсов региона хозяевам гостевых домов и всем желающим были предложены обучающие семинары «Туризм малых поселений», проходившие в июле этого года. Основная цель семинаров – обеспечить всех желающих практическими рекомендациями по размещению туристов, питанию, развлекательным программа и прочим услугам в рамках туризма малых поселений. Данный вид туризма основан на использовании природных ресурсов аграрной местности для создания комплексного туристского продукта. Обязательное условие для развития туризма малых поселений Омской области является создание специальных мест для размещения туристов в сельской местности. Проект «Туризм малых поселений Омской области» предполагает создание специального справочника с подробной информацией о гостевых домах и комнатах региона, способствующих развитию и продвижению этого сектора туриндустрии. Справочник будет распространяться на выставках, ярмарках, форумах и других мероприятиях туристской тематики в целях продвижения туристско-рекреационных ресурсов Омской области. В нем будут собраны самые интересные объекты туризма малых поселений с описанием внешнего вида, мест для проживания, включая комнаты, внутреннее убранство и другое. Создание справочника призвано способствовать развитию туризма малых поселений региона, имеющих необходимые возможности и перспективы для роста [2].

Развитие туризма обозначено и в Стратегии социально-экономического развития Омской области до 2020 года [3]. Его целью является создание на базе природных эколого-рекреационных ресурсов Омской области современной туристической индустрии, предоставляющей широкие возможности для отдыха, изучения уникальных природных объектов и культурно-исторических достопримечательностей Омской области. Приоритетными задачами Правительства Омской области в сфере туризма являются:

–развитие существующих и создание новых туристско-рекреационных, лечебно-оздоровительных, курортных зон;

–привлечение инвесторов в сферу туризма;

–развитие туристической инфраструктуры;

–сохранение природы и историко-культурного наследия Омской области, развитие музейно-выставочной деятельности и народных промыслов;

–формирование позитивного имиджа Омской области как региона, привлекательного для туристов;

–содействие кадровому обеспечению туристической деятельности.

Важным направлением совершенствования территориального размещения производительных сил является создание новых и укрепление существующих "точек роста" экономики Омской области. К одной из них относится туризм. Западный экономический район, в состав которого вхо-

дит Называевский район, имеет среди других "точек роста" экономики– туристско-рекреационную зону.

Называевский район – это административная единица на западе Омской области России, центром которого является город Называевск. Развитие района началось со строительства железной дороги, проходившей через станцию Называевская, построенной в 1911 году. Это одна из важнейших ветвей Транссибирской магистрали – железная дорога линии Тюмень – Омск. В настоящее время туризм вНазываевском районе не развит, однако район насыщен туристско-рекреационными ресурсами, способными привлекать туристов. Историческое наследие Называевского района составляет значительное число памятников времен Великой Отечественной войны, расположенных как в административном центре, так и в других поселениях. Главным достоянием, безусловно, является станция Называевская. Здание постройки 1913 года реставрировалось лишь единожды (в 1996 г.) и по сегодняшний день хранит историю района. Среди достопримечательностей следует отметить Борисо-Глебовский храм, Районный Дворец культуры, Дом ветеранов, Называевский историко-краеведческий музей, имеющий филиал в с. Покровка; памятник паровозу, открытие которого состоялось совсем недавно (2 августа 2011 года); элеватор, являющийся одним из самых крупных в Омской области и др. Большую часть района составляют обветшалые здания старой постройки. Называевский район Омской области в связи с отсутствием организации экскурсий и туров по району не имеет средств размещения. Впрочем, проходят выставки в историко-краеведческом музее, которые посещают местные жители и приезжие. Таким образом, возможна организация культурно-познавательного туризма в форме экскурсий по району. В качестве объектов могут быть здания и памятники, несущие в себе историю.

Привлекательности района способствует проведение таких мероприятий, как областной сельский спортивно-культурный «Праздник Севера» и «Королева спорта», где сельские жители принимают активное участие. Ежегодно проходят соревнования по мотокроссу. 21 марта жители села Старинка традиционно устраивают массовые гуляния, отмечая народный мусульманский праздник Наурыз. Используя данные мероприятия, возможен вариант организации событийного вида туризма, ввиду ежегодного проведения массовых праздников, объединяющих людей со всех уголков Омской области.

Наиболее благоприятные условия и наличие рекреационных ресурсов способствуют развитию промыслового туризма. Называевский район Омской области обладает разнообразной флорой и фауной, привлекая многих людей для собирания грибов, охоты, рыбалки. На территории района располагаются Мангутский заказник, Маралий питомник, Пятковское урочище и несколько охотохозяйств.

Называевский район перспективен в плане развития туризма, но реализация стратегических направлений развития туризма требует значительных финансовых вложений. Необходимо проведение мероприятий, на-

правленных на привлечение инвесторов, организация семинаров для предпринимателей с целью развития туризма в районе, проведение рекламных туров. Министерство по делам молодежи, физической культуры и спорта Омской области организует и проводит данного рода мероприятия, в том числе и в районах. Это и туристическая выставка «Лето», главной задачей которой является продвижение на туристическом рынке самых последних достижений в области туристических товаров и услуг, оздоровления и отдыха; и рекламно-информационные туры по районам, организованные Министерством по делам молодежи, физической культуры и спорта; и обучающие семинары «Туризм малых поселений», целью которых является распространение практического опыта по созданию и функционированию объектов туризма малых поселений. Для большей эффективности необходима инициатива сторонних организаций и возможно привлечение молодежи для решения задач по развитию туризма в Называевском районе.

Список литературы:

1. Шелпаков С. В. Доклад о результатах и основных направлениях деятельности Министерства по делам молодежи, физической культуры и спорта Омской области на 2012 − 2014 годы, http://www.rudocs.exdat.com, 10.03.2012 г.

2. Туристический портал Омской области, http://www.omsk-turinfo.ru, 10.03.2012 г.

3. Стратегия социально-экономического развития Омской области до 2020 года, http://gubernator.omskportal.ru, 10.03.2012 г.

Проблемы и перспективы развития коммерческих банков в регионах России в период финансового кризиса 2008 года

Васильева Анастасия Станиславовна,
НИУ ВШЭ,3 курс,
науч. рук. к.э.н., доц. Уварова Л.Ф.

Проблемы развития региональных коммерческих банков влияют на политику центрального банка РФ, т. е. региональные банки играют значительную роль в урегулировании курса рубля, управлении уровня инфляции, поддержании высокого уровня занятости населения и темпов экономического роста. Такие банки формируются и функционируют под патронажем местных властей и работают на их интересы. На практике главным интересом властей становится – усиление экономической независимости региона. Этим и объясняется актуальность выбранной темы. Объектом исследования являются банк «Санкт-Петербург», функционирующий в Ленинградской области и «СКБ-банк», функционирующий в Свердловской области.

Цель исследования выявить проблемы развития региональных коммерческих банков, используя статистические данные и мнения ученных, а также определить дальнейшие перспективы существования. Для достижения цели необходимо решить следующие задачи:

1) изучить понятие, структуру и операции региональных коммерческих банков;

2) на примере банка «Санкт-Петербург» и «СКБ-банка» провести сравнительную характеристику проблем развития региональных банков;

3) выявить возможные перспективы развития.

Региональные банки являются основными партнерами малого и среднего бизнеса региона. Это взаимодействие основано на предпочтениях предпринимателей, которые опираются на такие критерии как большая доступность, доверие, репутация и имидж. Это главнейшие преимущества региональных банков перед остальными. Однако также существуют слабые стороны региональных банков: низкий уровень капитализации; отсутствие квалифицированных специалистов; низкий уровень банковского менеджмента; низкая рентабельность активов и капитала.

Сравнивая деятельность двух региональных банков таких как «СКБ-банк» и банк «Санкт-Петербург» можно заметить:

Прибыль «Банка «Санкт-Петербург» в 3 раза уменьшилась по сравнению с предшествующим периодом. Прибыль «СКБ-банка» на 736675000 руб. меньше чем у «Банка «Санкт-Петербург». Доход банка в Ленинградской области составил 241 021 млн. рублей. Доходы от операций с иностранной валютой, доходы от операций с торговыми ценными бумагами, процентные доходы по предоставленным кредитам – основные источники доходов. Расход банка в этом же году составил 239 969 млн. рублей. Основные источники расходов: расходы по купле-продаже иностранной валюты, отчисления в резервы на возможные потери, административно-управленческие расходы. По итогам 2009 года прибыль банка составила 1801 млн. руб., а после выплаты налогов – 1052 млн. руб.[1]

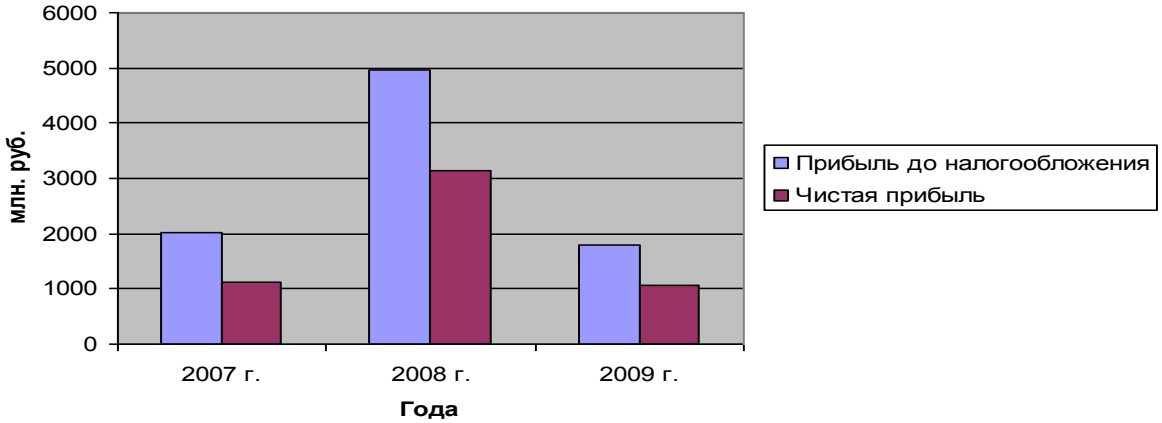


Рисунок 1. Динамика прибыли банка «Санкт-Петербург»

[1] Официальный сайт ОАО «Банк «Санкт-Петербург» http://www.bspb.ru/

На основе отчета о прибылях и убытках «СКБ-банка» за 2009 год была составлена диаграмма, на которой можно проследить динамику прибыли кредитной организации. Прибыль в 2009 году была значительно меньше, чем прибыль в предшествующем периоде.[2] Такая тенденция связана с теми проблемами, с которыми столкнулся банк в послекризисный период.

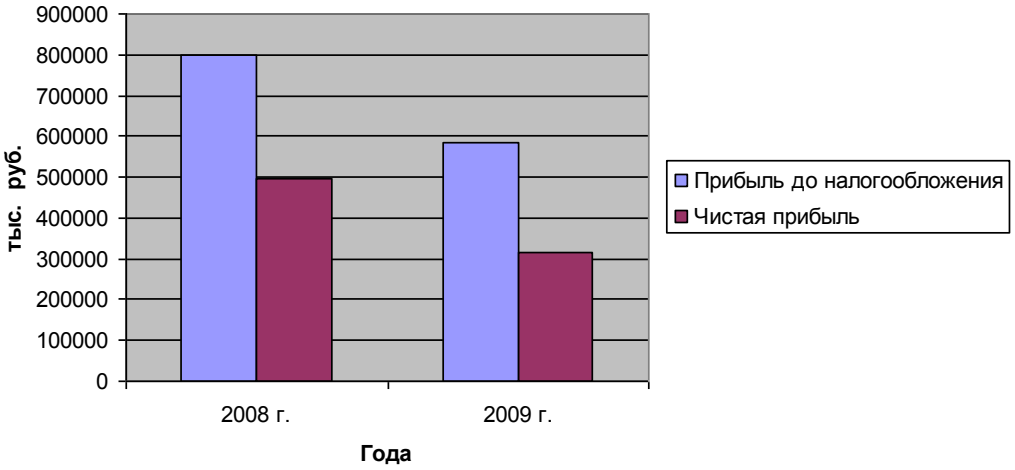


Рисунок 2. Динамика прибыли «СКБ-банка»

Одной из идей стратегии развития анализируемых банков было увеличение числа банковских карт и банкоматов. Это способствовало увеличению количества физических лиц, привлеченных для обслуживания этих банков. (Таблица 1 и Таблица 2);

Таблица №1

Количественные показатели физических лиц Банка «Санкт-Петербург».[3]

Показатели	2008 год	2009 год
Количество физических лиц	774 000	928 000
Средства физических лиц	49 000 млн. руб.	60 700 млн. руб.

Таблица №2

Количественные показатели физических лиц «СКБ-банка»[4]

Показатели	2008 год	2009 год
Количество физических лиц	544 000	786 000
Средства физических лиц	19 000 млн. руб.	28 000 млн. руб.

Оба банка вели политику по привлечению корпоративных клиентов. У «Банка «Санкт-Петербург» эта политика проведена была более эффективно.

[2] Официальный сайт ОАО «СКБ-банк» http://www.skbbank.ru/
[3] Официальный сайт ОАО «Банк «Санкт-Петербург» http://www.bspb.ru/
[4] Официальный сайт ОАО «СКБ-банк» http://www.skbbank.ru/

Таблица № 3

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРИВЛЕЧЕННЫХ КОРПОРАТИВНЫХ КЛИЕНТОВ

	«СКБ-БАНКА»	БАНК «САНКТ-ПЕТЕРБУРГ»
Корпоративный банковский бизнес	Привлечено 2 323 новых компаний Клиентская база увеличилась на 12% Число новых клиентов 18 000[5]	Привлечено 5 460 новых компаний Клиентская база увеличилась на 19% Число новых клиентов 35 000[6]

Для «Банка «Санкт-Петербург» остается приоритетным направлением развитие VIP-сектора, что не характерно для «СКБ-банка», так как VIP клиенты в Свердловской области предпочитают более крупные банки. «Банк «Санкт-Петербург» формирует в VIP-секторе большую часть своих средств. За 2009 год количество таких клиентов увеличилось на 58%, а это 710 человек. 13, 7 млрд. рублей были сформированы в VIP-сегменте.[7]

Для «СКБ-банка» кредитные операции являются приоритетным направлением развития, так как одной из идей банка является удовлетворение потребностей различных слоев населения.

Основными стратегическими задачами Банка «Санкт-Петербург» и «СКБ-банка» являются повышение качества его услуг, сопровождаемое ростом объемов бизнеса, опережающим темпы роста рынка и ключевых конкурентов. Опираясь на опыте прошлых лет Банк «Санкт-Петербург» и «СКБ-банк» для развития качества могут предпринимать следующие меры:

- разработать и внедрить комплексную систему маркетинга;
- создать привлекательные условия для обслуживания субъектов малого и среднего бизнеса;
- снижать зависимость Банка от средств, привлеченных от ЦБ РФ;
- сокращение цикла принятия бизнес-решений, прежде всего, по выдаче кредитов;
- развитие системы мотивации (только «СКБ-банк»);
- развить информационные технологии банков для эффективной поддержки его развития (только «СКБ-банк»);
- изменить структуру клиентской базы (только банк «Санкт-Петербург»).

Практически все банки сталкиваются с проблемами в развитии, в том числе и региональные. На примере «Банка «Санкт-Петербург» и «СКБ-банка» можно убедится, что они сталкиваются с проблемами в развитии, а так рассматривался 2009 год, то можно сказать, что они сталкивались с проблемами послекризисного периода. Главными проблемами в развитии обоих банках являются плохо развитые банковские технологии, низкий

[5] Официальный сайт ОАО «СКБ-банк» http://www.skbbank.ru/
[6] Официальный сайт ОАО «Банк «Санкт-Петербург» http://www.bspb.ru/
[7] Официальный сайт ОАО «Банк «Санкт-Петербург» http://www.bspb.ru/

уровень ликвидности, снижение качества активов, снижение прибыльности деятельности, недостаточная капитализация. А для «СКБ-банка» характерны такие проблемы как высокий риск банкротства, низкий уровень капитализации и отсутствие квалифицированных специалистов.

К ВОПРОСУ ОБ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО СУБЪЕКТА

Гагина Екатерина Викторовна,
МГТУ (филиал), магистрант, 1 курс,
науч. рук. к.э.н., доц. Щербатова Т.А.

С развитием рыночных отношений в России во многих отраслях экономики наблюдается оживление инвестиционной деятельности, что создает предпосылки для формирования спроса на анализ и оценку инвестиционной привлекательности предприятия, как центрального объекта инвестиционного процесса.

Сложность анализа и путей его совершенствования состоит в необходимости учета интересов различных участников инвестиционного процесса и различия их конечных целей. Решение этой проблемы видится в совершенствовании существующих подходов к анализу инвестиционной привлекательности предприятия в рамках инвестиционного анализа, как в теоретическом, так и в практическом аспекте, что дает право говорить об актуальности проблемы разработки комплексной методики совершенствования управления инвестиционной привлекательности предприятия, учитывающей особенности региональной и отраслевой специфики.

В настоящее время наиболее полно разработаны вопросы оценки инвестиционной привлекательности регионов РФ и отраслей промышленности, привлекательности отдельных инвестиционных проектов и формирования инвестиционных ресурсов предприятия за счет различных внешних источников финансирования. В тоже время ряд важнейших теоретических аспектов инвестиционной привлекательности предприятия нуждаются в дальнейшей разработке и практической реализации.

В научной литературе по инвестиционному и финансовому менеджменту отсутствует целостное представление о системе количественных и качественных факторов, определяющих в совокупности инвестиционную привлекательность предприятия. Недостаточно освещены проблемы сближения взаимных интересов всех участников инвестиционного процесса с позиций их экономических предпочтений.

Привлечение инвестиций в реальный сектор экономики – это вопрос ее выживания. От понимания логики инвестиционных процессов зависит адекватность практических инвестиционных решений, принимаемых на различных этапах инвестиционного процесса. Один из самых важных и ответственных этапов данного процесса — это выбор предприятия, в которое

будут вложены инвестиционные ресурсы. На выбор же объекта инвестирования в основном влияет такая категория, как инвестиционная привлекательность предприятия. В экономической литературе до настоящего времени не выработан единый подход к определению сущности понятия «инвестиционная привлекательность».

Традиционно под инвестиционной привлекательностью понимают наличие таких условий инвестирования, которые влияют на предпочтения инвестора в выборе того или иного объекта инвестирования. Объектом инвестирования может выступать отдельный проект, предприятие в целом, корпорация, город, регион, страна. Нетрудно выделить то общее, что ставит их в один ряд: наличие собственного бюджета и собственной системы управления. Объект каждого уровня (и соответственно, его инвестиционная привлекательность) обладает собственным набором значимых свойств.

М.Н. Крейнина отмечает, что инвестиционная привлекательность «зависит от всех показателей, характеризующих финансовое состояние. Однако, если сузить проблему, инвесторов интересуют показатели, влияющие на доходность капитала предприятия, курс акций и уровень дивидендов».

Л. П. Белых определяет инвестиционную привлекательность предприятия как «соотношение уровня риска и ставки доходности». Понятие «инвестиционная привлекательность предприятия» имеет разный смысл для кредитора (банка) и инвестора (акционера). Если для банка инвестиционная привлекательность предприятия определяется его платежеспособностью, то для акционера – эффективностью хозяйственной деятельности (прибылью на совокупные активы).

В то же время инвестиционная привлекательность – это самостоятельная экономическая категория, характеризующаяся не только устойчивостью финансового состояния предприятия, доходностью капитала, курсом акций и уровнем выплачиваемых дивидендов.

Наряду с этим инвестиционная привлекательность предприятия формируется благодаря конкурентоспособности продукции, клиентоориентированности предприятия, выражающейся в наиболее полном удовлетворении запросов потребителей. Немаловажное значение для усиления инвестиционной привлекательности имеет уровень инновационной деятельности в рамках стратегического развития предприятия. Следует отметить, что задачи по реализации инноваций являются ведущими во всей системе факторов, определяющих инвестиционную привлекательность.

Для того чтобы определять максимальную эффективность инвестиционного решения, введено понятие инвестиционной привлекательности предприятия. Понятие достаточно новое, в экономических публикациях появилось относительно недавно и используется преимущественно при характеристике и оценке объектов инвестирования, рейтинговых сопоставлениях, сравнительном анализе процессов. Исследование различных точек зрения на его трактовку позволило установить, что в современных представлениях нет единого подхода к сущности этой экономической категории.

К одной из наиболее распространенных точек зрения относится сопоставление инвестиционной привлекательности с целесообразностью

вложения средств в интересующее инвестора предприятие, которое зависит от ряда факторов, характеризующих деятельность субъекта. Определение хотя и корректное, но достаточно размытое, и не дает оснований рассуждать об оценке.

Более точно экономическая сущность инвестиционной привлекательности дается в определении Л. Валинуровой и О. Казаковой. Они понимают под этим термином совокупность объективных признаков, свойств, средств и возможностей, обуславливающих потенциальный платежеспособный спрос на инвестиции. Такое определение шире и позволяет учесть интересы любого участника инвестиционного процесса.

Существуют иные точки зрения (в том числе В. Власовой и Э. Крылова и др.). Здесь под инвестиционной привлекательностью понимается оценка эффективности использования собственного и заемного капитала, анализ платежеспособности и ликвидности (аналогичное определение — структура собственного и заемного капитала и его размещение между различными видами имущества, а также эффективность их использования).

Оценивая инвестиционную привлекательность с точки зрения дохода и риска, можно утверждать, что это наличие дохода (экономического эффекта) от вложения средств при минимальном уровне риска.

Надо отметить, что определение инвестиционной привлекательности направлено на формирование объективной целенаправленной информации для принятия инвестиционного решения. Поэтому при подходе к ее оценке следует различать термины «уровень экономического развития» и «инвестиционная привлекательность». Если первый определяет уровень развития объекта, набор экономических показателей, то инвестиционная привлекательность характеризуется состоянием объекта, его дальнейшего развития, перспектив доходности и роста.

Более точно определить инвестиционную привлекательность предприятия можно с учетом сложившейся макроэкономической ситуации и вероятных путей ее развития, состояния и перспектив развития отрасли, социально-экономического положения и перспектив развития региона.

В то же время инвестиционная привлекательность предприятия — это оценка степени возможности предприятия (проекта) за счет будущих доходов окупить первоначальные вложения и принести дополнительную прибыль от инвестиций. При этом нормальное финансовое состояние предприятия является положительным моментом в оценке его инвестиционной привлекательности. Оно свидетельствует о хорошей «стартовой позиции» предприятия при реализации инвестиционной программы (проекта).

В ряде случаев предприятие может быть оценено как привлекательное при неудовлетворительном финансовом состоянии. Это может быть обусловлено высокой рентабельностью в отрасли, перспективой развития нового рынка, т.е. при условиях, когда возможный уровень будущих доходов окажется достаточно высоким, чтобы перекрыть влияние фактора неудовлетворительного финансового состояния предприятия.

Таким образом, инвестиционная привлекательность — это экономическая категория, характеризующаяся эффективностью использования имущества предприятия, его платежеспособностью, устойчивостью фи-

нансового состояния, способностью к развитию на базе повышения доходности капитала, технико-экономического уровня производства, качества и конкурентоспособности продукции.

Список литературы:

1. Белых Л.П. Финансовый анализ в оценке инвестиционной привлекательности предприятий, Бухгалтерский учет, 2009. – с. 92-99.

2. Валинурова Л.С. Казакова О.Б. Управление инвестиционной деятельностью – М.: КНОРУС, 2005. – 384с.

3. Крейнина М.Н. Анализ финансового состояния и инвестиционной привлекательности акционерных обществ в промышленности, строительстве и торговле – М.: Финансы и статистика, 2008. – 348с.

4. Крылов Э.И., Власова В.М., Журавкова И.В. Анализ эффективности инвестиционной и инновационной деятельности предприятия. − М.: Финансы и статистика, 2008. – 608 с.

5. Федорович Т.В., Финансовая отчетность как индикатор инвестиционной привлекательности корпорации. Экономический анализ: теория и практика, 2008. – с 29-35.

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ РЕГИОНА

Добровольский Александр Григорьевич,
МГТУ, аспирант,
науч. рук. к.э.н., доц. Щербатова Т.А.

Резкая трансформация системы централизованного управления, произошедшая в ходе радикальных экономических реформ, привела к тому, что наряду с колебаниями природно-экономических факторов, сельскохозяйственные товаропроизводители столкнулись с колебаниями факторов, определяемых рынком. В некоторых случаях глубина колебаний последнего рода приводила даже к более серьезным негативным последствиям по сравнению с влиянием метеоусловий.

В таких условиях растет интерес к стратегическому менеджменту – признанному в развитых странах подходу к разработке и принятию управленческих решений в условиях динамичной, изменчивой и неопределенной среды. По мнению зарубежных специалистов, удачная стратегия и ее умелая реализация – это верные признаки качественного управления в современных условиях. В этой формуле, несомненно, первичным и ведущим элементом является первая часть, потому что управленческий цикл всегда начинается с планирования.

Одной из важнейших задач стратегического планирования развития сельскохозяйственных предприятий является формирование перспективной отраслевой структуры производства, при обосновании которой необходимо не только учитывать фиксированные величины доходности отдельных видов продукции, но и оценивать естественные колебания усло-

вий хозяйствования. Это позволит определять параметры системы, обеспечивающие ее устойчивое развитие в долгосрочной перспективе.

Необходимость стратегического планирования была осознана в период экономического кризиса, поэтому стратегическое планирование является относительно новым элементом в управлении российскими предприятиями.

При разработке плана необходимо выявить тенденции развития всех элементов народного хозяйства, их причинные взаимосвязи, влияние на них тех или иных мер государственного воздействия и рынка, а обращение к математическим методам позволяет строить количественные прогнозы, то есть модели.

Сельское хозяйство не существует как «среднее арифметическое», поэтому разработка перспектив должна вестись в разрезе хозяйственного района по каждому типу хозяйства – организационно-хозяйственному, отличающемуся соотношением отраслей и затрат, и социальному, по-своему сочетающемуся с организационно-хозяйственным типом (рис. 1).

Рисунок 1. Стратегическое планирование в системе управления сельскохозяйственным сектором экономики

Таким образом, целеполагание и рациональная мотивация деятельности хозяйствующих субъектов, их видение путей собственного развития

не могут выпадать из рамок общегосударственной стратегии, которая должна быть системообразующим фактором для развития всего аграрного комплекса. Взаимовлияние макро-, мезо- и микросистем стратегического планирования проявляется в направляющем воздействии первой и второй (посредством научной постановки целей предстоящего развития, выработки механизмов, обеспечивающих их достижение) на определение целевых параметров, норм экономического поведения третьей системы в будущем.

Так как в основе исследования принят целевой подход в управлении развитием сельхозорганизаций и АПК в целом, нами предлагается трактовка категории «стратегическое планирование», подразумевающая существование двустадийного процесса. По нашему мнению, первая стадия указанного процесса связана с разработкой стратегии, под которой следует понимать определение комплекса перспективных целей развития социально-экономического объекта, сформированного на основе анализа внешнего окружения и прогноза изменения его параметров, а также оценки имеющихся внутренних ресурсов. Вторая стадия представляет собой систематический процесс подготовки управленческих решений, направленных на достижение поставленных целей в рамках выбранной стратегии.

Таблица 1

СИСТЕМА ПОДДЕРЖКИ РЕШЕНИЙ В ПРОЦЕССЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО АГРОПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО КОМПЛЕКСА

ЭТАПЫ И ЭЛЕМЕНТЫ РАЗРАБОТКИ КОНЦЕПЦИИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ	МЕТОДЫ РЕАЛИЗАЦИИ ЭТАПОВ И ЭЛЕМЕНТОВ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ
Анализ состояния и развития сельского хозяйства региона, его ресурсного потенциала	Статистические методы, экспертные процедуры, эконометрические методы, балансовые модели
Выявление и оценка «слабых сигналов», генерация идей	Экспертные процедуры: мозговая атака, метод «Дельфи», метод ассоциаций и аналогий, метод «матриц открытия» и т.д.
Оценка самообеспечения продуктами питания	Балансовые модели
Позиционирование в агропромышленном комплексе России	Экспертные процедуры, статистические методы анализа
Анализ и прогноз внешней среды	Структурно-функциональный анализ, SWOT-анализ, экспертные процедуры
Формулировка и уточнение целей развития агропродовольственного комплекса и сельского хозяйства	Экспертные процедуры, «дерево целей», статистические методы исследования
Оптимизация структуры сельскохозяйственного производства	Оптимизационные модели
Определение возможных вариантов развития, их оценка, окончательный выбор	Экспертные процедуры, статистические методы исследования, балансовые модели

Стратегическое планирование – это сложный многоступенчатый процесс, в ходе которого должен решаться большой круг различных во-

просов, связанных с социально-экономическими и научно-техническими проблемами. При этом используются различные методы или их сочетание. При разработке концепции стратегического развития хозяйствующего субъекта необходимо применять на каждом из этапов соответствующие методы (табл. 1). Их логическая взаимосвязанность, образует систему поддержки решений в процессе стратегического планирования.

Роль современных информационных систем в социально-экономическом развитии страны и региона

Жарков Николай Михайлович,
СПбГУЭФ, РИТММ, аспирант,
науч. рук. доц. Хайкин М.М.

В эпоху информационного маркетинга успех деятельности фирмы в регионе зависит не только от ее возможностей в области производства и сбыта, но, прежде всего, от инноваций, знаний, от обеспеченности информационным ресурсом и от способности грамотно использовать этот ресурс для повышения конкурентных преимуществ компании.

Основой для построения эффективной системы взаимоотношений служат современные информационные технологии, позволяющие собирать, хранить и представлять информацию, проводить ее анализ и оказывать помощь в принятии решений.

Одной из главных движущих сил происходящих сегодня революционных изменений в методах ведения бизнеса являются информационные технологии. Они стали незаменимым средством взаимодействия всех субъектов рынка, инструментом ведения бизнеса, применяемым для осуществления большинства бизнес процессов компаний.

Следующей составляющей роста и развития информационной инфраструктуры стал процесс развития информационных систем, и, прежде всего, информационных систем управления.

Актуальностьобусловлена тем фактом, что развитие информационной инфраструктуры в цивилизованных формах является важным условием оздоровления не только национальной экономики, но всей общественной жизни государства.

Интернет, как средство массовой информации существует достаточно давно. На западе к нему уже привыкли, у нас же в России для многих слово Интернет является синонимом чего-то загадочного, непонятого, сложного. Для большинства людей использующих Интернет это просто средство для получения какой-либо информации либо средство коммуникации. О том, что Интернет может быть еще и средой ведения бизнеса начали задумываться только недавно. Одним из лежащих на поверхности способов использования Интернета для бизнеса является

реклама. Реклама в традиционных средствах массовой информации привычна. Работа такой рекламы понятна – телевидение, радио, газеты в повседневной жизни использует практически любой человек. Естественной реакцией на неизвестный объект или услугу является недоверие, поэтому объемы рекламы в Интернет по сравнению с традиционной рекламой просто незаметны.

В настоящее время стала очевидной существенная роль интернет-технологий в бизнесе крупных корпораций многих стран. Однако возможности электронной коммерции открыты для всех, вне зависимости от размеров предприятия. Электронный бизнес не менее важен для малых и средних регионов.

Данное исследование необходимо для формирования адекватной системы продвижения товаров и услуг на рынок. Эти вопросы стоят особенно остро сегодня в силу жесткой конкуренции практически во всех сферах деятельности.

Несмотря на то, что проблематика комплекса продвижения хорошо разработана теоретически в отечественной и зарубежной литературе, однако далеко не всегда эти направления эффективно используются отечественными компаниями. Вот почему практическое применение по-прежнему остаётся актуальным.

Кроме того, данная концепция постоянно усложняется по мере появления новых технологий и способов взаимосвязи.

Развитие информационно – коммуникативных технологий предоставляет новые возможности в развитии средств коммуникации. Интернет предоставляет специфические возможности для иного взгляда на рекламу, стимулирование сбыта, связи с общественностью и так далее (баннерная, текстовая реклама, web–сайты, электронная почта, интерактивные конференции).

Задача управления социально-экономическим развитием заключается в том, чтобы поставить знания на службу обществу путем обеспечения благоприятных условий для генерирования идей и инноваций, а также для их распространения и использования в производственном процессе. Безусловно, современное общество уже невозможно себе представить без использования информационно-коммуникационных технологий.

Компьютеризация охватила практически все сферы человеческой деятельности и помогла расширить информационное пространство до глобальных размеров. Информационные системы и сети передачи информации используются населением в их повседневной жизни, но, что гораздо важнее, в полной мере обеспечивают банковскую и финансовую деятельность стран, налоговую систему, управление транспортом, управление промышленными предприятиями и многое другое. Электронная почта и Всемирная паутина Интернет — стали частью нашей жизни. Под влиянием информатики уже давно идет формирование нового образа и стиля нашей жизни. Новые поколения воспринимают информационные системы как часть естественной среды обитания.

Сетевая экономика и уровень информатизации общества. В основе появления нового типа экономики (сетевой экономики) лежат масштабные изменения в экономических процессах, вызванные повсеместным применением информационно-коммуникационных технологий, возможностью передачи больших объемов информации на любые расстояния довольно быстро и дешево (включая аудио- и видеоматериалы). При этом одной из самых важных черт информационно-коммуникационных технологий является возможность создания глобального пространства для деятельности всех экономических агентов мировой экономики, число которых расширяется. Характерными чертами сетевой экономики принято считать: изменение характера товаропроводящих сетей и систем доставки, изобретение новых механизмов торговли (виртуальные торговые площадки, аукционы, сетевые он-лайн биржи), глобальный характер (географические границы передачи информации стираются), использование информационно-коммуникационных технологий для повышения производительности труда, для увеличения темпов экономического роста и развития, сохранения на низком уровне инфляции и безработицы, изменения в финансовой сфере (электронные деньги, Интернет-банкинг и Интернет-трейдинг), изменения в системе управления производством и т.д.

В современных условиях сетевая экономика предоставляет странам мира возможность адаптироваться в сложном процессе интеграции в мировую экономику. В данном контексте уровень информатизации общества выступает в качестве одного из важнейших показателей конкурентоспособности государства. А возможности населения использовать информационно-коммуникационные технологии в повседневной жизни и в производственной сфере определяются, в первую очередь, уровнем развития человеческого потенциала.

Страны с высоким уровнем распространения информационно-коммуникационных технологий достигают больших результатов в увеличении благосостояния граждан (рост ВВП на душу населения). Однако этот эффект сказывается только тогда, когда страна благодаря управлению социально-экономическим развитием достигает определенного порога использования информационно-коммуникационных технологий. Такой эффект можно получить в первую очередь за счет использования информационно-коммуникационных технологий там, где происходит основной рост производительности труда и рост ВВП, а именно в промышленности. К сожалению, из-за медленного восстановления промышленности и незначительного использования информационно-коммуникационных технологий в России еще не достигнут нужный критический порог, при котором информационно-коммуникационные технологии начинают прямо влиять на экономику страны. Роль России на мировом рынке высокотехнологичной продукции достаточно мала, хотя именно в этом направлении имеется значительный потенциал конкурентоспособного развития. В процессе информатизации огромную роль играют российские регионы-субъекты РФ, и по результатам этой деятельности можно судить о возможностях вхождения России в ин-

формационное общество. Институт развития информационного общества уже несколько лет проводит мониторинг регионов России на соответствие их международным критериям вхождения стран в информационное общество (почти по 70 критериям). Анализ показал, что лишь Москва, Санкт-Петербург и еще несколько субъектов РФ приближаются к ним.

Социально-экологическая ситуация в Германии

Мель Маргарита,
Университет прикладных наук Фульда (Германия),
науч. рук. доц., к. п.н. Крайнова А.С.

Население

Численность населения Германии уже давно характеризуется устойчивым ростом. Но темпы роста замедлились с течением времени. С момента своего последнего пикав 2002 году население сократилось. С 2002 по 2006 годы число людей снизилось с 82536680 чел. до 82314906 чел., снижение на 0,27 %. С населением около 82 млн.чел. на пространстве в 357 114 кв.км Германия является одной из самых густонаселенных стран в мире. В странах Европейского Союза на один квадратный километр приходится 116 человек, а плотность населения в Германиипочти231 человек.

Половина населения живет в трех наиболее густонаселенных районах: Северной Рейн-Вестфалии, Баварии и Баден-Вюртемберга. Эти районы составляют лишь 4 % населения. В 2005 году доминировала группа людей с возрастом от 40 до 50 лет. Их доля в общей численности населения в том году составила 16,4 % от общего количества жителей. Группа людей в возрасте до 20лет численно уменьшилась в период между 1960-ыми 2009-ым годами – с 28,4 %до 18,8 %. Параллельно этому, в настоящее время количество пожилых людей неуклонно растет, следовательно, можно ожидать увеличение продолжительности жизни. Предполагается, что к 2050-му году продолжительность жизни мужчин в возрасте60 увеличится на 23,7 года, у женщин в возрасте от 60 лет – на 28,2 года.

У тех, кто родился после 1957 года, ожидается уменьшение количества рождаемости детей. Об этом свидетельствует количество рождений у людей в возрасте до 35 лет. До1971 года числа новорожденных хватало, чтобы компенсировать число умерших от старости. Однако, начиная с 1972 года, в Германии ежегодно стали фиксировать повышение уровня смертности.

Снижение рождаемости за последние десятилетия и увеличение продолжительности жизни вызывают резкое изменение в отношениях между молодым и старшим поколением. Воспроизводство населения обеспечивается в том случае, если каждая женщина рожает за свою жизньсреднем2 ребенка. Средний возраст женщины на момент рождения первого ребенка составляет 32-35 лет в Западной Германии. В Восточной Германии первоначально

некоторое время не было такого увеличения. До Второй мировой войны число детей, рожденных вне брака, колебалось между8-ю и 13-ю процентами, в 2006 году эта доля составила30 процентов.

Большинство людей в Германии относятся к христианской церкви. В 2006 году прихожанами католической церквибыли25700000 чк., Евангелической церкви – 25100000 чел. [1; 2; 3; 4; 24].

Состав семьи

Доля населения, проживающего в семьях, в2006 году составила 52процента. 28 % пар не имели детей,20 % людей были одинокими.

Почти каждый пятый в Германии в 2006 году жил одиноко (всего – 14,9 млн.чел.). В настоящее время число домохозяйств растет гораздо быстрее, чем количество людей. В 2006 году средний размер домохозяйства составлял 2,08человека на семью. С 1970 года состав семьи в Германии значительно изменился. В 2006 году в Германии жило 11,4 млн. пар без детей. Число семей в том же году составило 12,4млн. человек. В 2006 году в Германии было2660000одиноких матерей и отцов. В настоящее время все чаще семья состоит из одного человека и превышает все другие размеры семьи [1; 5; 6; 7; 24].

Семья и дети

Количество детей в семье влияет, безусловно, незанятость матерей. Для отцов эта корреляция является не столь выраженной. Для матерей уровень их занятости во многом зависит от возраста младшего ребенка. В 2007 году число женщин, самостоятельно занимающихся воспитанием детей, составило89,5 %, мужчин – 10,5%. В период с 1991по 2006 годы количество людей, которые воспользовались услугами нянь и воспитателей, увеличилось на 79,3 %. В 2006 году педагогическую помощь получили 651 361 родитель в возрасте до 27 лет [1; 8; 9; 10; 24].

Миграционные процессы

Доля иностранцев в общей численности населения в период между 1990и 2006 годами увеличилась с7 до8,8 %. В конце 2006 года количество иностранного населения составило63,3 %, и это число относится лишь к тем людям, которые прожили в Германии не менее 10 лет. Около одной трети иностранцев прожили в Германии более двадцати лет. Самой большой группой иностранцев в Германии по переписи 2006 года была группа представители турецкой национальности. В 2010 году число иммигрантов составило15750000 чел. от общего числа населения Германии (81700000 чел.). Из них около8600000 чел. Были немцы иоколо7150000 чел. – иностранцы. Зачастую иммигранты являются наименее квалифицированными специалистами, следовательно, менее интегрированными на рынок труда. После того, каким миграция этнических немцев и членов их семей в Германию достигла своего пикав 1990 году (397 073 чел.), приток иностранцев начал неуклонно снижаться [1; 11; 12; 13].

Образование

Образование и обучение являются необходимым условием для развития личности. Совершенно очевидна связь между уровнем образования

и уровнем занятости людей. Германия является одним из государств, где люди с невысоким уровнем грамотности особенно страдают от безработицы. В рамках Европейского союза уровень безработицы среди этой группы выше только в Словакии и Чехии. Таким образом, большое число людей, не имеющих общего образования, испытывают сложности с трудоустройством. В то же время образование с государственными расходами 108млрд. евро (бюджет образования в 2005 году) в Германии является одной из важнейших государственных функций. В 2007 году 15 % населения из 40,5 % получили начальное образование (28,8 млн. чел). 23,5 % получили образование в колледже или университете(16,8млн. человек). 20,8 % составила категория лиц, имеющих среднее общее образование(14,8млн. чел.).

Выделяются социально-экономические факторы, которые объясняют различия в образовании. В частности, это уровень образования родителей. Если родители окончили колледж или университет, то молодые люди-абитуриенты имеют примерно в три раза больше возможности, чтобы учиться в одном из ведущих университетов и завершить обучение успешно. Благоприятная экономическая ситуация в семье также повышает возможность получения учащимся степени бакалавра. Молодежь из семей, где уровень образования родителей ниже, даже имея профессиональный статус, редко может достичь высокого уровня образования. В2007 было заключено 625914новых контрактов на обучение в колледже или университете.

В международном сравнении в Германии, наряду с Италией, особенно высока доля пожилых учителей в системе школьного образования. Более 60 % всех учителей средней школы в 2005 году имели возраст от 50 лети выше.

По исследованиям PISA в 2006 году, образовательные компетенции Германии были выше среднего уровня по ОЭСР. Тем не менее, это компетенции, на овладение которыми в Финляндии, например, необходимо затратить дополнительно около двух лет школьного образования.

В 2006 году974-мвзрослымобразовательным центрам(VHS)в Германии было предложено для реализации почти558 000 общих и79 000индивидуальных образовательных программ. Примерно каждая восьмая программа была использована рядом колледжей.

Бюджет, выделенный государством на образование в 2005 году, составило коло 141 600 000 000 евро. Из них35,4 % средств было выделено на общее образование [1; 14; 15; 16; 24].

Занятость

После того, как устойчивое снижение уровня безработицы достигло 64,3 % в 2004 году, уровень занятости людей начал увеличиваться и составил 66 %в 2005 – 2006 годах, а к 2007 году достиг 69,4%. В 2010 году уровень занятости составил 71,1 %.

В 2007 году большинство работающих от общего числа39770000 человек были заняты на службе,7910000 работали в производственном секторе. Среди работающих в 2007 году из 35,3 млн. чел. – 23,5 млн. работников имели полный рабочий день и 11,8 млн. -неполный рабочий день.

Фонд временных работников увеличился в период между 1993и 2007 годамиот121 400 чел. до 731 000 чел. Это представляет собой увеличение более чем на500 %. В 1991 году6740000 было занято на государственной службе, в 2006 году это число уменьшилось до 4580000.

Если говорить о количестве рабочих часов, то в 1970 году в Западной Германии каждый работал в среднем1966часов в год, а в 1991 году – 1559часов [1; 17; 24].

Безработица

В период с 2005 по2011 годы уровень безработицы существенно снизился в Западной и Восточной Германии. В 2011 году, впервые с начала1990-х годов, было зафиксировано менее трех миллионов безработных. Уровень безработицы в 2007 году варьировался от 18,1 % в Мекленбурге-Передней Померанииии5,5 %в Баден-Вюртемберге. В 2007 году более чем82 млн. чел. были безработными, ив то же время 88 млн.чел. нашли работу. У многих, получающих пособие по безработице, в 2007 году срок получения пособия закончился; подавляющее большинство трудоустроилось менее чем за три месяца (41,8 %).В настоящее время можно говорить о двух группах безработных людей: 1) о не имеющих работы людях, получающих обычное пособие по безработице; 2) о не имеющих работы людях, получающих повышенное пособие. В настоящее время количество людей, получающих обычное ежемесячное пособие, составляет 42,1 %; среднее ежемесячное пособие по безработице составляет от400 до 800евро.Только3,7 %получают повышенное пособие в 1600еврои более в месяц [1; 18; 19].

Доходы и имущество

Самые обеспеченные жители Германии составляют 10 % от общего числа жителей; в 2007 году они имели около 61,1 % от общего объема активов. У 27 % взрослых людей в 2007 году не было денежных средств или были долги. Изучая доходы стратификации, было высказано мнение о том, как распределяются доходы населения -равными или неравными долями. Общее число получателей доходов в 2007 году составило в среднем на7,24 млн.чел.. Из них5,28 млн.чел. были экономически малообеспеченными, а 1,96млн.чк. –экономически независимыми. В то же время доля банковских депозитов на общее количество финансовых вложений за последние десятилетия упала, а доля страхования и доля рынка капитала возросла. Почти треть всех домашних хозяйств в 2007 году имела доходы от€ 900до 1700.Другаятреть имела доходы от 1700 до 3200€. Достигнутый высокий уровень совокупного годового дохода связан с уровнем дохода представителей различных должностей: например, в 2006 году уровень годового дохода директора предприятия или руководителя отделав среднем составлял92556€. Источниками государственного годового дохода в 2008 году явились: доходы от домашних хозяйств (39 миллионов евро), 40миллионов – от продажи транспортных средств, 48миллионов – от продажи компьютеров, 60 миллионов – от продажи мобильных телефонов и 70 миллионов – от продажи велосипедов [1; 20; 21].

Бедность

В 2009 году в Германии15,6 % населения находилось на грани бедности. У лиц-мигрантов уровень бедности составил 28,2 %, это почтив полтора раза выше, чем у людей-иммигрантов. Вне полных семьях и в семьях, где живут двое взрослых, риск бедности возрастает с увеличением числа детей. Количество бездомных в 2006 году составило 254 000 чел. [1; 22;23].

Список литературы:

1. Bundeszentrale für politische Bildung: Die soziale Situation in Deutschland.
2. Statistisches Bundesamt: GENESIS.
3. Statistische Ämter des Bundes und der Länder: Statistik-Portal
4. Statistisches Bundesamt: Bevölkerung Deutschlands bis 2050 (von 2006).
5. Statistisches Bundesamt: Geburten in Deutschland.
6. Statistisches Bundesamt: Statistisches Jahrbuch 2008.
7. Statistisches Bundesamt: Haushalte und Lebensformen der Bevölkerung.
8. Statistisches Bundesamt: Bevölkerung und Erwerbstätigkeit.
9. Statistisches Bundesamt: Familien in Deutschland.
10. Statistisches Bundesamt: Mikrozensus, Leben und Arbeiten in Deutschland.
11. Statistisches Bundesamt: Bevölkerungsfortschreibung, Lange Reihen.
12. Ausländerzentralregister, Migrationsbericht 2006.
13. Bundesverwaltungsamt; Bundesamt für Migration und Flüchtlinge (BAMF): Migrationsbericht 2006.
14. Statistisches Bundesamt: Mikrozensus; Bildung in Deutschland 2008, W. Bertelsmann Verlag.
15. Bundesagentur für Arbeit (BA), BIBB: Ausbildungsmarktstatistik 2007.
16. Statistisches Bundesamt: Bildung und Kultur – Schuljahr 2006/07.
17. Institut für Arbeitsmarkt und Berufsforschung (IAB): Daten zur kurzfristigen Entwicklung von Wirtschaft und Arbeitsmarkt 06/2008.
18. Bundesagentur für Arbeit (BA): Arbeitsmarkt in Zahlen – Jahreszahlen.
19. Bundesagentur für Arbeit (BA): Abgang aus Arbeitslosigkeit nach Förderart.
20. Statistisches Bundesamt: Verdienststrukturerhebung.
21. Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung (DIW Berlin): Wochenbericht Nr. 4/2009.
22. Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS): Lebenslagen in Deutschland.
23. Statistisches Bundesamt: Mikrozensus.
24. Statistisches Bundesamt: Statistisches Jahrbuch 2007.

Программное обеспечение для отслеживания движения денежный средств для обеспечения обувным предприятиям стабильных ТЭП

Орлова Ирина Владимировна,
ЮРГУЭС, аспирант,
науч. рук. проф. Прохоров В.Т., доц. Белышева В.С.,
доц. Осацкая Н.В., доц. Шарикова Т.В.

Современные производства для обеспечения выживаемости предприятия должны обладать рядом особых качеств: большой гибкостью, способностью быстро менять ассортимент.

Производство, неспособное переналаживаться, приспосабливаться к запросам реальных условий, часто небольших групп потребителей, обречено на банкротство; технология усложняется настолько, что требуется ввод новых форм контроля, организации и разделения труда. Сложившееся планирование по принципу «от достигнутого» неприемлемо, поскольку необходимо резкое повышение конкурентоспособности продукции; изменяется структура себестоимости продукции, при этом из-за сложностей с поставщиками сырья, материалов возрастает удельный вес материальных затрат, связанных с реализацией; большой проблемой является повышение эффективности деятельности предприятия по сбыту продукции. Следует уделять особое внимание ускорению оборачиваемости оборотных средств, сокращению излишних запасов, максимально быстрой реализации продукции. Для такой перестройки легкой промышленности России необходимы инвестиции, которых в настоящее время остро не хватает. Одним из наиболее распространённых способов привлечения дополнительных средств является получение банковского кредита. Однако подобная форма является не единственной. Одним из альтернативных вариантов организации финансирования является лизинг.

Лизинг – форма вложения средств на возвратной основе, т.е. предоставление на определённый период средств, которые лизингодатель получает обратно в установленное время. При этом за свою услугу лизингодатель имеет вознаграждение в виде комиссионных. Лизинг – это кредит, который отличается от традиционной банковской ссуды тем, что предоставляется лизингодателем лизингополучателю в форме переданного в пользование имущества, т.е. своего рода товарный кредит.

При лизинге предприятие-лизингополучатель получает необходимое ему оборудование и начинает эксплуатировать его, но при этом оно остаётся собственностью лизинговой компании. При этом предприятие-лизингополучатель берёт на себя обязательство постепенно выкупить новое имущество у компании, т.е. как бы арендует оборудование. Вот почему в случае лизинга не требуется залог или отличная кредитная репутация – приобретённое по лизингу оборудование остаётся в собственности лизингодателя до того момента, пока предприятие-лизингополучатель полностью за него не рассчитается. Вариант лизинга с учётом имущества на ба-

лансе лизингополучателя также позволяет в более короткие сроки перенести стоимость оборудования на себестоимость посредством амортизации благодаря использованию повышающего коэффициента к нормам амортизации, а также включить в себестоимость расходы на проценты по привлечённым средствам.

При лизинге возможен гибкий график платежей в соответствии с производственными циклами и потоками наличности.Преимуществом лизинга также является то, что если лизинговая компания является оптовым покупателем оборудования (что бывает практически всегда), она получает соответствующую скидку.

Условие договора лизинга между предприятием и лизинговой компанией:

- стоимость технологического оборудования – предмета лизинга – 3059200 руб.;
- ставка процента по кредиту, используемому лизингодателем для приобретения оборудования (начисляется на остаток кредита на начало года), – 15 % годовых. Срок лизинга 5 лет;
- норма амортизации технологического оборудования, поставляемого в лизинг при сроке полезного использования 10 лет, – 10 % год;
- повышающий коэффициент к амортизации – 3;
- погашение кредита равномерно. Ежегодно 611 840 руб.;
- комиссионное вознаграждение лизингодателю за предоставленное по договору лизинга технологическое оборудование – 12 % от общих расходов лизингодателя;
- дополнительные услуги (установка оборудования, обучение персонала пользованию оборудованием) (50000 руб.) распределяются равномерно в течение срока лизинга (по 10000 в течение 5 лет);
- ставка НДС – 18 %.
- стоимость технологического оборудования – предмета лизинга – 3059200 руб.;
- ставка процента по кредиту, используемому лизингодателем для приобретения оборудования (начисляется на остаток кредита на начало года), – 15 % годовых. Срок лизинга 5 лет;
- норма амортизации технологического оборудования, поставляемого в лизинг при сроке полезного использования 10 лет, – 10 % год;
- повышающий коэффициент к амортизации – 3;
- погашение кредита равномерно. Ежегодно 611 840 руб.;
- комиссионное вознаграждение лизингодателю за предоставленное по договору лизинга технологическое оборудование – 12 % от общих расходов лизингодателя;
- дополнительные услуги (установка оборудования, обучение персонала пользованию оборудованием) (50000 руб.) распределяются равномерно в течение срока лизинга (по 10000 в течение 5 лет);
- ставка НДС – 18 %.

Для производства женской обуви при реализации разработки проекта развития стратегии производства конкурентоспособных изделий из кожи в ЮФО и СКФО предприятию необходимо приобрести новое, высокопроизводительное, отвечающее новейшим требованиям оборудование. Оборудование будет приобретаться в лизинг.

Лизинговый платёж определяется по следующей формуле:

$$ЛП = АМ+НИ+ПК+ПДУ+КВ+НДС, \quad (4.1)$$

где АМ – амортизация имущества; НИ – налог на имущество (2,2 %); ПК – плата за кредит; ПДУ – плата за дополнительные услуги; КВ – комиссионное вознаграждение; НДС – ставка 18 %.

1. Величина амортизационных отчислений в составе лизинговых платежей рассчитывается по формуле:

$$АМ_{им} = \frac{Ц_{им} \cdot N_{ам} \cdot К_{п}}{100}, \quad (4.2)$$

где $Ц_{им}$ – цена предмета лизинга; $N_{ам}$ – норма амортизации; $К_{п}$ – повышающий коэффициент.

1 год [illegible] руб.

2 год [illegible] руб.

3 год [illegible] руб.

4 год [illegible] руб.

5 год [illegible]

2. Рассчитаем налог на имущество:

$$НИ_{ост} = \frac{Ц_{ост} \cdot СН_{им}}{100}, \quad (4.3)$$

где $Ц_{ост}$ – остаточная стоимость предмета лизинга; $СН_{им}$ – ставка налога на имущество.

1 год [illegible] руб.

2 год [illegible] руб.

3 год [illegible] руб.

4 год [illegible]

5 год [illegible]

3. Плату за кредит определяем следующим образом:

$$ПК = \frac{S_{ок} \cdot K_{кр}}{100}, \quad (4.4)$$

где $S_{ок}$ – остаток кредита; $K_{кр}$ – процент за пользование кредитом.

Результаты расчёта платы за кредит представлены в таблице 1.

Таблица 1

Плата за кредит по годам

Год	Возврат кредита	Остаток на начало года	Плата за кредитные ресурсы по ставке 15 %	Итого платежей банку, руб.
1	611840	3059200	458 880	1070720
2	611840	2447360	367104	978944
3	611840	1835520	275328	887168
4	611840	1223680	183552	795392
5	611840	611840	91776	703616
Итого:	3059200	-	1376640	4435840

Расчёт окончательного лизингового платежа представим в табличной форме (таблице 2).

Таблица 2

Расчёт лизингового платежа по годам

Год	Аморти-зация, руб.	Налог на иму-щество, руб.	Плата за кредит, руб.	Плата за доп. услуги, руб.	Комис. возна-граждение	Лизинговый платёж без НДС	НДС	Лизинго-вый платёж с НДС
1	917760	47111,68	458880	10000	172050,2	1605801,882	289044,3	1894846,2
2	917760	26920,96	367104	10000	158614,2	1480399,155	26471,8	1746871,0
3	917760	6730,24	275328	10000	145178,2	1354996,429	243899,4	1598895,8
4	305920	-	183552	10000	59936,6	559408,64	100693,6	660102,2
5	-	-	91776	10000	12213,1	113989,12	20518,04	134507,2
Ито-го	3059200	80762,88	1376640	50000	547992,4	5114595,226	920627,1	6035222,4

Таким образом, за 5 лет предприятие выплатит лизинговой компании 6035222,4 руб. Эти платежи будут включаться в себестоимость выпускаемой продукции и снижать налогооблагаемую базу.

Повышение инвестиционной конкурентоспособности северо-восточных районов Ленинградской области

Аверичев Александр Геннадьевич,
СПбГУСЭ, ИРЭиУ, соискатель,
науч. рук. Двас Г.В.

Эффективная инвестиционная политика — один из основных факторов, способствующих привлечению инвестиций для подъема промышленного производства, общего оздоровления экономики муниципальных обра-

зований, решению проблем изношенности основных фондов за счет обновления технической и технологической базы промышленного производства. От характера инвестиционной политики, проводимой тем или иным муниципальным образованием напрямую зависят показатели инвестиционного потенциала и территориальных инвестиционных рисков, которые в совокупности составляют инвестиционную привлекательность района.[1]

Наиболее удаленные от центра Ленинградской области территории Лодейнопольского и Подпорожского районов, расположенные на границе с республикой Карелия, имеют достаточно невысокие показатели инвестиционного потенциала. Вместе с тем, они имеют положительную динамику повышения, но на общем фоне конкурентной среды они весьма низки и развиваются крайне медленно, что является причиной их отставания от всех своих конкурентов за привлечение инвестиций, однако уровень территориальных инвестиционных рисков можно охарактеризовать как умеренный, что повышает их инвестиционную привлекательность.[2]

Губернатор и Правительство Ленинградской области уделяют постоянное внимание социально-экономическому развитию и оказывают целенаправленную поддержку северо-восточным районам в виде применения различных мер. Примером этому может служить разработка и реализация комплексной программы развития социальной сферы и поддержки предпринимательства. Целый ряд стабильно и рентабельно работающих предприятий различных отраслей, обеспечивший жителей районов новыми рабочими местами и стабильной заработной платой был создан на средства областного бюджета. Успех имели и многие другие реализованные региональные программы, повысившие инвестиционную привлекательность данных территорий, но кардинально ситуацию изменить не удалось.

Совсем недавно Правительство Ленинградской области решило применить к вышеуказанным районам новый высокоэффективный инструмент для привлечения инвестиций, прекрасно зарекомендовавший себя в других районах.

В феврале 2012 года, по инициативе губернатора Валерия Сердюкова был разработан и ныне уже одобрен региональным парламентом закон «О ставке налога на прибыль организаций для организаций, состоящих на учете в налоговых органах на территории Лодейнопольского и Подпорожского районов». В соответствии со статьей 284 Налогового кодекса РФ, ставка налога на прибыль организаций, подлежащего зачислению в бюджет субъектов РФ, может быть понижена для отдельных категорий налогоплательщиков региональными законами, но не более чем до 13,5%.

Этот закон призван придать новый импульс экономическому развитию Лодейнопольского и Подпорожского районов, поспособствовать привлечению инвестиций и раскрыть их инвестиционный потенциал.

Основной специализацией северо-восточных районов, на протяжении достаточно большого периода времени, являлись лесопромышленный комплекс, производство электроэнергии, судостроение и судоремонт.[2] В сегодняшних экономических условиях, наиболее перспективным пред-

ставляется развитие здесь различных видов туризма, за счет повышения качества и расширения спектров услуг социально-культурного и туристско-рекреационного комплекса. Кроме того, значительный приток инвестиций ожидается в пищевую отрасль промышленности районов.

Налоговые льготы оживят районную экономику северо-востока области и ускорят процессы привлечения среднесрочных и долгосрочных прямых реальных инвестиций, что, как следствие, повлечет за собой непрерывный рост качества жизни жителей Лодейнопольского и Подпорожского районов.

Список литературы:

1. Раевский С.В. Инвестиционная активность в регионе – М.: Экономика, 2006

2. Аверичев А.Г. Дипломный проект «Факторы развития инвестиционного климата муниципальных образований России (на примере МО «Лодейнопольский муниципальный район»)», 2011. – 84 с.

Экономика России на современном этапе: международный аспект

Алексеева Анастасия Алексеевна,
СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 3 курс,
науч. рук. доц. Угольникова О.Д.

В статье рассмотрены экономические взаимоотношения России и Королевства Нидерландов, начиная с эпохи Петра 1 до настоящего времени. Особое внимание уделено их развитию в 21 веке, в связи с особыми датами: 300-летие Санкт-Петербурга, годом России в Нидерландах и годом Нидерландов в России. Основная часть материалов получена в результате сбора в международной научной поездке в Нидерланды, университет Saxion (г. Энсхеде), и музей «Русичи» в старой Голландии.

Первые контакты между территориями, которые сегодня называют Россия и Нидерланды, уходят своими корнями в глубь веков. Еще в XI в. товары из Фрисландии поступали в Киевскую Русь. Пика своего развития российско-нидерландские отношения достигли во время правления Петра Великого (1676-1725гг.). В 1697 г. молодой царь прибыл с делегацией Великого Посольства в Голландию. В Голландии Петр учился корабельному делу, встречался с архитекторами, скульпторами, книгопечатниками, изобретателями. Кроме того, царь делал крупные заказы, пригласил специалистов разных профессий отправиться за ним. В 1717-25 гг.Петр совершил второе и третье путешествия в Голландию, после которых торговля с этой страной стала еще более активной.

Вплоть до 1917 г. экономические связи между Россией и Нидерландами были очень прочными. Российское правительство смогло создать благоприятные условия для нидерландских компаний. Им было выгодно

инвестировать в экономику России. Голландские предприниматели и банкиры вкладывали деньги в российские государственные фонды или в горнорудные и железнодорожные компании.

В 1917г. дипломатические отношения между нашими странами были прерваны, они восстановились лишь в 1942 г.Продолжались, в основном, культурные контакты. Во время перестройки и политические, и экономические отношения стали развиваться интенсивней, Нидерланды и Россия начали восстанавливать исторические связи.

На протяжении многих лет Россия и Нидерланды поддерживали дружеские отношения, а в 90-е годы XX века Нидерланды стали одним из основных торговых партнеров России. С 1992 года товарооборот между нашими странами возрастал ежегодно на 10-15%.

В настоящее время на долю сырьевой продукции приходится 90% российского экспорта, из них преобладают черные и цветные металлы (84%), на долю нефти и нефтепродуктов, а также рудных материалов приходится соответственно 5% и 0,7%, а оставшиеся 10% объема экспорта занимают древесина, бумага, оборудование, продукты питания. Отметим, что около половины сырьевых товаров, импортируемых из России, реэкспортируется в дальнейшем в третьи страны. В свою очередь, Россией импортируются большей частью продовольственные товары (50%), машины и оборудование (20%), химические и потребительские товары (18%).

В 1996 году две стороны подписан контракт между ОАО "Газпром" и АО "Недерладсе Газюни" о поставках в Нидерланды с 2001 года в течение двадцати лет российского природного газа в объеме 4 млрд куб. м в год на общую сумму 10 млрд долларов. В ноябре 1997 года было подписано соглашение о стратегическом партнерстве между тем же "Газпромом" и голландской компанией "Шелл".

В свою очередь, для России Нидерланды представляют интерес с точки зрения привлечения передовых технологий в российскую экономику. Голландия имеет особую репутацию в сфере специального судостроения, навигационного оборудования, медицинской техники, оптики, защиты конструкций от коррозии. Отличительная черта голландского машиностроения – специализация на выпуске единичного оборудования под заказ.

Для российской экономики особый интерес представляет голландское сельхозмашиностроение, где достигнут высокий уровень производства оборудования для животноводческих комплексов, тепличных хозяйств, дренажных систем, хранения и сортировки сельхозпродукции. Также может пригодиться опыт Нидерландов в области морских технологий, строительства объектов инфраструктуры и использования нетрадиционных источников энергии.

Предметом российского экспорта могла бы стать и такая продукция, как оптические и электроизмерительные приборы средней ценовой группы, поскольку голландские фирмы в своих руках держат только рынок дорогостоящей техники, где требуется высочайшая надежность и гарантия качества.

За последние 10 лет было организовано большое количество мероприятий, которые еще больше укрепили связи между Россией и Нидерландами.

В сентябре 2002 года в Санкт-Петербургском Государственном Университете прошли торжественные мероприятия по случаю 30-летия с момента образования отделения нидерландского языка и литературы.

В год 300-летия Санкт-Петербурга (2003 г.)программа «Окно в Нидерланды» включила в себя более 40 мероприятий: выставок, концертов, спектаклей, кинофильмов. В рамках программы «Окно в Нидерланды» Санкт-Петербург посетила Экономическая миссия под руководством министра внешней торговли Нидерландов Карин Ван Геннип. В состав делегации входили 11 голландских компаний, заинтересованных в установлении новых и укреплении старых контактов на российском рынке. В рамках Десятой программы «Окна в Нидерланды» (2005 г.) состоялся визит делегации мэрии Роттердама, прошли мероприятия культурного и экономического характера. Отличительной особенностью десятой программы была ориентация на юных жителей Санкт-Петербурга.

С 22 – 24 сентября 2009 года Санкт-Петербург посетила делегация г.Роттердама (Королевство Нидерландов) во главе с мэром города Ахмедом Абуталебом. Данный визит посвящён 25-летию побратимских связей между Санкт-Петербургом и Роттердамом.

С 17 по 20 ноября 2009 года состоялся визит делегации Санкт-Петербурга во главе с вице-губернатором А.И.Сергеевым в Роттердам (Королевство Нидерландов).

Из запланированных на будущее событий следует отметить национальную экспозицию на международной выставке «Флориада-2012», которая состоится в г. Венло (Нидерланды) и организуется Минсельхозом России.

2013 год объявлен Годом Нидерландов в России и Годом России в Нидерландах. Весной его откроют российские мероприятия, а нидерландская программа стартует в сентябре.

В рамках заданной тематики планируется организовать круиз по старинному торговому морскому путь из города Vriezenveen (Нидерланды) до Санкт-Петербурга на моторной яхте, выпущенной известным предприятием Consonant (Нидерланды).

Специалисты прогнозируют, что в ближайшие годы товарная номенклатура двустороннего оборота России и Нидерландов сохранится. Основную долю в российском экспорте будут составлять черные и цветные металлы, нефть и нефтепродукты, а также металлические руды, древесина и продукты химического производства. Что касается закупок из Голландии, здесь будет преобладать импорт овощей и фруктов, мясных продуктов, кофе и чая, молочных продуктов, других продуктов питания, офисного оборудования, приборов и телекоммуникационного оборудования, электроаппаратуры, товаров легкой промышленности.

Список литературы:

1. Комитет по внешним связям Санкт-Петербурга, http://www.kvs.spb.ru
2. Федеральная Служба Государственной статистики, http://www.gks.ru
3. Энциклопедия Rusnet, статья «Россия – Голландия: торговые отношения», http://www.rusnet.nl/ru/encyclo

4. Интервью Посла Российской Федерации в Нидерландах Р.А.Колодкина Информационному телеграфному агентству России «ИТАР-ТАСС», «РФ – Нидерланды: весьма позитивное качество отношений», http://www.netherlands.mid.ru/emb_news_r_001.html

Особенности мотивации к труду молодых специалистов

Афанасьева Валерия Александровна,
СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 3 курс,
науч. рук. проф. Безденежных Т.И.

Мотивационная тематика является одной из наиболее привлекательных для исследователей в области управления персоналом. Однако практически отсутствуют российские научные труды по изучению вопросов отличий мотивационного поведения молодежи, адекватности применяемых на практике моделей мотивации поведения молодого поколения. На фоне таких проблем как: отсутствие корпоративной культуры на предприятиях, недостаточный уровень заработной платы, в особенности у молодых специалистов и работников, высокая доля занятых среди молодёжи на тяжёлых работах, условия которых не соответствуют европейским нормам, отсутствие современных требований к условиям отдыха и других, представленные исследования проблем мотивации труда в молодёжной среде крайне актуально.

Одним из основных источников развития предприятия является привлечение молодых специалистов. Построение оптимальной системы мотивации молодёжи предприятия к труду – важная задача предприятия. Необходимо отметить факт наличия острой конкуренции среди молодых специалистов на рынке труда, т.к. он (рынок) пополняется большим количеством молодых специалистов, выпускников высших и средних учебных заведений, составляющих серьезную конкуренцию на рынке труда.

Значительную роль по отношению к молодым специалистам играет позиция работодателей: на многих отечественных предприятиях уровень текучести кадров очень высок, т.к. руководство стремится к получению прибыли в краткосрочном периоде при минимальных финансовых и временных затратах на человеческие ресурсы. Это приводит к проблеме удержания подготовленных специалистов: разработке оптимальной модели их мотивации к труду на предприятии.

Общепризнанным научным фактом считается, что самыми важными мотивирующими факторами являются содержание работы, ощущение профессионального роста и собственной профессиональной значимости. В этом же ряду находится материальная мотивация. Демотивирующими называются: отсутствие признания результатов со стороны руководства и коллег, игнорирование идей и инициатив, отсутствие ощущения достиже-

ния результатов, личного и профессионального роста, отсутствие изменений в статусе молодого сотрудника.

По результатам ряда рекрутинговых проектов набора молодых специалистов и программ GRP (GraduateRecruitmentProgramm) выявлены ошибки в построении схем привлечения молодых специалистов в компании, включающих блок «заработная плата (доход)» слишком заниженная заработная плата одновременно с высокими требованиями к молодым кандидатам (наличие опыта, знание языка, специальных программ и т.д.); неоптимальные условия работы (место расположения работы, отсутствие транспорта и т.д.); длительный временной промежуток до карьерного повышения, роста заработной платы на фоне отсутствия соответствующих регламентов (локальных нормативных документов предприятия); отсутствие четкой системы повышения молодых сотрудников в должностях, в том числе их заработной платы;

Каждое предприятие выбирает свой путь развития: краткосрочное получение финансовых выгод или перспективная эффективная деятельность. В соответствии с этим осуществляется выработка политики привлечения и работы с молодыми специалистами, которые представляют собой ключевой источник экономической динамики предприятия.

Было высказано предположение об определяющем влиянии при выборе адекватного способа мотивации молодёжи к труду материальных потребностей, лежащих наровне с моральными, в основе возрастной периодизации. Оно стало рабочей гипотезой, положенной в основу социологического обследования сотрудников предприятия. Экспериментальной площадкой изучения мотивации к труду молодых сотрудников стало предприятие пищевой промышленности Закрытое Акционерное Общество «Кондитерское объединение «Любимый край».На первом этапе был разработан экспериментальный план для выявления мотиваций к труду как молодых сотрудников, так и работников других возрастных категорий (в ввиду сложного возрастного состава персонала предприятия). Разделы плана включали: изучение документов кадрового отдела, выбор методов сбора обработки и анализа полученной информации, анкетирование, группировку результатов исследования, анализ полученных данных, разработку рекомендаций мотивации молодых сотрудников к труду на предприятии. Работа по данному плану велась в течение года. Непосредственно в систему мотивации были включены: материальная, моральная, социальная, корпоративная мотивации. Особое значение имела разработка анкеты, на основе которой проводился анализ информации.

Указанное социологическое обследование проводилось с 1 января 2010 по 1 января 2011 года с целью выявления мотивации молодых специалистов к труду на предприятии ЗАО «КО «Любимый край». Всего в выборку было включено 250 сотрудников разных возрастных категорий и профессий. Доля молодых специалистов и работников составила 60%. Это наиболее многочисленная группа в составе обследованных. Внутри самой

группы была проведена следующая возрастная градация: 18лет – 23 года, 24года – 29 лет, 30-35 лет.

При проведении исследованияиспользованыдва вида анкет, на основе которых сделаны выводы о мотивации к труду молодых специалистов и работников на предприятии. Были получены результаты анкетирования; на основе которых сделан вывод о преобладании материальной мотивации к труду молодёжи на предприятии.

Анкетирование, обработка результатов и их анализ также позволил установить доминирование отдельных материальных факторов, причину этого явления и выработать рекомендации для руководства предприятия по оптимальному комбинированию материальных, моральных, социальных и корпоративных мотиваций для успешного использования молодёжного потенциала в достижении целей предприятия.

Список литературы:

1. Иванова В.Н. Безденежных Т.И., Управление занятостью населения на местном уровне. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 390 с.

2. Безденежных Т.И. Реализация инновационного подхода к управлению занятостью в условиях кризисного состояния экономики//Современное экономическое и социальное развитие: проблемы и перспективы. Сборник научных статей. – СПб: СПбГУСЭ, 2009.

3. Толмачев О.М. Особенности мотивации труда молодых специалистов в современных условиях России//Проблемы местного самоуправления. Электронный ресурс http://www.samoupravlenie.ru/39-03.php

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ УЧЕТ КАК ИНСТРУМЕНТ МОДЕЛИРОВАНИЯ РЕШЕНИЙ

Балыкова Любовь Рудольфовна,
СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 4 курс,
науч. рук. к.э.н., доц. Шмаль В.В.

Следует заранее примириться с тем,
что всякое решение сомнительно,
ибо это в порядке вещей, что,
избегнув одной неприятности, попадаешь в другую[4].

Никколо Макиавелли

Эффективная деятельность каждого хозяйствующего субъекта связана с принятием и исполнением оптимальных стратегических управленческих решений, поэтому проблема принятия стратегических решений в условиях кризиса, а значит, в условиях с более высокой степенью рис-

ка,всегда остается актуальной. Главным образом, высокая степень риска при принятии решений характеризуется наличием неопределенности в прогнозах развития событий.

Огромное влияние на разработку прогнозов развития и принятие решений оказывает стратегический управленческий учет, «который должен обеспечить менеджмент организации инструментарием для принятия управленческих решений, координирования хозяйственных функций в целях достижения эффективных результатов»[1.]

При определении сущности стратегического управленческого учета необходимо отметить следующие его характерные особенности:

- принимает во внимание внешние факторы макросреды;

-ориентирован на учет неопределенности, стратегию управления риском;

- служит базой принятия обоснованных управленческих решений.

Причем «практически любой метод принятия решений, используемый в стратегическом учете, можно технически рассматривать как разновидность моделирования»[3], способного оказать помощь в поиске объективно обоснованного решения по выбору из нескольких альтернатив той, которая в наибольшей мере способствует достижению целей.

Для получения эффективных результатов в условиях кризиса необходимо, чтобы принятие решений происходило либо с использованием рискованного, но инновационного подхода, либо по менее рискованной, проверенной схеме.

Для того, чтобы понять насколько подходящей будет определенная модель принятия решения в данных конкретных условиях, необходимо иметь четкое представление об общей структуре, особенностях, а также основополагающих принципах и критериях, определяющих стратегическое развитие.

Любая задача принятия решения характеризуется наличием лица или лиц, преследующих определенные цели и имеющих для этого определенные возможности. Множество всех допустимых решений в совокупности характеризуют сложившуюся конкретную ситуацию, а оценка ситуации определяется с помощью целевых функций.

Формализация принципов поведения поможет определить основные направления стратегии, не избежать, но снизить степень риска, которая последует с принятием решения, основанном на каком-либо принципе.

Например, особые критерии выбора решения, такие как критерий крайнего оптимизма, критерий Вальда (крайнего пессимизма), критерий Сэвиджа, критерий Гурвица эффективны для выработки оптимального решения в определенных условиях, но несут за собой различную степень риска.

Естественно, что критерии крайнего оптимизма и пессимизма противоположны, т.к. при использовании стратегии действий согласно критерию оптимизма менеджер в случае минимальных продаж получит и максимальный убыток. В то время как критерий пессимизма гарантирует макси-

мизацию минимального дохода. Все вышеперечисленные особенности говорят о том, что при выборе модели принятия решений необходимо обращать внимание в первую очередь на общую структуру модели, принципы и критерии, которым подчиняется данная стратегическая модель.

На принятие решения может оказывать влияние и состав лиц, задействованных в принятии решения. В качестве примера можно привести участие в принятии решения экспертной группы, мнение которой становится решающим. В данной ситуации необходимо прибегнуть к принципу арбитражных схем, предполагающему наличие механизма для предварительного согласования позиций разных участников. На принятие решения в данной ситуации могут повлиять условия результатов опроса, отражающего определенные предпочтения, например, покупателей продукции компании.

Помимо этого, в качестве схемы принятия решения можно использовать классический принцип оптимальности по Парето, предполагающий ситуацию, при которой «выигрыш» отдельного элемента невозможен без «поражения, проигрыша» другого.

Одной из обобщающих особенностей модели принятия решения, наряду с перечисленными, может выступать – стиль принятия решения. Такой стиль может быть как аналитическим, так и поведенческим, при котором руководитель в большей мере полагается на чувства и глубоко переживает за организацию, а также, склонен сосредоточивать усилия на кратко- и среднесрочных перспективах.

Все вышеперечисленные критерии и принципы моделей дают возможность заключить, что в основу всех моделей принятия решений положены:

- рассмотрение управленческого цикла реализации стратегических решений;
- выбор альтернативного решения на основании главного критерия — цели;
- разработка и реализация стратегии по результатам принятого решения;
- корректирование решения на основе стратегического контроллинга.

Например, проанализировав модель ограниченной рациональности, можно сказать, что с помощью данной модели возможно принимать пусть и не совсем оптимальное, но удовлетворительное решение, которое считается достаточным и менее рискованным, так как отвечает поставленным ограничениям и обеспечивает улучшение проблемной ситуации.

Помимо всего вышеперечисленного в выборе модели принятия решения немаловажным будет использование эвристического подхода (эвристика — наука о продуктивном творческом мышлении, основу методов которой составляют размышления и прошлый опыт) для поиска удовлетворительного решения. Механизм поиска предполагает последовательное во времени рассмотрение предлагаемых вариантов решений. В случае, когда первая альтернатива не удовлетворяет выдвинутым критериям или оцени-

вается как неработоспособная, ее отбрасывают и переходят к изучению следующего варианта.

Необходимо отметить то, что стратегический уровень менеджмента предназначен для принятия управленческих решений относительно развития бизнеса, которое, как правило, сопровождается расширением действующих производств, консервацией неперспективных сегментов, появлением новых направлений деятельности и т.д. В связи с этим задача постановки стратегического управленческого учета в организации диалектически взаимосвязана с четким определением долгосрочной цели и перспектив развития организации, для осуществления которых необходимо изначально правильное принятие стратегических решений – что ещё раз подтверждает значимость моделирования в принятии решений и выбора нужной стратегии развития.

Поэтому правильное обоснованное решение – это уже половина дела.

Так, и, по словам Жана Ростана: «*Решить задачу, говорил Декарт, — значит выиграть сражение. Но выиграть сражение не значит решить задачу*»[5].

Список литературы:

1. Вахрушина М.А. Стратегический управленческий учет: Полный курс MBA – М.: Рид Групп, 2011. – 192 с.
2. Теоретические аспекты экономико-математического моделирования, Журнал «Управленческий учет», 2011, № 10
3. Математическое моделирование процесса принятия решений в оценочной деятельности, Журнал «Управленческий учет», 2011, № 10
4. Николо Макиавелли, Государь, Издательство: Попурри, 2009.
5. Цитаты, высказывания, изречения, афоризмы, http://best-words.ru/rostan-3

Управление социально-экономическим развитием Карачаево-Черкесской Республики

Богомолова Ксения Сергеевна,
СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 3 курс,
науч. рук. ст. пр. Фугалевич Е.В.

Карачаево-Черкесская Республика входит в состав СКФО, занимает 5 место в округе по площади занимаемой территории и 7 место по численности проживающего населения. Столица Карачаево-Черкесской Республики – город Черкесск основан в 1825 году. Восемьдесят процентов всей территории республики занимает горная зона.

Административно-территориально Республика делится на 10 муниципальных районов и 2 городских округа. Численность населения Республики составляет 427,4 тыс. человек, из которых 44% проживает в городах и

56% – в сельской местности. На территории Республики живут представители более 70 народностей и национальностей.

Эндогенные (внутренние) факторы социально-экономического развития больше зависят от самого региона. Они формируют социально-экономическую систему региона как единую систему, взаимосвязь и взаимодействие элементов которой приводит к достижению стоящих перед ней целей. Поэтому изменение одного или нескольких факторов может привести к нарушению свойств всей системы. Данное обстоятельство побуждает к выработке мер управленческого воздействия, направленных на сохранение целостности этой системы.

Для Карачаево-Черкесской Республики характерна положительная динамика валового регионального продукта, темпы прироста которого в 2010 году, относительно соответствующего периода 2006 года, составили 4,8%. При этом, величина ВРП на душу населения имеет низкий уровень значений, при положительной динамике. В структуре валового регионального продукта традиционно доминирует сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство, доля которого составляет к началу 2011г. – 24,0 % или 6595,4 млн. руб.; торговля и услуги – 16 % или 3930,5 млн. руб.; обрабатывающие производства промышленности – 14 % или 3812,7 млн. руб. и строительство 8,0 % или 2279,0 млн. руб. Доля участия региональной экономики в формировании валового внутреннего продукта России на протяжении 2006-2010 годов крайне незначительна и не превышает 0,1%. Такая же степень участия в формировании ВВП Российской Федерации характерна для большинства республик Северного Кавказа.

Факторы, значение которых объективно не предсказуемо и составляет систему предположений об условиях будущего развития, называются сценарными факторами.

Внутренние факторы больше зависят от самого региона. Они формируют социально-экономическую систему региона как единую систему, взаимосвязь и взаимодействие элементов которой приводит к достижению стоящих перед ней целей. Поэтому изменение одного или нескольких факторов может привести к нарушению свойств всей системы. Следовательно, меры управленческого воздействия должны быть направлены на сохранение целостности этой системы.

Внешние факторы. Так как внешние факторы формируют среду, в которой находится регион, то эти факторы являются инертными и не поддаются воздействию со стороны администрации региона. Это вызвано тем, что эта среда характеризуется большей сложностью, динамичностью и неопределенностью, что существенно затрудняет учет факторов внешней среды при принятии организационных решений. Параллельно с этим, и факторы оказывают различное влияние на социально-экономическое развитие региона.

При управлении социально-экономическим развитием региона, его моделировании и определении оптимальных параметров, детальному ана-

лизу должны быть подвергнуты собственные, эндогенные и экзогенные факторы формирования институциональной среды.

К собственным факторам, оказывающим влияние на уровень и темпы развития социально-экономической системы можно отнести трудовые ресурсы, наличие полезных ископаемых и инновационный потенциал. Причем если наличие и объем полезных ископаемых (сырьевых ресурсов) не зависят от деятельности человека, трудовые ресурсы изменяются довольно медленно, то развитие инновационных ресурсов позволяет достаточно быстро, увеличить темпы развития социально-экономической системы и регионы, и страны в целом.

Экзогенные факторы определяются поведением внешней, по отношению к региону, среды. Причем здесь следует выделить прямое влияние государства (величина МРОТ, объем дотаций и др.), так и опосредственное влияние мировой экономической ситуации, которая оказывает влияние на экономическую ситуацию в стране, и, через нее, на экономику региона.

Внутренние (эндогенные) факторы социально-экономического развития республики идентифицированы по таким направлениям, как природно-ресурсный потенциал, человеческий потенциал, экономический потенциал.

Природно-ресурсный потенциал Карачаево-Черкесской Республики представлен: земельными ресурсами, полезными ископаемыми, водными ресурсами, лесными и другими ресурсами.

Карачаево-Черкесская Республика располагает определенным природно-ресурсным потенциалом. Главным ресурсом региона, наряду с высокоплодородными почвами в равнинной части и богатыми запасами рудных и нерудных полезных ископаемых, являются рекреационные ресурсы в предгорных и горных районах КЧР. По обилию солнечного тепла и света, продолжительности вегетационного периода КЧР входи в число ведущих регионов страны, а агроклиматические условия позволяют весьма успешно возделывать широкий спектр земледельческих культур умеренного климатического пояса, включая многие теплолюбивые культуры, имеющие важное товарное значение. Данный потенциал должен составлять основу развития региона в условиях перехода к эндогенному типу экономического развития.

Главным внутренним ресурсом воспроизводственного развития Карачаево-Черкесской Республики являются:

-земельные площади с высокоплодородными почвами в равнинной части и богатыми запасами рудных и нерудных полезных ископаемых;

-рекреационные ресурсы в предгорных и горных районах.

Этот внутренний ресурс (потенциал), по моему мнению, должен составлять основу развития региона в условиях перехода к эндогенному типу экономического воспроизводственного развития.

«Болевыми точками» регионального развития за счет эндогенных факторов выступают человеческий и экономический потенциал.

Список литературы:

1. Крымов В.Б. Стратегическое планирование в системе управления социально-экономическим развитием субъекта Российской Федерации – М.: Изд-во «Академия», 2010.

2. Комплексная программа социально-экономического развития Карачаево-Черкесской Республики на период 2010-2015 гг., Черкесск, 2010г.

Реализация концепции таможенного оформления и контроля в местах, приближенных к государственной границе РФ, как элемент совершенствования системы менеджмента таможенной службы Российской Федерации

Бойко Всеволод Русланович,
СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 4 курс,
науч. рук. асс. Капуста Б.В.

Менеджмент – это управление в условиях рынка, это вид профессионально осуществляемой деятельности, направленной на достижение определенных намеченных целей путем рационального использования материальных и трудовых ресурсов с применением различных принципов, функций и методов.

Экономический механизм менеджмента решает конкретные проблемы взаимодействия в реализации социально-экономических, технологических, социально-психологических задач, возникающих в процессе деятельности организации.

В каждой сфере деятельности, существуют свои особенности управления. Но основные функции остаются неизменными. Также и в таможенном деле. Главным критерием оценки эффективности работы таможенных органов являются результаты их деятельности в решении возложенных на них задач. Научные основы менеджмента в значительной степени применяются на практике в отношении таможенной системы России. За последние годы совершенствование планирования, прогнозирования, организации, мотивации и контроля таможенной деятельности выделено в таможенных органах в разряд приоритетных направлений. И это не случайно, поскольку без совершенствования кадровой работы, форм управленческой деятельности, повышения профессионализма, организованности и дисциплины невозможно решить задачи, поставленные перед таможенной службой страны.

Система работы таможни в РФ постоянно развивается, появляются проекты, направленные на оптимизацию работы, на улучшение качества оказываемых услуг. Одним из таких проектов является Концепция таможенного оформления и контроля в местах, приближенных к государственной границе РФ.

Эта концепция предусматривает поэтапный переход к таможенному оформлению и контролю в приграничных субъектах РФ и переносу пунк-

тов таможенного оформления из крупных городов на приграничные территории. В частности, Концепцией предусмотрено развитие сети таможенно-логистических терминалов, на которых будет производиться таможенный контроль и таможенное оформление.

Реализация Концепции – это и развитие приграничных регионов страны, в том числе создание новых рабочих мест, развитие сферы услуг и транспортного сообщения, а также снижение транспортной нагрузки на крупные российские города.

В ходе реализации Концепции будет происходить совершенствование таможенного администрирования за счет внедрения в практику таможенного оформления новых технологий таможенного оформления, предусматривающих внедрение института предварительного информирования таможенных органов о ввозимых товарах, использования полнофункциональной модели системы управления рисками с актуализированной ценовой информацией о ввозимых товарах в соответствием с особенностями конъюнктуры мирового рынка на момент осуществления соответствующей процедуры контроля, возможности осуществления декларирования товаров и представления документов в электронной форме.

В 2011 году была проведена работа, направленная, в первую очередь, на увеличение пропускной способности действующих таможенно-логистических терминалов и эффективное использование перспективных таможенных технологий (электронное декларирование с использованием сети Интернет и технологии удаленного выпуска).

Так, за 11 месяцев 2011 года было оформлено более 28 тысяч деклараций с применением технологии электронного декларирования с использованием сети Интернет, что составляет 65% от общего количества деклараций на товары, оформленных таможенными постами. С применением технологии удаленного выпуска, к примеру, Выборгской таможней оформлено 1629 товарных партий, причем почти 60% из них оформлено на Выборгском таможенном посту (ОТО и ТК №2 в пос. Тамиссуо).

Статистические данные о показателях работы таможни, демонстрируют, что реализация Концепции таможенного оформления и контроля в местах, приближенных к границе РФ, является важным элементом совершенствования системы менеджмента таможенной службы Российской Федерации.

Теория морского могущества Т. Мэхэна в современной трактовке

Буканова Нелли Сергеевна,
СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 3 курс,
науч. рук. доц. Никифорова С.О.

В настоящее время все чаще обращаются к теории морского могущества Альфреда Т. Мэхэна, которая была изложена впервые в самом важном труде «Влияние морской мощи на историю 1660−1783», изданном в 1890 г.

История морского могущества есть в значительной мере повествование о состязаниях между нациями, взаимном соперничестве, о насилии, часто заканчивающемся войной. Морская цивилизация у Мэхэна выступает как торговая цивилизация.

Для Мэхэна главным инструментом политики является торговля. Военные действия должны лишь обеспечивать наиболее благоприятные условия для создания планетарной торговой цивилизации. Мэхэн рассматривает экономический цикл в трех моментах:

- производство (обмен товаров и услуг через водные пути);
- навигация (которая реализует этот обмен);
- колонии (которые производят циркуляцию товарообмена на мировом уровне).

Актуальность статьи определяется, прежде всего, той ролью, которую океан и океанские коммуникации играли и продолжают играть в жизни человечества. Несмотря на огромные перемены в науке и технике, морские коммуникации и в начале XXI в. остаются основным связующим звеном между странами и континентами. Россия не является исключением в этом процессе. С укреплением интеграции нашей страны в глобальную экономическую систему возрастает роль морских перевозок. Кроме того, Россия обладает еще и одной из самых протяженных в мире морских границ, что делает развитие военно-морского флота одной из приоритетных задач политики национальной безопасности.

Мэхэн считал, что анализировать позицию и геополитический статус государства следует на основании следующих критериев:

- географическое положение Государства, его открытость морям, возможность морских коммуникаций с другими странами. Протяженность сухопутных границ, способность контролировать стратегически важные регионы. Способность угрожать своим флотом территории противника;
- физическая конфигурация государства, т.е. конфигурация морских побережий и количество портов, на них расположенных.
- протяженность территории. Она равна протяженности береговой линии;
- статистическое количество населения. Оно важно для оценки способности Государства строить корабли и их обслуживать;
- национальный характер. Способность народа к занятию торговлей, так как морское могущество основывается на мирной и широкой торговле;
- политический характер правления. От этого зависит переориентация лучших природных и человеческих ресурсов на созидание мощной морской силы.

Уже из этого перечисления видно, что Мэхэн строит свою геополитическую теорию исходя исключительно из морской силы и ее интересов.

Понятие морское могущество основывается для него на свободе морской торговли, а военно-морской флот служит лишь гарантом обеспечения этой торговли. Мэхэн идет и еще дальше, считая морскую силу особым типом цивилизации, наилучшим и наиболее эффективным, а потому предназначенным к мировому господству.

Роль Мирового океана в жизни общества сложно переоценить. В настоящее время это важнейшая транспортная «артерия», которая состоит из морских пространств с различным правовым режимом и в большей части из морских пространств открытого моря, не подчиненных суверенитету какого-либо государства.

В современном мире международному судоходству отводится важная роль в деятельности всех государств. За последние годы происходит очевидное развитие мировой экономики и морских перевозок.

Что касается Российской Федерации, то в стране активно функционирует транспортный, рыбопромысловый, научно-исследовательский и военно-морской флот. Действуют 9 пароходств, 43 морских торговых порта. Протяженность морских границ России составляет свыше 38 тысяч километров, что без учета торговли со странами СНГ составляет 60% от всего внешнеторгового грузооборота России. Ежегодно на российском континентальном шельфе добывается около 1,5 миллионов тонн нефти. Российскими рыболовными судами только за 2004 г. добыто почти три миллиона тонн морепродуктов, из них более двух миллионов тонн – в исключительной экономической зоне Российской Федерации. Сотни тысяч российских моряков и рыбаков работают по всему миру на судах под российским (45 тыс.) или иностранным (25 тыс.) флагами. Для многих семей в России морской промысел является основным источником средств к существованию.

Отмечая общие тенденции мировых морских перевозок в части участия Российской Федерации в перевозках, например, сырой нефти, то такие перевозки возросли на 3,5 5 до 1,66 млрд. тонн. Важным событием этого периода стало увеличение российского экспорта (до 116,9 млн. тонн). Сырая нефть, поставляемая из России и не имеющих выхода к морю стран Каспийского региона (Азербайджана, Казахстана и Туркменистана) традиционно транспортируется по трубопроводам до портов на Черном море. Возрастающий объем экспорта создает проблемы, связанные с увеличением числа судов, следующих через проливы Босфор и Дарданеллы, через которые ежедневно проходит примерно 150 судов. Пропускная способность недавно построенного глубоководного порта Приморск, находящегося к северу от Санкт-Петербурга, была увеличена с 18 до 30 млн. тонн, включая подведение к нему трубопровода. Была увеличена также пропускная способность терминала «Ижевский» в порту Калининград. Отгрузки из порта Мурманск по-прежнему осуществляются после перегрузки нефти с судов, доставляющих ее из портов Белого моря.

В последние годы Россия входит в число 35 основных морских стран (в совокупном дедвейте мирового флота), которые контролируют 97,5 % мирового торгового флота.

Важно подчеркнуть, Россия крайне заинтересована в обеспечении безопасного судоходства в целях реализации своих экономических, политических и оборонных интересов. Это объясняет, в частности, приоритетное значение военно-морской деятельности Российской Федерации в Мировом океане. Причем защита российских интересов на море, а также обеспечение внешнеполитических и международно-правовых условий полноценного участия страны, российских граждан и юридических лиц в исследовании и использовании Мирового океана находится в центре внимания Министерства иностранных дел РФ и ряда других органов исполнительной власти, включая силовые ведомства, Главштаб ВМФ, а также руководителей прибрежных регионов, российских судовладельцев, компаний, ведущих разработку ресурсов континентального шельфа. Для координации деятельности ведомств по защите национальных интересов создана и успешно функционирует Морская коллегия при Правительстве России.

В последнее время в международном морском праве появились новые проблемы, большая часть которых представляет собой новые вызовы и угрозы международному миру и безопасности. Целый ряд проблем связан с международно-правовым регулированием борьбы с этими вызовами и угрозами, которые имеют место и в Мировом океане.

События последних лет демонстрируют опасность новых угроз судоходству и жизни людей: захват чеченскими террористами турецкого парома «Аврасия» с российскими гражданами на борту в 1996 г., взрывы американского эсминца «Коул» в 2000 г. и французского танкера «Лимбург» в 2002 г.

Весьма тревожны некоторые тенденции, направленные на ограничение судоходства в связи с развитием перевозок нефти и других опасных грузов. При правомерном осуществлении свободы судоходства, а также в результате инцидентов на море происходит загрязнение морской среды. Отсюда особая острота проблемы для ряда морских районов. Известные экологические катастрофы на море, особенно с танкером «Престиж» в 2002 г., являются подтверждением этой тенденции.

Мировому сообществу предстоит ужесточать меры по пресечению незаконной транспортировки оружия массового уничтожения, в том числе морем, и связанных с ним материалов, а также других видов оружия, наркотиков, и противодействию международному терроризму в целом.

Здесь необходимо создание прочной международно-правовой базы. Важным шагом в этом направлении является принятие под эгидой Международной морской организации Протокола, дополняющего Конвенцию о борьбе с незаконными актами, направленными против безопасности морского судоходства.

Тем не менее, необходимо принять универсальную многостороннюю конвенцию, которая послужит базовым документом для осуществления антитеррористической деятельности как самими государствами, так и компетентными международными структурами и спецслужбами государств. Указанная конвенция также послужит правовыми рамками для принимае-

мых соответствующих мер по борьбе с этим феноменом во всех его формах и проявлениях

С точки зрения защиты различных интересов Российской Федерации, в том числе и в водах Мирового океана, а также безопасности плавания российских судов, экипажей и людей на борту, представляется необходимым сохранение и закрепление разрешительного порядка применения силы государством в случае реальной и существенной угрозы его безопасности.

Проблемы терминологии концепции устойчивого развития регионов

Бурлаков Никита Алексеевич,
СПбГУСЭ, ИРЭиУ, аспирант,
науч. рук. доц. Линькова Г.Г.

Концепция перехода к устойчивому развитию РФ была разработана в 1996 году, но до сих пор остается невостребованной при реализации конкретных проектов. В России отсутствует общепринятая интерпретация понятия «устойчивое развитие» (далее – УР), при этом оно активно используется на всех государственных уровнях. Под устойчивым развитием в России, как правило, понимают постоянный экономический рост. На самом деле как раз наоборот – понятие устойчивого развития возникло в Европе как альтернатива послевоенному бурному наращиванию промышленных мощностей, которое привело к отрицательным последствиям в обществе. Тогда-то и задумались о необходимости сбалансированного развития индустриальных потенциалов территорий – с учетом последующих поколений.

Категория устойчивого развития имеет немало сходных трактований. Достаточно емким представляется определение, которое было сформулировано в докладе Международной комиссии по окружающей среде и развитию (МКОСР) «Наше общее будущее» в 1987, а именно: «Устойчивое развитие — это такое развитие, которое удовлетворяет потребности настоящего времени, но не ставит под угрозу способность будущих поколений удовлетворять свои собственные потребности. Оно включает два ключевых понятия:

- понятие потребностей, в частности потребностей, необходимых для существования беднейших слоев населения, которые должны быть предметом первостепенного приоритета;

- понятие ограничений, обусловленных состоянием технологии и организацией общества, накладываемых на способность окружающей среды удовлетворять нынешние и будущие потребности».

Такая трактовка понятия устойчивого развития, как мне представляется, не может утратить своей актуальности и в долгосрочной перспективе, так как она имеет выраженную гуманистическую направленность на будущие потребности общества, т.е. будущих поколений.

В контексте этого определения устойчивого развития можно анализировать экономические отношения, складывающиеся в регионе.

В то же время в экономико-правовых документах встречаются и краткие определения устойчивого развития, формулируются тезисы наполнения этого определения. Они предметно отражают отдельные важные экономические аспекты сущности «устойчивого развития. Среди таких определений можно выделить следующее:

- развитие, которое обеспечивает постоянное простое и / или расширенное воспроизводство производственного потенциала на перспективу.

Вопросы теории устойчивого развития активно исследуется в последнее десятилетие. В государственных документах различных стран в качестве базовой идеологии также используется понятие устойчивого развития. Более чем в 100 странах созданы Советы по устойчивому развитию и национальные программы перехода к устойчивому развитию. Внимание к устойчивому развитию отмечено и в России.

Устойчивое развитие (англ. sustainable development) в отечественных реалиях наиболее часто определяется как процесс изменений, в котором:

- эксплуатация природных ресурсов,
- направление инвестиций,
- ориентация научно-технического развития,
- развитие личности и институциональные изменения согласованы друг с другом и укрепляют нынешний и будущий потенциал для удовлетворения человеческих потребностей и устремлений. [2]

Особо следует отметить, что ряд международных организаций системы ООН включило в свою деятельность существенную экологическую составляющую, ориентированную на переход к устойчивому развитию, ориентируясь именно на эксплуатацию природных ресурсов.

Чтобы быть устойчивым, развитие должно обеспечить рост — или, по крайней мере, неуменьшение — во времени всех активов, включая не только традиционно подсчитываемый физический капитал, но также природный и человеческий капитал.

В то же время остается дискуссионной трактовка понятия «устойчивое развитие», если:

- основное внимание исследования фокусируется преимущественно на экологической составляющей,
- проводится анализ развития региона в контексте политических, экономико-социальных, экологических, культурологических, морально-этических и прочих параметров, что выводит проводимые исследования за пределы экономических проблем региона, размывая его границы.

Очевидно, что единого, обязательного для всех регионов форм устойчивого развития быть не может. Можно лишь говорить о разработке мероприятий, помогающих обеспечить достижение определенных промежуточных целей, которые могут уточняться и видоизменяться в процессе модернизации экономики всей страны и общества в целом. Механизм корректировки программ устойчивого развития, которое удовлетворяет требо-

ваниям текущего периода и возможности развития региона в будущем создания соответствующей правовой основы.

Я считаю, что начинать необходимо с закона о путях устойчивого развития и корреляции существующих программ.

Например, центральной задачей предстоящего десятилетия является качественное улучшение хозяйственного климата в Санкт-Петербурге. Без этого в последующий период модернизация экономики и устойчивый экономический рост будут невозможны.

Приоритетным направлением деятельности остается обеспечение экологической безопасности. При этом «необходимы открытость и доступность экологической информации для населения Санкт-Петербурга и активное участие граждан и общественных организаций в решении задач охраны окружающей среды».

Каждый сценарий развития региона, отрасли или конкретного предприятия имеет плюсы и минусы. Поэтому концепция УР должна сопровождаться комплексным исследованием, построением сценариев развития принятых решений (с положительными и отрицательными последствиями). Губернаторы зачастую делают выбор «под воздействием слова «инвестор» и только позже задумываются о проблемах». Между тем в основе принятия решений в первую очередь должен стоять вопрос: как это отразиться на человеке и территории? Да и можно ли говорить о стратегии, если правительство не определилось с долгосрочной промышленной политикой. На Западе считается хорошим тоном отчет представителя власти или бизнеса о том, что им лично, его представителем сделано для устойчивого развития страны. Ученые всего мира работают над тем, как можно перезагрузить понятие УР и придать новый импульс решению проблем.

От того какой путь выберет Россия, Санкт-Петербург, будет зависеть наша судьба. Сегодня состояние окружающей природы – вопрос экономики. Ради своего благополучия во всех направлениях нужно повышать ценность природы. Человечество недостаточно это осознает, нам нужны реальные шаги в этом направлении. Модернизация хозяйства должна идти по пути снижения вредных выбросов, малоотходности и ресурсосбережения. «Зеленые» технологии становятся модными, но одна только политическая воля без участия гражданского общества не обеспечит изменения нашего сознания.

По мнению экспертов в Санкт-Петербурге проделана большая работа, разработаны предложения по устойчивому развитию нескольких районов, эти материалы обобщены. Однако в отсутствии поддержки идеи уровень ее распространения не высок. В качестве одного из примера демонстрирующего потребительское отношение к территории, эксперты приводят проект организации движения скоростного поезда «Аллегро» на Северо-Западе Ленинградской области. Руководство РЖД из четырех вариантов выбрало именно тот, который нанесет территории и людям самый большой ущерб. Экспертиза показала, что этот вариант отрицательно повлияет на ландшафты, демографию и занятость населения. Принятие такого решения

полностью нарушает принцип устойчивого развития, провозглашённый правительством. От реального понимания до реализации – путь большой. На уровне государства никаких конкретных шагов с 1996 года сделано не было. Только в последнее время власти начали вдумываться, что это несет в себе. Территория – комплексное понятие, это природная система, демографическая, социальная инфраструктура.

Не смотря на наличие структур, которые болеют за устойчивость общественной системы – мы не движемся вперед. Я считаю, что нужны кардинальные изменения. И одно из них – это объединение города и области. Город задыхается в своих территориальных рамках. Мы стали конкурентами с областью по привлечению зарубежных инвестиций. Следует объединить наши потенциалы, технические и интеллектуальные усилия.

СОСТОЯНИЕ РАЗВИТИЯ РЫНКОВ ТРУДА – ФЕДЕРАЛЬНЫХ И РЕГИОНАЛЬНЫХ, ИХ ОСОБЕННОСТИ И ВЗАИМОСВЯЗИ[8]

Вязова Наталия Сергеевна,
СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 4 курс,
науч. рук. доц. Гольм Д.О.

Рынок труда, представляющий собой систему социально-трудовых отношений по поводу использования рабочей силы, в любой стране находится под наиболее пристальным вниманием экономистов и политиков, так как сам товар на этом рынке непосредственно связан с человеком, его жизнью, благосостоянием, развитием и воспроизводством. В любом современном обществе всегда существует часть населения, которая желает работать, причем неважно, является ли эта часть населения занятой или ее можно отнести к безработным.

В системе экономических отношений рынок труда занимает важное место. На этом рынке сталкиваются интересы трудоспособных людей и работодателей, которые представляют государственные, муниципальные, общественные и частные организации. Отношения, складывающиеся на рынке труда, имеют ярко выраженный социально-экономический характер. Они затрагивают насущные потребности большинства населения страны.

Через механизм рынка труда устанавливаются уровни занятости населения и оплаты труда. Существенным следствием, происходящих процессов на рынке труда, становится безработица – в целом негативное, но практически неизбежное явление общественной жизни.

Рынок труда является одним из индикаторов, состояние которого позволяет судить о национальном благополучии, стабильности, эффективно-

[8] Статья подготовлена в рамках государственного задания на выполнение НИР на тему: Формы и методы управления социально-демографическими процессами и развитием рынков труда с учетом их региональной специфики. Задание Минобразования РФ (тема № 6.4517.2011).

сти социально-экономических преобразований. Складывающаяся многоукладная экономика и ее структурная перестройка предъявляют новые требования к качеству рабочей силы, ее профессионально-квалификационному составу и уровню подготовки, обостряет конкуренцию между работниками. Тем самым актуализируются задачи выяснения влияния факторов, которые формируют процессы на рынке труда, оценки закономерностей, тенденций и перспектив его развития.

Занятость населения составляет необходимое условие для его воспроизводства, так как от нее зависят уровень жизни людей, издержки общества на подбор, подготовку, переподготовку и повышение квалификации кадров, на их трудоустройство, на материальную поддержку людей, которые лишились работы. Поэтому, такие проблемы, как занятость населения, безработица, конкурентоспособность рабочей силы и, в целом рынок труда, актуальны для экономики страны и актуальны для рассмотрения.

На современном этапе развития экономики рынок труда представляет собой систему общественных отношений, отражающих уровень развития и достигнутый на данный период баланс интересов между присутствующими на рынке силами: предпринимателями, трудящимися и государством. Другими словами, рынок труда – это механизм или институт, сводящий вместе покупателей (работодателей) и продавцов (работников) труда. На рынке труда существуют три основных агента: предприниматели, профсоюзы и государство. Государство же выступает в качестве работодателя на государственных предприятиях и в качестве инвестора, финансируя крупные проекты и программы развития. Однако главная его функция заключается в определении правил регулирования интересов партнеров и противостоящих сил.

Эффективное функционирование общенационального рынка труда зависит от степени мобильности людей, их готовности и возможности к переселению в трудодефицитные районы. В настоящее время такая мобильность в России носит деформированный характер. Свободное перемещение людей затрудняется, во-первых, значительной протяженностью территории страны; во-вторых, большими различиями природно-климатических условий в регионах; в-третьих, существенной дифференциацией уровней их экономического развития, что ведет к однонаправленному оттоку населения из менее благоустроенных районов Севера, Восточной Сибири, Дальнего Востока в центральные экономически более развитые районы и особенно в крупные города; в-четвертых, общим низким уровнем оплаты труда и обнищанием населения вследствие ошибок, допущенных при разгосударствлении и приватизации «общенародной» собственности. Еще одним фактором являются особенности менталитета российского народа, проявляющиеся в привязанности к привычному месту проживания и привычной работе.

В заключении необходимо добавить, что рынок труда это не только отношения между наемными работниками как субъектами предложения труда и предпринимателями как субъектами спроса, возникающие по поводу купли- продажи этого труда. Так как рынок труда испытывает колос-

сальное влияние со стороны различных субъектов трудовых отношений: это и профсоюзы, отстаивающие интересы наемных работников, и государство, поддерживающее интересы как работников, так и работодателей посредством специализированных организаций и законодательного регулирования трудовых отношений, и предпринимательские объединения, создающиеся в противовес профсоюзам.

Также нельзя замыкаться на каком-либо отдельном сегменте рынка труда, считая ситуацию на нем общей для рынка труда в целом. Ведь политика государства на рынке труда в целом только тогда может быть результативной, когда она осуществляется дифференцированно для каждого из его сегментов.

Целенаправленное государственное преобразование в области подготовки и переподготовки кадров, в совокупности с другими мерами на остальных сегментах может быть по-настоящему эффективной. Чтобы начать эффективно решать проблемы на рынке труда, нужно сначала реформировать все сферы экономической, политической и социальной жизни общества.

В политике занятости подавляющего большинства стран сегодня превалируют меры, направленные не на прямое субсидирование создания новых рабочих мест (что является дорогостоящим и недостаточно эффективным), а на развитие потенциала работников и их адаптацию к реальным потребностям экономики. В отношении безработных это означает содействие формированию и сохранению у них мотиваций и навыков, необходимых для занятия рабочих мест, когда они появятся. Представляется, что такой подход, направленный на предотвращение деградации рабочей силы, отвечает условиям России и соответствует возможностям службы занятости.

Первостепенная проблема нашей экономики на пути реформ – это формирование цивилизованного предпринимательства, ориентированного на создание отечественной рыночной экономики и высококачественного рынка труда. Сделаны лишь первые шаги в этом направлении.

Уровень формирования российского рынка труда определяется прежде всего степенью удовлетворения жизненных потребностей населения страны рыночным хозяйствованием, способностью отечественной системы наёмного труда обеспечивать прогресс общества не только в технике, науке, производстве, но самое главное – в повышении благосостояния и уровня жизни всего населения.

При решении вопросов регулирования занятости населения важно учитывать специфические черты российской модели рынка труда. Это: более высокая степень коллективизма как традиционного способа взаимной поддержки работающих (отсюда преобладающими, видимо, останутся и коллективные формы найма и увольнения, социальной поддержки в сфере труда); разная скорость движения к рынку различных отраслей и секторов экономики; неравномерность перехода к рынку в отдельных регионах, городах и сельской местности.

Регулирующая роль государства должна состоять в постоянном поддержании сбалансированности экономических приоритетов и приоритетов занятости в программах экономических преобразований.

Список литературы:

1. Трудовой кодекс Российской Федерации, М.: Познавательная книга+, 2002.
2. Комментарии к трудовому кодексу РФ – М.: ИНФРА-М, 2002.
3. Закон Российской Федерации «О занятости населения в Российской Федерации» от 11.04.96 г.
4. Шуркалин А.К., Основы экономической теории – М: ИНФРА-М, 2001.
5. Гавриленков Е., Российская экономика: перспектива макроэкономической политики, Вопросы экономики, 2000. – с.21-35.

ФОРМИРОВАНИЕ ОТЧЁТНОСТИ В УСЛОВИЯХ ВСТУПЛЕНИЯ РОССИИ В ВТО

Григорьева Ксения Викторовна,
СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 3 курс,
науч. рук. к.э.н., доц. Шмаль В.В.

Вступление России в ВТО является одним из приоритетных вопросов и для Правительства РФ, и для Европейского Союза. Несмотря на то, что в ходе последних переговоров диалог о вступлении получил позитивное развитие, проблемы по-прежнему остаются. Ключевым вопросом на переговорах по-прежнему остается сфера услуг (транспорт, финансовый рынок, телекоммуникационный рынок). Требования иностранцев касаются увеличения прозрачности компаний в этой сфере, улучшения условий иностранного участия в капитале и органах управления компаний. Российская сторона, в свою очередь, стремится сохранить ограничения на деятельность иностранцев в России.

Внедрить международную систему финансовой и бухгалтерской отчетности. Это обеспечит общую сопоставимость отчетности российских и иностранных компаний, увеличит число совместных проектов.

Проведение для предприятий и организаций района учебы:

- руководителей: по разработке среднесрочной программы развития предприятия, включающей в себя: внедрение международной системы менеджмента качества ИСО-9000, экологического менеджмента ИСО-14001, методов корпоративного управления и другие.

- юристов по изучению: многосторонних соглашений и правил ВТО, Федеральных законов «О техническом регулировании», «О специальных защитных антидемпинговых и компенсационных мерах при импорте товаров».

- руководителей финансовых служб, бухгалтеров: по изучению и внедрению международных стандартов финансовой и бухгалтерской отчетности.

Разработка концепции политики в сфере качества, сертификации иконкурентоспособности в условиях вступления России в ВТО.

Минус – в ожидаемом уменьшении доходов российских предприятий ряда отраслей на внутреннем рынке вследствие чего слабые станут слабее, ускорятся процессы банкротства, поглощений, слияний.

С точки зрения официально принятой стратегии развития России альтернативы этому решению нет. Вопрос в том, как, не упуская возможностей, отстоять российские интересы. Остается лишь надеяться, что Правительство России найдёт нужный баланс “за” и “против”, добьётся у ВТО необходимых условий и достаточно длительного переходного периода.

Что следует ожидать в случае прихода на российский рынок иностранных конкурентов? Конечно, усилится конкуренция. Но дело не только в этом. Изменятся "правила игры" на российских рынках:

- будут обновлены национальные стандарты регулирования правоотношений продавца и покупателя, внедрены международные стандарты финансовой отчётности и открытости;

- вступят в силу международные правила стандартизации и сертификации продукции, трудовые и прочие стандарты;

- будут исключены поэтапно меры государственного протекционизма в пользу российского производителя (субсидии и льготы, повышение таможенных тарифов и установление квот на импорт, введение дополнительных технических регламентов на импортную продукцию и другие меры);

- внедрятся международные системы предварительной квалификации предприятий-производителей, созданные группами покупателей для защиты от недобросовестных поставщиков.

Российские товаропроизводители пока не готовы аккредитоваться в международных системах квалификации. Этому препятствуют разные причины и обстоятельства. Для присоединения к Achilles и вхождения в ее реестр добросовестных поставщиков сроком на 1 год необходимо представить сведения более чем по 40 аспектам деятельности, а также:

- иметь внедренные системы менеджмента качества продукции по обновлённым международным стандартам ИСО 9001:2000 и 9004:2000, безопасности труда и охраны здоровья, экологической безопасности и продукции ИСО 14001 и 14004 и ряду других стандартов. Причём, эти системы должны быть сертифицированы у аккредитованных в Achilles экспертов;

- производить поставки продукции от своего собственного имени;

- быть свободным от кредиторской задолженности, не состоять в судебных разбирательствах по иным поводам, своевременно производить оплату налогов, сборов, выполнять требования по предоставлению властям и органам ежегодной бухгалтерской отчетности в стандарте МСФО;

- иметь возможность предложить к поставке в любое время в процессе квалификации продукцию;

- иметь удовлетворительную историю поставок и прочее.

Стандарт и система должны стать одними из инструментов развития конкурентоспособности отрасли и быть полезны для унификации требований к поставщикам продукции и услуг, предъявляемых к участникам тендеров и торгов нефтегазовых компаний.

Для российских предприятий необходимость развития конкурентоспособности, независимо от сроков и условий вступления России в ВТО, безальтернативна. Поэтому это событие следовало бы рассматривать скорее как повод задуматься и принять своевременные меры.

Стратегическое планирование развития региона: опыт Новгородской области[9]

Губина Полина Владимировна,
СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 3 курс,
науч. рук. ст. преп. Фугалевич Е.В.

Российская рыночная экономика на современном этапе представляет собой смешанную экономику, в которой элементы государственного контроля переплетаются с элементами воздействия рынка на организацию производства и потребления. Для получения максимального эффекта необходима координация усилий, а стабильность функционирования требует моделирования возможных изменений и выработки оптимальных траекторий экономического развития в таком виде управленческой деятельности как стратегическое планирование. Отсюда стратегическое планирование стало неотъемлемой частью рыночной экономики, с одной стороны отвечая насущным потребностям современного развития как отдельных предприятий, крупных отраслевых и межотраслевых комплексов, регионов, так и экономики страны в целом, а с другой стороны, являясь действенным и центральным инструментом государственного регулирования экономики.

Стратегическое планирование можно определить как процесс определения целей и значений экономических показателей по основным, наиболее важным направлениям социально-экономического развития региона на длительную перспективу на основе прогноза будущего состояния системы, формирование механизма их реализации и представляет собой элемент государственного управления по достижению поставленных целей.

Новгородская область вошла в число победителей общероссийского конкурса региональных стратегий и программ социально-экономического развития среди субъектов Российской Федерации «Регионы России: от

[9]Статья подготовлена в рамках государственного задания на выполнение НИР на тему: Формы и методы управления социально-демографическими процессами и развитием рынков труда с учетом их региональной специфики. Задание Минобразования РФ (тема № 6.4517.2011).

кризиса к развитию».Регион удостоен диплома в номинации «За создание условий для развития малого и среднего бизнеса».

По информации экономического комитета Новгородской области, в 2011 году финансирование мероприятий поддержки малого и среднего предпринимательства за счет средств областного бюджета в сравнении с прошлым годом увеличилось на 30% и составило 27 млн. рублей. В бюджеты 19 муниципальных районов области направлены средства в общем объеме 8,0 млн. рублей на софинансирование муниципальных программ развития малого предпринимательства.

Объем привлеченных федеральных средств на мероприятия поддержки малого бизнеса в 2011 году составил 91,1 млн. рублей. На территории Новгородской области действует 3540 малых и средних предприятий и 17 тысяч индивидуальных предпринимателей. В малом и среднем бизнесе Новгородской области занято около 25% работающего населения региона. Если малый и средний бизнес в стране находятся на высоком уровне, то ей не страшны экономические кризисы, ведь именно малый бизнес обеспечивает государству стабильную экономику. По России доля малого бизнеса в ВРП – около 17%, в Новгородской области эта цифра ниже – около 11 %. Безусловно, это не лучший результат. Усилия прикладываются как на федеральном, так и на региональном уровне. В области в настоящее время создаются гарантийный фонд малого и среднего бизнеса и бизнес-инкубатор – информационный центр. Также в регионе уже второй год работает такая мера, как компенсация процентной ставки малым предприятиям в размере 2/3 по кредитам.

Стратегия социально-экономического развития Новгородской области рассчитана до 2020 года. Она создана на основании требования Минрегионразвития и Минэкономразвития. Благодаря Стратегии, регион может рассчитывать на определенную субсидию из инвестиционного фонда, которая будет направлена на развитие объектов инфраструктуры в регионе. Главная цель – повышение уровня и качества жизни населения области, формирование благоприятных условий социально-экономического развития области на долгосрочную перспективу. На деле это будет означать, что жизнь каждого человека в области станет более обеспеченной и комфортной.

Основными целями стратегического плана в условиях инновационной экономики были определены:

Подготовка рабочей силы – эффективное обучение как новых, так и опытных сотрудников.

Конкурентоспособность рабочей силы – повышение эффективности и результативности развития рабочей силы и нормативно-правовой системы, которая поможет работникам и работодателям справляться с вызовами всемирной конкуренции.

Безопасные защищенные рабочие места – обеспечение гарантий того, что рабочие места будут безопасными; работники получат заработок, соответствующий занимаемой должности.

Усиление экономической защиты – прозрачность деятельности профсоюзов, обеспечение пособия по пенсионному и социальному страхованию.

В Стратегии рассматривается, каким образом должен развиваться регион, какие отрасли промышленности являются преимущественными. Для Новгородской области это такие отрасли, как строительство (в том числе производство строительных материалов), легкая промышленность, туризм.

На данный момент основная задача органов государственной власти области состоит в том, чтобы обеспечить открытость экономики субъекта для прихода иностранный инвестиций, так как для реализации намеченных проектов необходим приток средств в экономику субъекта.

Создаются индустриальные площадки. Их основная задача – привлечение новых инвесторов в область. Инвестиции могут касаться разных направлений промышленности зон в области. Таких зон в области должно быть, как минимум, три (Промышленный север, рекреационно-туристический Центр и временно проблемный Юг).

Немаловажен опыт других стран в разработке и использовании стратегического планирования.

В 2007 г. Национальная ассоциация губернаторов США (NGA) разработала и провела официальную презентацию стратегической инициативы ”Инновационная Америка”, нацеленной на усиление конкурентоспособности Соединенных Штатов в глобальной экономике на основе повышения способности регионов к инновациям.

Стратегическая инициатива ”Инновационная Америка” дает ответы на следующие вопросы:

Как создать хорошие рабочие места

Как способствовать росту экономики на уровне отдельных штатов

Как повысить конкурентоспособность штатов и страны в целом

Основным стратегическим направлением деятельности региональных властей в условиях ”новой экономики” должно стать формирование такой экономической среды, которая будет способствовать поддержке технологических перемен, предпринимательского духа, поощрять приобретение знаний и повышение квалификации.

Одним из основных критериев успешности местной экономики должен стать рост доходов. Гораздо более высокие доходы могут обеспечивать своим жителям регионы с высокой концентрацией интеллектуальных секторов производства, а не низко- и среднетехнологичных производств.

Уже сейчас штаты, наиболее активно проводящие политику развития кластеров, создали крупные долгосрочные ”инновационные” фонды, обслуживающие фирмы, входящие в кластеры.

В условиях «новой экономики» основным приоритетом для успеха функционирования кластеров является привлечение и удержание творческих людей, генерирующих идеи. Задача по привлечению «творческого класса» актуальна как для крупных городов, так и для небольших поселений, как для вновь формирующихся кластеров, так и для уже функциони-

рующих. Таким образом, главная сила кластеров заключается в нематериальных активах, особенно в знаниях работников компаний и механизмах, позволяющих быстрее обмениваться ими.

Соотнесение подходов и анализ результатов опыта помог бы выявить недостатки Концепции-2020, ведь экономика США перешла на уровень, где успех зависит от того, насколько глубоко знания, технологии и инновации ”проникли” в продукты и услуги.

В стратегии Новгородской области определены основные задачи стратегического развития, показан образ будущего и миссия области, разработаны основные индикативные показатели социально-экономического развития области до 2020 года, пути и механизмы их достижения, место и роль органов государственной власти, органов местного самоуправления и хозяйствующих субъектов при реализации Стратегии.

2030 год не является точкой окончания социально-экономического развития Новгородской области. Для решения отдельных проблем понадобится гораздо большее время. Направление дальнейших исследований социально-экономического развития Новгородской области должны быть направлены на детальную разработку планов и программ по развитию отдельных отраслей экономики и социальной сферы, как организационной основы реализации стратегии социально-экономического развития Новгородской области.

Список литературы:

1. Кузык Б.Н. Прогнозирование, стратегическое планирование и национальное программирование – М: Экономика, 2011. – 289 с.
2. Росстат, http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat/rosstatsite/main
3. Администрация Новгородской области, http://region.adm.nov.ru

ВТО и Таможенный Союз

Димитриева Кира Николаевна,
СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 4 курс,
науч. рук. асс. Капуста Б.В.

16 декабря 2011 года в Женеве состоялась церемония подписания протокола о присоединении России к ВТО. Полноправным членом ВТО Россия станет не позднее середины лета 2012 года. Она должна будет до 15 июня ратифицировать пакет документов, требуемых для вступления в организацию. И спустя 30 дней после оповещения ВТО о ратификации документов Россия войдет в организацию. И поэтому сейчас как никогда актуальна тема последствий вступления России в ВТО для Таможенного союза. В данной статье будут рассмотрены последствия развития рынка ВЭД с точки зрения изменений в области таможенного администрирования.

Последствия вступления ВТО – тема сложная. Делать прогнозы на основе опыта стран, ранее вступивших в ВТО, для Российской Федерации в полной мере невозможно, так как перед каждой страной при вступлении в ВТО стояли разные задачи.

Очевидно, что на сегодняшний день главная задача, которая продолжает стоять перед Россией в контексте вступления в ВТО – это не оценка текущих выгод, а определение того, какие высокотехнологичные отрасли мирового уровня наша страна хочет и имеет возможность восстановить (либо создать) в течение 5 – 7 лет. Понимание того, в каких технологических отраслях России необходимо сохранить приоритет, обеспечить их защиту и развитие, стремиться к мировому лидерству – обязательное условие для того, чтобы Россия заняла достойное место в мировых торговых отношениях.

При вступлении в ВТО Россия, как и любая другая присоединяющаяся страна, принимает на себя обязательства обеспечить соответствие национальных нормативно-правовых актов нормам соглашений ВТО и обязательствам, вытекающим из этих соглашений.

Основная направленность требований к таможенному законодательству, содержащихся в соглашениях ВТО – максимальное облегчение торговли без ущерба экономическим интересам стран – участниц. Таможенное администрирование должно реализовываться посредством прозрачных, ясных и предсказуемых процедур прохождения таможенных формальностей, позволяющих максимально ускорить товарооборот.

На текущий момент нормативно-правовая база России в сфере таможенного регулирования полностью соответствует требованиям ВТО, в том числе в таких чувствительных вопросах, как контроль таможенной стоимости, защита интеллектуальной собственности. Таким образом, главной задачей таможенных органов при вступлении России в ВТО будет обеспечение грамотного и профессионального администрирования

Остановимся на конкретных направлениях таможенного администрирования, которым с вступлением России в ВТО будет необходимо уделять самое пристальное внимание.

1) При вступлении России в ВТО неизбежно снижение ставок импортных таможенных пошлин, в перспективе возможно и снижение ставок экспортных таможенных пошлин. В связи с этим следует ожидать значительного снижения поступлений в доходную часть бюджета Российской Федерации. Снижение ставок импортного тарифа, вероятно, отчасти компенсируется увеличением объемов ввоза иностранных товаров, вызванным спадом производства в стране из-за неравной конкуренции.

Таможенная стоимость является базовой категорией таможенного администрирования, поскольку влияет на объемы таможенных платежей. В условиях жесткого «связывания» импортного тарифа нормами ВТО должный контроль за таможенной стоимостью остается единственным возможным механизмом обеспечения полноты собираемости таможенных платежей.

2) В условиях снижения объемов таможенных платежей прогнозируется изменение основной направленности деятельности таможенных органов в сторону контроля запретов и ограничений, контроля соблюдения прав интеллектуальной собственности.

При этом в условиях повышения интенсивности внешнеэкономической деятельности при снижении поступлений таможенных платежей основной акцент в области таможенного контроля должен быть перенесен на этап «после выпуска товаров».

Основной нормативный фундамент организации контроля после выпуска товаров заложен в таможенном законодательстве Таможенного союза. Необходимо дальше продолжить разработку нормативной правовой базы в сфере постконтроля. Целесообразно воспользоваться международным опытом применения системы управления рисками, выработке критериев дифференциации участников ВЭД в целях предоставления добросовестным декларантам максимальных преимуществ, предусмотренных таможенным законодательством.

3)Участие в ВТО обяжет российскую сторону пересмотреть свои транспортные тарифы в сторону уменьшения. В условиях снижения транспортно-логистических издержек можно прогнозировать значительное увеличение объемов перевозок грузов. Значительное увеличение грузопотоков может произойти вследствие прихода на российский рынок крупных западных компаний, специализирующихся на автомобильных перевозках и способных предоставить качественные услуги по логистике и сервису.

Увеличение транспортной нагрузки повлечет за собой необходимость наращивать пропускные мощности пунктов пропуска. Для таможенных органов это может означать серьезную нагрузку на таможенно-логистическую инфраструктуру, расположенную в приграничных регионах и традиционные претензии к таможенной службе из-за проблем участников ВЭД при пересечении государственной границы в МАПП.

4) В современных реалиях высокотехнологическое оборудование не может производиться одной страной. Для конкурентоспособности российским предприятиям необходимо широкое распространение технологической кооперации.

Сегодня Россия, к сожалению, не может обеспечить технологическую независимость во всех отраслях. В этой связи изменяется модель технологической кооперации – на сегодняшний день необходимо выбирать лучшие иностранные технологии для того, чтобы получить продукт международной интеграции. Параллельно с этим необходимо переходить на современную идеологию – сегодня актуально продавать полный жизненный цикл изделия, включающий от конструкторской разработки, технологии, производства, сервиса, обучения персонала – весь спектр услуг вплоть до утилизации изделия.

В случае успешной реализации такого подхода в перспективе неизбежен рост перемещения запасных частей, деталей, увеличения всех видов

переработки товаров, что повлечет необходимость уделять особое внимание таможенному режиму переработки.

Эффективная деятельность таможенных органов должна быть направлена на содействие развитию внешней торговли Российской Федерации, ускорению товарооборота.

Эффективной деятельности таможенных органов будут способствовать:

максимальное расширение практики осуществления таможенных операций с применением современных информационных технологий (электронное декларирование товаров, предварительное информирование с использованием сетей Интернет и т.п.);

введение системы «одного окна» (при условии функционирования ИИСВВТ на территории Таможенного союза);

углубление межведомственного взаимодействия, в том числе путем интеграции баз данных и использования единых программных средств;

усиление роли аналитических подразделений;

повышение информационной открытости деятельности таможенных органов, усиление взаимодействия с организациями, осуществляющими внешнеэкономическую деятельность;

правоохранительная работа и борьба с коррупцией.

Большая работа по этим направлениям была проделана в рамках создания Таможенного союза. С другой стороны, в плоскости интеграции Таможенного союза и ВТО лежит целый комплекс вопросов и противоречий, требующих разрешения.

Особенности социально-экономического развития СЗФО

Евтушенко Ксения Андреевна,
СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 2 курс,
науч. рук. асс. Шувалова Ю.Ю.

Изучение отдельной территории имеет огромное значение. Это обусловливается возросшей ролью регионального управления, становлением местного самоуправления, влиянием территориальных организаций на социально-экономическое развитие территорий. В связи с этим необходимы: опора на экономическое состояние и уровень развития муниципальных образований и регионов; страхование от влияния на происходящие процессы внутренних и внешних факторов, без чего невозможны высокоэффективная организация управления и принятие решений местными органами власти и управления. Проблемы совершенствования управления социально-экономическим потенциалом в целях ускорения социально-экономического развития регионов, муниципальных образований в процессе регионального воспроизводства в условиях децентрализации — тема новая, мало изученная в отечественной науке и практике. Отечественная экономическая наука

истекшего столетия основное внимание уделяла изучению теории и разработке практических рекомендаций, касающихся регионального воспроизводства и управления ресурсами. Вместе с тем многие вопросы интенсификации использования потенциала развития муниципальных образований, разработки жизнеспособных моделей эффективного использования местных ресурсов остаются недостаточно изученными и дискуссионными в науке и злободневными — в практической деятельности.

В состав СЗФО входят 11 субъектов РФ: Республики Карелия и Коми, Архангельская, Вологодская, Калининградская, Ленинградская, Мурманская, Новгородская, Псковская области, Ненецкий автономный округ и город Санкт-Петербург. Территория составляет 1662,8 тыс. кв.м. (9,8% от общей площади РФ), где проживает 13,7 млн.человек (9,6% населения России). Регионы СЗФО отличаются крайней неравномерностью социально-экономического развития. Здесь находится крупный регион(Санкт-Петербург и Ленинградская область), который опережает в развитии остальные регионы округа. По данным Министерства экономического развития и торговли РФ, естественная убыль населения СЗФО в 2004 году составила более 100 тыс. человек. Это более 14% естественной убыли по РФ в целом.

В отраслевой структуре промышленного производства СЗФО определяющая роль принадлежит машиностроение и металлообработке, пищевой промышленности, лесной, деревообрабатывающей и целлюлозно-бумажной, топливной промышленности, черной и цветной металлургии. В 2003 и 2004 годах во всех регионах наблюдается рост промышленного производства. Самый высокий уровень социально-экономического развития у Санкт-Петербурга и Ленинградской области. СЗФО является промышленно ориентированной территорией с развитой инфраструктурой и преобладанием обрабатывающих отраслей, что определяет его преимущество. Наряду с мощным промышленным потенциалом, СЗФО обладает значительной минерально-сырьевой базой, что, с одной стороны, обуславливает развитие добывающих производств, а с другой – создает благоприятное условие для развития обрабатывающего сектора, а в частности, химического производства, металлургии, деревообработки. В целом минерально-сырьевая база региона характеризуется высокой степенью геолого-географической изученности территории и компактным размещение важнейших видов минерального сырья. Наибольшая доля обрабатывающих производств(больше 30% ВРП) сосредоточена в Вологодской и Новгородской областях. В Ленинградской области и Санкт-Петербурге обрабатывающее производство обеспечивают больше 20% ВРП. В Вологодской области наиболее развита металлургия и химия(Северсталь) в Новгородской – химическая промышленность (Акрон), в Санкт-Петербурге и Ленинградской области- машиностроение. Также можно добавить, что СЗФО- самый крупный район лесозаготовок в стране, на его долю приходится более четверти общероссийского их объема. Основные районы в основном на европейском севере: Республики Коми и Карелия, Архангельская и Вологод-

ская области. По итогам 2010 года индекс промышленного производства в СЗФО составил 108,8%, что выше общероссийского уровня(108,2%). Наиболее существенно промышленное производство выросло в Калининградской и Псковской областях. Высокий темп роста индекса промышленного производства в этих областях достигнут прежде всего, за счет роста выпуска промышленной продукции обрабатывающего производства.

Транспортная система Северного экономического района включает все виды современного транспорта. Основные перевозки осуществляются тремя видам транспорта: железнодорожным, морским и речным. На их долю приходится основная часть грузооборота. Основу транспортной сети составляет железнодорожный транспорт, который связывает регион со всеми районами страны. Морской транспорт играет важную роль в обеспечении межрайонных и внешнеэкономических связей страны. По морям, омывающим территорию района, проходит Северный морской путь, по которому осуществляется перевозка грузов вдоль Арктического побережья. Этой трассой из Норильска в Мурманск доставляется сырье для перерабатывающих предприятий района, на запад вывозят главным образом на экспорт лес. Незамерзающий порт Мурманск – крупнейшая рыбная база страны. Многоотраслевая специализация района предопределяет широкое развитие межрайонных экономических связей. Из района вывозятся значительные объемы различных грузов: нефти, газа, апатитовых руд, леса и лесоматериалов, цветных металлов, бумаги, картона. Для Северного экономического района из-за своеобразных природных, экономических условий и транспортно-экономического положения важным фактором перехода к рынку являются всемирное улучшение использования природно-ресурсного потенциала, развитие транспортной сети и расширение транзитных экспортных функций, создание международных деловых центров, бирж и других объектов рыночной инфраструктуры. Поэтому необходимы широкое комплексное освоение, рациональное использование на основе природосберегающих технологий в первую очередь нефтегазовых ресурсов, выявленных в шельфовой зоне Баренцева моря, а также алмазов, апатитонефелиновых, титановых и железных руд, бокситов, лесных ресурсов и др.

Демографический аспект, то есть изучение состава населения и его изменений является важнейшим аспектом изучения системы расселения любой территории. Население СЗФО на 1 января 2011 года составляет 13,6 млн. человек или 9,5% населения РФ. СЗФО характеризуется высоким уровнем урбанизации. На долю городских жителей приходится 83,6% населения округа, что является самым высоким показателем среди федеральных округов. Однако доля городских жителей относительно невысока. Самый высокий уровень урбанизации в Мурманской области.

Очень важной составляющей региона в целом составляет государственный бюджет. По итогам 2010 года суммарные доходы консолидированных бюджетов субъектов РФ, входящих в СЗФО, составили 758.5 млрд руб., или 11.6% об суммарного объема консолидированных бюджетов всех регионов Российской Федерации. Почти 50% суммарных доходов консо-

лидированных бюджетов субъектов РФ, входящих в СЗФО, приходится на Санкт-Петербург. Кроме того, довольно высокие доходы (больше 50 млрд руб.) генерируются в Ленинградской, Архангельской и Мурманской областях. Самый низкий объем доходов консолидированного бюджета в Ненецком автономном округе. Субъекты РФ, входящие в СЗФО, в целом характеризуются высоким уровнем финансовой независимости. Ни в одном регионе из СЗФО доля безвозмездных поступлений в структуре доходов консолидированных бюджетов не превышает 50%. Самая высокая доля безвозмездных поступлений в структуре доходов консолидированного бюджета в Псковской области, которая составляет 40.1%, что соответствует 56 месту среди всех субъектов РФ. В целом по СЗФО значение показателя по итогам 2010 года составило 17.4%, что ниже, чем по стране в целом (23.1%). При этом три субъекта РФ из СЗФО (Санкт-Петербург, Ленинградская область и Республика Коми) входят в десять лучших регионов РФ по доле собственных доходов в суммарных доходах консолидированных бюджетов. Среди регионов СЗФО самый низкий уровень долговой нагрузки в Санкт-Петербурге, который, согласно рейтингу субъектов РФ по уровню долговой нагрузки на 1 января 2011 года, подготовленному экспертами «РИА-Аналитика», занимает 3-е место. При этом необходимо отметить, что в Новгородской, Вологодской и Калининградской областях отношение государственного и муниципального долга субъекта РФ на 01.01.2011 к доходам консолидированного бюджета субъекта РФ без учета безвозмездных поступлений в 2010 году превышает 50%.

Подводя итог вышесказанному следует отметить, что Северо-Западный Федеральный округ имеет хорошее географическое положение, где есть выход к морю, что способствует хорошей связью с другими регионами. Также промышленность в норме. Здесь самые высокие показатели развития различной промышленности. В социальной сфере, поставлены следующие цели: преодоление демографического спада; снижение уровня безработицы до 3%, рост доходов населения в среднем на 7-7,5% в год, уменьшение до 5-6% доли населения, имеющего доходы ниже прожиточного минимума; повышение доступности и уровня обеспеченности населения жильем, решение проблемы ветхого и аварийного жилья, улучшение использования существующего жилищного фонда. Концепция основ социально-экономического развития Северо – Запада создана для улучшения жизни каждого жителя региона вне зависимости от возраста и социального положения.

Различные подходы к понятию качества образования

Еременко Елена Сергеевна,
СПбГУСЭ, ИРЭиУ, аспирант, 2 курс,
науч. рук. д.э.н., проф. Дроздов Г.Д.

В последние годы категория «качество» стала более активно применяться для анализа и интерпретации различных аспектов образовательной деятельности. Одним из направлений такого анализа является системное рассмотрение качества знаний обучаемых и путей его совершенствования.

Понятие «качество образования» является центральным в практической деятельности участников педагогического процесса в учебном заведении. «Качество» выступает как синоним образованности, т.к. качество образования характеризует результат учебно-познавательной деятельности обучаемых, а знания составляют и оформляют предметное содержание других элементов высшего образования, любое качество, характеризующее знания обучаемых, обусловлено сформированностью у них других компонентов содержания высшего образования.

В отечественной и зарубежной литературе трудно найти полное и безупречное определение понятия «качество образования». Это обусловлено чрезвычайной сложностью самого объекта определения, его многоаспектностью и многоуровневостью.

Во Всемирной декларации «О высшем образовании для XXI века» указывается, что качество в сфере высшего образования является многомерной концепцией, которая должна охватывать все функции и виды деятельности: учебные и академические программы, научные исследования и стипендии, укомплектование кадрами, материально-техническую базу, здания, оборудования, работу на благо общества и академическую среду.

Особенности характеристики объекта качества образования состоят в следующем:

- многоаспектность или многогранность качества образования (качество конечного результата образования и качество возможностей образовательных систем, обеспечивающих достижение данного качества; качество результатов обучения и воспитания);

- многосубъектность качества образования (оценка качества образования выполняется множеством субъектов, основными субъектами при этом являются: сами студенты, выпускники вузов и послевузовского образования;

их родители; общество в целом и государственные органы; работодатели; сама система образования; представители её различных уровней и ступеней; исследователи системы образования; эти же субъекы могут разделяться по регионам и странам;

- многоуровневость конечных результатов качества (качества выпускников – бакалавров, специалистов и магистров);

- многокритериальность – качество образования оценивается многочисленным набором критериев;

- неопределённость в оценках качества образования и образовательных систем, ввиду более высокого уровня субъективности оценки качества образования разными субъектами;

- полихронность – сочетание текущих, тактических и стратегических аспектов качества образования, которые в разное время одними и теми же субъектами воспринимаются по-разному (выпускники со временем переоценивают качество своего образования, ценность отдельных дисциплин; общество и государство пересматривают приоритеты в качестве и содержании образования и т.д.)

Из вышеизложенного становится ясным, что термин «качество образования» имеет несколько аспектов: педагогический (дидактический), экономический, социальный, структурный и т.д. В широком смысле образовательный стандарт обучения представляет собой тот уровень обучения, который должен обеспечиваться в результате соблюдения таких условий, как численность группы обучающихся, оптимальное соотношение студент/преподаватель, необходимая квалификация преподавателей, наличием материальной базы, учебников и др.

Рассмотрим некоторые наиболее известные к настоящему времени определения понятия «качество образования», встречающиеся в отечественной литературе.

В работе В.А. Трайнева и И.В. Трайневой под качеством образования подразумевается обеспечение необходимого уровня подготовки специалистов, способных к эффективной профессиональной деятельности, к быстрой адаптации в условиях научно-технического прогресса, владеющих технологиями своей специальности, умением применить полученные знания для решения профессиональных задач.

Согласно С.Е. Шишову и В.А. Кальней [288], качество образования – это социальная категория, определяющая состояние и результативность прочеса образования в обществе, его соответствие потребностям и ожиданиям общества в развитии и формировании гражданских, бытовых и профессиональных компетенций личности. Качество образования определяется совокупностью показателей, характеризующих различные аспекты учебной деятельности образовательного учреждения: содержание образования, формы и методы, кадровый состав, материально-техническую базу и т.п., которые обеспечивают развитие компетенций обучающейся молодежи. Таким образом, с понятием «качество образования» указанные авторы связывают обеспечение развития компетенций обучающейся молодежи. В свою очередь компетенция определяется авторами как «общая способность, основанная на знаниях, опыте, ценностях, склонностях, которые приобретены благодаря обучению. Компетенция не сводится ни к знаниям, ни к навыкам, быть компетентным – не означает быть ученым или образованным.

В.А. Федоров конкретизирует содержание категории «качество образования», напрямую связывая качество образования с результатами деятельности педагогов: «качество есть соответствие назначению, поскольку правомерно рассматривать качество образования как качество подготовки выпускников.

Представители сибирской научной школы чл.-корр. РАО, профессора А.Ж. Жафярова трактуют качество образования как степень соответствия результатам обучения и воспитания поставленным целям, конкретизированным в виде стандартов и социальных норм [261]. Несмотря на краткость приведённого определения, оно обладает довольно ёмким смыслом, поскольку рассматривает в неразрывной взаимосвязи процессы обучения и воспитания, а также ставит в соответствие результаты обучения и воспитания целям, конкретизированным не только в виде стандартов, но и социальных норм, которые напрямую влияют на формирование нравственного облика будущего выпускника.

Э.М. Коротков определяет качество образования как комплекс характеристик образовательного процесса, определяющих последовательное и практически эффективное формирование компетентности и профессионального сознания. Им выделены три группы характеристик качества образования:

- качество потенциала достижения цели образования;
- качество процесса формирования профессионализма;
- качество результата образования.

При этом качество потенциала указанный исследователь выражает в таких характеристиках, как качество цели образования, качество образовательного стандарта, качество образовательной программы, качество профессорско-преподавательского состава, качество абитуриентов, качество информационно-методической базы, качество материально-технической базы образовательного процесса; под качеством процесса формирования профессионализма – качество технологии образования, качество контроля образовательного процесса, качество мотивации преподавательского состава на творчество и эффективность педагогической работы, качество отношений студентов к образованию, интенсивность образовательного процесса, методы презентации знаний, управление образованием; качеством результата образования –осознание профессионализма, распознавание и реализацию индивидуальных способностей и особенностей, трудоустройство, карьеру и зарплату, овладение методологией самообразования, знания и практические навыки.

В статье рассмотрены различные подходы к понятию «качество образования». Выявлено, что это многогранное и многомерное понятие обладает множеством характеристик, поэтому представляется сложным дать однозначное определение понятию «качество образования».

В современных экономических условиях новой нормой поведения становится тезис «от образования на всю жизнь» к образованию «через всю жизнь», выражающийся в способности человека к непрерывному са-

мообучению. Это означает, что современное образование – это не просто передача некой этически нейтральной информации, сведений об окружающем человека мире, но это прежде всего ответ на вопрос, как надо правильно жить в этом мире, особенно в современную эпоху бурного развития научно-технического прогресса.

Список литературы:

1. Панасюк В.И. Тенденции развития отечественного образования (социально-философский анализ) – Новосибирск: Изд-во «СО РАН», 2008. – 260 с.

2. Трайнев В.А. Системы и методы стратегии повышения качества педагогического образования, М.: Изд-во «Дашков и Ко», 2006. – 294 с.

3. Фёдоров В.А. Качество профессионально-педагогического образования: понятийный аспект. Понятийный аппарат педагогики в образовании: сб. науч. тр., Екатеринбург: Изд-во «СВ-96», 2001,№4

4. Шматков Р. Качество высшего профессионального образования. Современные проблемы и аспекты, 2010. – 335 с.

АНТИКОРРУПЦИОННАЯ ПОЛИТИКА В ТАМОЖЕННОМ СЕРВИСЕ

Ершова Марина Игоревна,
СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 3 курс,
науч. рук. Хабибуллина Л.М., Семенова А.В.

Коррупция – принятие государственными должностными лицами лично или через посредников материальных и иных благ и преимуществ, запрещенных законом, с использованием ими должностного положения, т.е. полномочий и связанных с ними возможностей или подкуп данных лиц путем противоправного представления им физическими и юридическими лицами указанных благ и преимуществ.

Таможенные службы не являются исключением, и их часто приводят в качестве примера в числе наиболее коррумпированных. Учитывая важную роль, которую таможенная служба играет в сборе доходов, содействии торговле, обеспечении национальной безопасности и защите общества, наличие коррупции в таможенных органах отрицательно влияет на темпы социального и экономического развития страны и перспективы национального развития, с учетом важности данной проблемы международное таможенное сообщество при участии Всемирной таможенной организации (далее ВТО) выработало стратегию борьбы с коррупцией.

Антикоррупционная стратегия ВТО изложена в Арушской декларации ВТО, одобренной сессией Совета ВТО в июне 2003 года.

Она содержит 10 принципиальных направлений:

1. Четкое управление и приверженность идее.
2. Наличие регулятивных стандартов.
3. Открытость и прозрачность.

4. Автоматизация.
5. Реформирование и модернизация службы.
6. Аудит и расследование.
7. Кодекс чести.
8. Управление кадрами.
9. Моральная и организационная культура.
10. Взаимодействие с бизнесом.

Действенными мерами по противодействию коррупции являются:

а) широкое внедрение электронного декларирования и отделение таможенника от участников ВЭД в процессе принятия решений по таможенному оформлению и контролю товаров;

б) ротация руководителей таможенных органов;

в) повышение профессионализма сотрудников подразделений собственной безопасности таможенных органов.

Наиболее распространенными видами коррупционных преступлений, совершаемых таможенниками, являются: получение взятки (ст.290 Уголовного кодекса Российской Федерации (далее – УК России), превышение должностных полномочий (ст.286 УК России) и халатность (ст.293 УК России).

Масштабы существующей коррупции в таможенных органах оказывают негативное влияние на деятельность государства (недополучение сумм налогов и сборов в федеральный бюджет, ухудшение инвестиционного климата), на бизнес-сообщество (недобросовестная конкуренция, дополнительные издержки и затраты) и на функционирование таможенной системы (подрывают правовые основы таможенного администрирования, ограничивают возможности решения правительственных задач, создают негативный морально-психологический климат в коллективах и отрицательно влияют на имидж таможенников в обществе).

Проблемы коррупции должны решаться системно и комплексно, в том числе путем проведения мероприятий, предусматривающих решение организационных, кадровых и правовых вопросов с помощью специальных нормативных правовых мер, в том числе общегосударственных, направленных на демотивацию коррупционных проявлений, содержащихся в других федеральных и ведомственных программах.

Борьба с такими явлениями, как устойчивость коррупционных связей, недостаточный уровень социальной защищенности, низкий уровень профессиональной подготовки должностных лиц таможенных органов, требует проведения программных мероприятий в виде ротации кадров, развития системы профессиональной подготовки и повышения уровня социальных гарантий.

В последнее время ФТС России особое внимание уделяет вопросу воспитательно-профилактической работе по борьбе с коррупционными проявлениями в таможенных органах. Для выполнения данной задачи в таможенных органах Приказом Федеральной таможенной службы России от 05 октября 2010 г. № 964 утверждена Аналитическая программа ФТС

России «Борьба с проявлениями коррупции и должностными преступлениями в таможенных органах на период 2010-2011 гг.».

В развитие данной программы и в соответствии с решением коллегии ФТС России от 3 июля 2007 г., утвердившей перспективный план работы Федеральной таможенной службы по совершенствованию предупредительной и воспитательно-профилактической работы по борьбе с коррупционными проявлениями в таможенных органах Российской Федерации, проводится серьезная работа по исполнению предусмотренных мероприятий.

Эффективной формой предупреждения коррупционных деяний зарекомендовала практика применения Кодекса этики и служебного поведения должностных лиц таможенных органов Российской Федерации, который был принят на коллегии ФТС России в июле 2007 года. Общее число нарушения дисциплины в первом полугодии 2008 года уменьшилось на 3,8% в сравнении с аналогичным периодом 2007 года.

Проблема коррупции зачастую заключается не только в нарушении сотрудниками таможенных органов своих функциональных обязанностей, но и в стремлении ряда участников внешнеэкономической деятельности обойти таможенное законодательство, провоцируя таможенников на нарушения. Борьба с такими проявлениями также является аспектом реализации антикоррупционной политики проводимой в современных условиях.

Сегодня на государственном уровне уделяется много внимания борьбе с коррупционными проявлениями, принимаются и реализуются антикоррупционные программы, поскольку высокий уровень коррупции во многих развивающихся странах существенно снижает эффективность работы государственных органов.

Таможенные службы не являются исключением, и их часто приводят в качестве примера в числе наиболее коррумпированных. Учитывая важную роль, которую таможенная служба играет в сборе доходов, содействии торговле, обеспечении национальной безопасности и защите общества, наличие коррупции в таможенных органах отрицательно влияет на темпы социального и экономического развития страны и перспективы национального развития.

В таможенных органах России созданы и активно функционируют комиссии по противодействию коррупции, должностным преступлениям и нарушению дисциплины. Это находит проявление как в практике применения Кодекса этики и служебного поведения должностных лиц таможенных органов Российской Федерации, так и в реализации специальных программ борьбы с проявлениями коррупции и должностными преступлениями в таможенных органах.

Учет финансовой аренды: российские и международные аспекты

Жукова Лилия Александровна,
СПбГУСЭ, ИРЭиУ, магистрант, 2 курс,
науч. рук. д.э.н., проф. Тяжкова М.С.

В современных условиях рыночной экономики, когда технологии очень быстро развиваются, перед многими российскими предприятиями стоит серьезная проблема поиска и привлечения долгосрочных инвестиций для расширения производства, приобретения современного оборудования и внедрения новых технологий. Многие организации для решения данной проблемы прибегают к аренде, рассматривая ее в качестве альтернативы покупки оборудования с длительным сроком использования.

В своем многообразии все арендные операции подразделяются на два вида – операции по финансовой аренде (лизинг).

При этом финансовой арендой, т.е. лизингом, является лишь та, при которой от арендодателя к арендатору переходят все риски и выгоды, связанные с правом собственности на актив. Под рисками в данном случае следует понимать возможность получения убытков вследствие простоев оборудования, устаревания технологий, сокращения доходов в связи с инфляцией и по другим причинам. Экономические выгоды могут быть представлены ожиданием прибыли от использования объекта аренды в течение срока его полезного использования, повышения его стоимости или чистой цены продажи.

Стандарт МСФО (IAS) 17 «Аренда» не содержит четкого определения существенности перехода рисков и выгод, однако приводит ряд ПРИЗНАКОВ, позволяющих классифицировать аренду как финансовую, а именно:

1. Арендатор использует актив на протяжении большего срока его экономической службы.

2. В конце срока аренды право собственности на объект аренды переходит к арендатору – это наиболее простой случай, когда сделка может быть классифицирована как лизинг.

3. Арендатор имеет возможность купить актив по цене, значительно меньшей справедливой (рыночной) стоимости. Возможность выкупа актива должна быть оговорена на начальном этапе, например при заключении договора.

4. Дисконтированная стоимость минимальных арендных платежей, гарантированных арендатором, не отличается существенно от справедливой стоимости арендованного объекта.

Дополнительными признаками, на основании которых арендные отношения следует классифицировать как финансовую аренду, согласно МСФО (IAS) 17 являются следующие:

арендатор несет расходы, ложащиеся обычно на собственника актива (речь идет о страховых и эксплуатационных расходах, убытках от простоя и т.п.);

при расторжении договора аренды арендатором, на него ложатся все связанные с этим убытки арендодателя;

существует возможность продления договора аренды на более выгодных условиях – по цене, значительно меньшей рыночной;

прибыли (убытки), возникающие в связи с колебаниями справедливой остаточной стоимости арендованного объекта, признаются в отчетности арендатора.

Согласно Федеральному закону «О финансовой аренде (лизинге)», который, по сути, является единственным нормативным документом, регулирующим лизинговую деятельность в России, предмет лизинга, переданный арендатору по договору лизинга, может учитываться ими на балансе лизингодателя или лизингополучателя по взаимному соглашению сторон. В то же время МСФО (IAS) 17 «Аренда» четко устанавливает, что по договору финансовой аренды активы и обязательства должны признаваться в бухгалтерском балансе арендатора, поскольку он, получает экономическое право собственности на арендуемый объект, который соответствует критериям признания актива:

его эксплуатация обеспечивает арендатору приток экономических выгод;

стоимость актива может быть надежно оценена.

В соответствии с МСФО (IAS) 17 «Аренда» лизингополучатель отражает актив, полученный в финансовую аренду, и обязательство, в сумме, равной справедливой стоимости арендуемого имущества или, если она ниже, то по дисконтированной стоимости минимальных арендных платежей, при этом коэффициентом дисконтирования является приростная ставка процента арендодателя по договору аренды. А если она неизвестна, то – приростная ставка процента на заемный капитал арендатора. Сумма арендной платы, согласно стандарту, подлежит обязательному разграничению на финансовые расходы и уменьшение суммы неоплаченного чистого обязательства. При этом финансовые расходы должны распределяться по периодам так, чтобы обеспечить постоянную ставку процента по остающейся величине чистого обязательства по аренде.

В учете российских организаций лизинговое имущество отражается в полной сумме договора, а не по справедливой стоимости, что значительно завышает стоимость актива и тем самым сильно искажает данные отчетности. Финансовые расходы также отражаются в общей сумме арендного платежа без разграничения на сумму основного долга и процентную составляющую, и, даже более того, могут включать в себя возмещение расходов арендодателя (например, расходы на страхование, транспортный налог и налог на имущество), что значительно завышает стоимость арендного договора и негативно сказывается на величине заработанного капитала.

Таким образом, как в балансе, так и в отчете о прибылях и убытках у российского лизингополучателя отражаются иные показатели, чем требует

МСФО. К тому же, если имущество отражается на балансе лизинговой компании, активы арендатора в отчетности искусственно занижаются, что приводит к искажению информации о его финансовом положении. Это в свою очередь может привести пользователей финансовой отчетности к ошибочным заключениям в отношении инвестиционной привлекательности хозяйствующего субъекта, а конкурентов – к неверной оценке стоимости бизнеса.

Принципиальные различия прослеживаются и в учете арендодателя, у которого актив, сдаваемый в финансовую аренду, согласно требованиям МСФО, признается в балансе как дебиторская задолженность в сумме, равной чистым инвестициям в аренду. Под чистыми инвестициями в здесь понимаются валовые вложения в аренду за вычетом неполученного финансового дохода. При этом финансовый доход от аренды распределяется в течение срока аренды по схеме, учитывающей постоянную норму прибыли на чистые неоплаченные инвестиции.

Российские лизинговые компании признают выручку не в сумме процентного дохода, как предписано в МСФО (IAS) 17, а в полной сумме полученного арендного платежа. Интересен также тот факт, что в случае учета имущества на балансе арендодателя, причитающиеся ему арендные платежи отражаются в качестве дебиторской задолженности также в полной сумме. Таким образом, происходит неправомерное увеличение актива баланса лизинговой компании. Завышение наблюдается также и в пассиве баланса, если для финансирования сделки привлекались заемные средства, где лизинговые компании признают кредиторскую задолженность и выручку по договору, причем в полной сумме договора.

Изложенное позволяет сделать вывод о том, что отсутствие отечественного аналога МСФО (IAS) 17 «Аренда» в конечном итоге приводит к искажению данных финансовой отчетности, снижению качества информации, ее достоверности, сопоставимости, а, следовательно, полезности для пользователей.

Установлено, что учет финансовой аренды в соответствии с российским нормативным законодательством имеет принципиальные отличия от учета в соответствии с МСФО (IAS) 17, заключающиеся в классификации аренды, учетной трактовке операций, в вопросах первоначального признания и оценки актива и обязательства, в расчете составляющих арендных платежей, в порядке представления и раскрытия информации. Основной ошибкой является признание актива на балансе арендодателя, что полностью противоречит как требованиям МСФО, так и изложенным в ПБУ признакам признания актива в балансе, согласно которым актив должен учитываться на балансе арендатора, так как к нему переходят все риски и выгоды от владения активом.

Принятая в России программа реформирования бухгалтерского учета, предусматривающая постепенное сближение с международными стандартами учета и отчетности, направлена на устранение существующих

различий и на повышение достоверности учетных и отчетных данных, в том числе и по операциям финансовой аренды.

Учет добавочного капитала

Иванова Наталья Петровна,
СПбГУСЭ, ИРЭиУ, аспирант,
науч. рук, д.э.н, проф. Тяжкова М.С.

Каждое предприятие, организуя свою деятельность, преследует цель – получить максимальный размер дохода. Для реализации этой цели необходимы средства производства, эффективное использование которых и определяет конечный результат работы. Развитие рыночных отношений в обществе привело к появлению целого ряда новых экономических объектов учета и анализа. Одним из них является капитал предприятия как важнейшая экономическая категория и, в частности, собственный капитал.

Учет собственного капитала является важным участком в системе бухгалтерского учета. Здесь формируются основные характеристики собственных источников финансирования деятельности предприятия.

Предприятию необходимо осуществлять анализ собственного капитала, поскольку это помогает выявить его основные составляющие и определить последствия их изменений для финансовой устойчивости.

Рассмотрим добавочный капитал, один из составляющих собственного капитала. Добавочный капитал является самостоятельным объектом бухгалтерского учета. Это связано с тем, что любые изменения в размере уставного капитала в процессе деятельности организации необходимо регистрировать в налоговых органах. Поэтому изменения, которые влияют на величину действующего капитала, отражают на добавочном счете к счету уставного капитала.

Добавочный капитал формируется как на момент создания организации, когда образуется уставный капитал, так и в процессе функционирования предприятия.

Добавочный капитал используется для того, чтобы отражать сумму прироста стоимости имущества организации, которая не зависит от деятельности организации. Согласно плана счетов бухгалтерского учета, добавочный капитал учитывается на счете 83.

Формирование добавочного капитала зависит от следующих факторов:

Переоценки основных средств – изменение стоимости основных средств при их переоценке.

Курсовых разниц – переоценка имущества и обязательств, выраженных в иностранной валюте.

Получении эмиссионного дохода – разница в стоимости акциймежду продажной и номинальной ценой.

По приказу Минфина РФ № 66н от 02.07.10 «О формах бухгалтерской отчетности организации» с 01.01.2011 года, в разделе III«Капитал и резервы», добавочный капитал организации обязаны представлять двумя пунктами:

«Переоценка внеоборотных активов»

«Добавочный капитал (без переоценки)»

В связи с данным изменением представления информации, возникает необходимость вести раздельно учет добавочного капитала от переоценки и изменение добавочного капитала от других факторов.

Переоценка внеоборотных активов производится с целью определения реальной стоимости основных средств. В дальнейшем в результате переоценки первоначальная стоимость объектов должна соответствовать их рыночным ценам и условиям воспроизводства на дату переоценки (п. 41 Методических указаний по бухгалтерскому учету основных средств, утв. приказом Минфина России от 13.10.2003 № 91н).

Нормативным документом регулирующим действия при переоценке является ПБУ 6/01 «Учет основных средств». Переоценка с 2011 года должна осуществляется на конец года не чаще одного раза. Если организация приняла решения о переоценке объектов основных средств, она должна отразить это в учетной политике. И уже начав проводить ее, необходимо делать это ежегодно. Отменить переоценку можно, изменив учетную политику. При этом данные изменения отражаются ретроспективно. А добавочный капитал уменьшается на всю сумму той переоценки, которая привела к его увеличению.

Пример бухгалтерских записей для учета добавочного капитала в результате переоценки, приведены в таблице 1.

Таблица 1

Корреспонденция счетов

Содержание операции	Дебет	Кредит
Отражена сумма дооценки объекта основных средств	Сч.01 «Основные средства»	Сч.83 «Добавочный капитал», субсчет «Переоценка внеоборотных активов
Отражена сумма дооценки амортизации	Сч.83 «Добавочный капитал», субсчет «Переоценка внеоборотных активов	Сч.02 «Амортизация основных средств»

Такие же правила переоценки действуют и для нематериальных активов. Бухгалтерский учет которых ведется в соответствии с ПБУ ПБУ 14/2007 «Учет нематериальных активов», утвержденный приказом Минфина России от 27.12.2007 № 153н.

Средства добавочного капитала, полученные за счет переоценки внеоборотных активов, переносятся в нераспределенную прибыль организации при выбытии данных активов.

Рассмотрим формирование, изменение и бухгалтерские проводки статьи «добавочный капитал (без переоценки)»:

Курсовая разница. В процессе образования юридического лица уставный капитал может быть внесен в рублях, а может быть – в иностранной валюте. Согласно закону № 173-ФЗ от 10.12.2003«О валютном регулировании и валютном контроле» п.1 ст.9 «валютные операции между резидентами запрещены».На основании данного закона инвестор, который является резидентом, не может перечислить валюту в оплату уставного капитала российской организации. В добавочном капитале возникает курсовая разница только в том случае, если ее уставный капитал образован вкладами, внесенными нерезидентами и выраженными в иностранной валюте. Размер уставного капитала указанный в иностранной валюте, пересчитывается в рубли на дату государственной регистрации организации. В бухгалтерском учете уставный капитал найдет отражение в рублевой оценке по курсу ЦБ РФ на дату регистрации. А курсовая разница возникнет на дату фактического зачисления на валютный счет и больше никогда не будет пересчитываться.

В процессе пересчета иностранной валюты по курсу ЦБ в валюту РФ на момент формирования уставного капитала, курсовая разница увеличивает добавочный капитал, то она является положительной, если уменьшает – отрицательной.

Пример бухгалтерских записей для учета курсовых разниц приведены в таблице 2.

Таблица 2

Корреспонденция счетов

Содержание операции	Дебет	Кредит
Отражена задолженность учредителей по вкладам в уставный капитал	Сч.75 «Расчеты с учредителями»	Сч.80 «Уставный капитал»
Перечислены от учредителя денежные средства на валютный расчетный счет	Сч. 52 «Валютный счет»	Сч.75 «Расчеты с учредителями»
Отражена положительная курсовая разница по вкладу в уставный капитал (при перечислении денежных средств курс иностранной валюты по отношению к рублю вырос)	Сч.75 «Расчеты с учредителями»	Сч.83 «Добавочный капитал», субсчет «Добавочный каитал (без переоценки)»
Отражена отрицательная курсовая разница по вкладу в уставный капитал (при перечислении денежных средств курс иностранной валюты по отношению к рублю упал)	Сч.83 «Добавочный капитал», субсчет «Добавочный капитал (без переоценки)»	Сч.75 «Расчеты с учредителями»

Эмиссионный доход – это доход, который образуется только в акционерных обществах.

Когда образуется уставный капитал акционерного общества, в этот момент происходит размещение акций (как при первичной эмиссии при учреждении организации, так и при последующих эмиссиях акций при

увеличении уставного капитала) и может возникнуть разница между фактической ценой размещения (продажи) акций и их номинальной стоимостью. Данная разница будет являться эмиссионным доходом. Его размер также учитывается в добавочном капитале.

Пример бухгалтерских записей для учета эмиссионного дохода и приведен в таблице 3.

Таблица 3

Корреспонденция счетов

Содержание операции	Дебет	Кредит
Сформирован уставный капитал АО	Сч.75 «Расчеты с учредителями»	Сч.80 «Уставный капитал»
На расчетный счет поступили денежные средства в оплату акций	Сч. 51 «Расчетный счет»	Сч.75 «Расчеты с учредителями»
Отражена сумма эмиссионного дохода.	Сч.75 «Расчеты с учредителями»	Сч.83 «Добавочный капитал», субсчет «Добавочный капитал (без переоценки)»

Средства добавочного капитала могут быть использованы в следующих случаях:

- увеличение уставного капитала;
- погашение сумм снижения стоимости основных средств и нематериальных активов при проведении последующей переоценки;
- списание сумм дооценки основных средств и нематериальных активов при их выбытии;
- формирование финансового результата при прекращении деятельности организации за пределами России.

Список литературы:

1. ФЗ «О бухгалтерском учете» от 21.11.1996 N 129-ФЗ (принят ГД ФС РФ 23.02.1996) (ред. от 28.11.2011)
2. ФЗ «О валютном регулировании и валютном контроле» от 10.12.2003 № 173-ФЗ (принят ГД ФС РФ 21.11.2003) (ред. от 06.12.2011)
3. ПРИКАЗ Минфина РФ от 2 июля 2010 г. N 66н «О формах бухгалтерской отчетности организаций» (в ред. Приказа Минфина РФ от 05.10.2011 N 124н)
4. ПБУ «Учет активов и обязательств, стоимость которых выражена в иностранной валюте» (ПБУ 3/2006) (в ред. Приказов Минфина РФ от 25.12.2007 N 147н,от 25.10.2010 N 132н, от 24.12.2010 N 186н)
5. ПБУ «Учет основных средств» (ПБУ 6/01) (в ред. Приказов Минфина РФ от 18.05.2002 N 45н,от 12.12.2005 N 147н, от 18.09.2006 N 116н, от 27.11.2006 N 156н, от 25.10.2010 N 132н, от 24.12.2010 N 186н)

ВНУТРЕННИЙ КОНТРОЛЬ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ХОЛДИНГОМ

Ильина Виолетта Сергеевна,
СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 3 курс,
науч. рук. асс. Клименко М.В.

Адаптация учетных систем к потребностям компаний, действующих на российском рынке, осуществляется под воздействием комплекса объективных и субъективных факторов. Компании укрупняются, совершенствуются внутрифирменные взаимоотношения и взаимодействие с внешней средой. Кроме того, растет потребность в более детальном раскрытии публичной отчетности, в том числе для привлечения дополнительных инвестиционных ресурсов на отечественном и международном рынках капитала. Под воздействием факторов укрепления экономики в целом и крупного бизнеса в частности, а также мер регулирующего характера, предпринятых государством, формируется новое мышление собственника, направленное на более полное раскрытие информации о частном бизнесе и отказ от использования рискованных схем оптимизации налогов.

Российские компании накопили уникальный опыт использования разноплановых учетных систем, который при условии профессионального подхода к формированию целей и задач учета, последовательности и системности в их достижении позволит в значительной степени удовлетворить информационные потребности отдельных предприятий и групп компаний.

Несмотря на то что формы отчетности, используемые в настоящее время во многих компаниях, позволяют получать детализированную информацию о деятельности структур холдинга, подходы, применяемые при формировании данных отчетности в целом по холдингу (учетная политика, использование методик при расчете показателей деятельности) не являются универсальными, что делает данные бизнесов по отдельным позициям несопоставимыми, а отчетность в целом по холдингу – недостоверной. Недостаточное внимание уделяется созданию единого справочника терминов (глоссария), одни и те же термины обозначаются в структурных единицах холдинга по-разному.

Отсутствие диверсификации форм по уровням конфиденциальности, т.е. отсутствие группировки отчетных данных исходя из принципа предоставления разным группам пользователей разных наборов отчетов, приводит к возрастанию рисков, связанных с экономической безопасностью холдинга, падением имиджа компании из-за несовпадения данных, полученных из разных источников, и неоправданным затратам времени высокооплачиваемых менеджеров на согласование вопросов, связанных с предоставлением информации.

Достижение целей, поставленных в области формирования качественной учетной информации, – сложная многоуровневая задача. В связи с

этим в качестве рекомендаций приведем лишь наиболее существенные и выполнимые для большинства компаний управленческие решения.

Необходимо в обязательном порядке иметь в структуре управляющей компании холдинга (бизнеса) подразделение, выполняющее методологические функции и освобожденное от текущей работы, связанной с операционной деятельностью предприятий холдинга (бизнеса);

Также нужно утвердить программу по разработке универсальных подходов к формированию данных учета. Иметь при этом в виду, что внедрение универсальных подходов в учете имеет свои границы, обусловленные спецификой деятельности холдинга и разноплановостью предприятий, входящих в его состав. Использовать методы работы, позволяющие уже на стадии разработки принципов учета задействовать опыт и интеллектуальные возможности ведущих специалистов на всех уровнях управления холдингом: на производственных площадках, в управляющих компаниях бизнесов и управляющей компании холдинга;

Необходимо уделить серьезное внимание разработке недостающих инструкций, методик по заполнению форм отчетности. В обязательном порядке разработать методологию учета движения прибыли компании. Составить глоссарий терминов, используемых в рамках компании; разработать и внедрить с применением международных и отечественных стандартов собственный стандарт составления пояснительной записки к отчетности бизнесов и холдинга;

Для повышения эффективности работы методологов разработать дополнительный формат (как приложение к отчетности), предусматривающий необходимость предоставления в управляющую компанию холдинга информации об отсутствии необходимых пояснений в разделах инструкций по заполнению форм отчетности, а также о наличии в форматах отчетности ошибок методологического и технического характера. Внести в соответствующие регламенты описания управленческих действий, предпринимаемых ответственными руководителями на основе такой информации;

Очень важным будет обеспечение в формах планирования и формах управленческой отчетности разделение данных об экономических результатах деятельности компании и данных финансирования;

определить основные группы пользователей отчетности компании. Разработать основные принципы расшифровки информации по группам пользователей. Обеспечить диверсификацию и идентификацию отчетности применительно к группам пользователей. Установить порядок хранения, передачи и доступа к информации по группам пользователей; согласовать перечень упрощенных ежедневных, еженедельных, ежемесячных форматов отчетности (в отличие от ежеквартальных и годовых), предоставляемых бизнесами (предприятиями) в управляющую компанию холдинга (а управляющей компанией холдинга – в компании акционеров). Разработать и внедрить упрощенные форматы отчетности, обеспечивающие возможность предоставления оперативной информации заинтересованным поль-

зователям. По каждому комплекту отчетности, сформированному по временному принципу, разработать и утвердить отдельный регламент;

Руководителю необходимо помнить о том, что проведение полноценного внешнего аудита, включающего процедуры анализа систем внутреннего контроля, является важным инструментом управления рисками компании, результат его применения – индикатор достижения целевых показателей при решении задачи создания качественных систем внутреннего контроля.

Инновационные технологии в стратегическом управлении регионом

Капуста Богдан Владимирович,
СПбГУСЭ, ИРЭиУ, аспирант,
науч. рук. д.э.н., проф. Дроздов Г.Д.

В субъектах Российской Федерации в последние годы развернулась большая работа по реализации положений Концепции административной реформы в Российской Федерации в 2006-2008 годах, одобренной распоряжением Правительства Российской Федерации от 25 октября 2005 года № 1789-р. При этом технологической основой повышения эффективности деятельности органов различного уровня является использование современных достижений науки и практики управления, в том числе внедрение информационно-коммуникационных технологий в сферу принятия управленческих решений при планировании и реализации программ социально-экономического развития регионов.

Достижение поставленных целей административной реформы предполагает, прежде всего, решение следующих задач:

внедрение в органах исполнительной власти принципов и процедур управления по результатам;

разработка и внедрение стандартов государственных услуг и административных регламентов в органах исполнительной власти;

повышение эффективности взаимодействия органов исполнительной власти и гражданского общества, повышение прозрачности деятельности органов исполнительной власти.

Для обеспечения единого методологического подхода к решению перечисленных задач с октября 2003 года в Санкт-Петербурге создается качественно новая система государственного планирования регионального развития, которая должна решать вопросы социально-экономического, финансового, градостроительного и других аспектов развития Санкт-Петербурга.

Система госпланирования Санкт-Петербурга впервые была утверждена постановлением Правительства Санкт-Петербурга от 16 марта 2004 года № 402 "Об организации деятельности исполнительных органов госу-

дарственной власти Санкт-Петербурга в сфере государственного планирования". Сегодня с уверенностью можно сказать, что подобной системы нет ни в одном регионе России.

Учитывая изменения, произошедшие в стране за последнее время, а также задачи, поставленные Президентом РФ и Губернатором СПб, в систему государственного планирования социально-экономического развития Санкт-Петербурга постановлением Правительства Санкт-Петербурга № 885 от 20 июля этого года "Об организации деятельности исполнительных органов государственной власти Санкт-Петербурга в сфере государственного планирования социально-экономического развития Санкт-Петербурга" внесены существенные изменения. Постановлением Правительства Санкт-Петербурга от 20 июля 2007 года № 884 принята Концепция социально-экономического развития Санкт-Петербурга до 2025 года.

Целевые ориентиры развития Санкт-Петербурга на среднесрочную перспективу, планируемые пути и средства достижения указанных ориентиров определены в проекте Программы социально-экономического развития Санкт-Петербурга на 2008-2011 гг., которая, учитывая динамику развития города, должна развить Программу социально-экономического развития Санкт-Петербурга на 2005-2008 гг., утвержденную законом Санкт-Петербурга от 15.11.2006 года № 584-83.

Центральное место в Программе отводится внедрению в органах исполнительной власти принципов и процедур управления по результатам, а именно, внедрение целевых ориентиров социально-экономического развития региона и стандартов проживания в Санкт-Петербурге в практику краткосрочного, среднесрочного и долгосрочного планирования.

В 2006 г. разработана и сдана в опытную эксплуатацию Информационно-аналитическая система мониторинга стандартов проживания в Санкт-Петербурге, целевых ориентиров и прогнозирования социально-экономического развития Санкт-Петербурга (ИАС МПСЭР), которая является инструментальной базой системы мониторинга.

Цель создания ИАС МПСЭР – автоматизация процессов сбора, анализа, обработки и предоставления пользователям информации об уровнях достижения целевых ориентиров и выполнения нормативов стандартов проживания в Санкт-Петербурге.

Устойчивое социальное и экономическое развитие города позволило при построении ИАС МПСЭР значительный акцент сделать на решение задач среднесрочного и долгосрочного прогнозирования.

Функции ИАС МПСЭР:

автоматизация сбора, согласование и хранение первичной информации, характеризующей уровень достижения целевых ориентиров развития Санкт-Петербурга;

аналитическая обработка информации с целью оценки уровней достижения целевых ориентиров развития Санкт-Петербурга;

сравнительная оценка текущих значений показателей Перечня стандартов проживания с целевыми и гарантированными значениями;

формирование и представление информационно-аналитических материалов по результатам мониторинга социально-экономического развития Санкт-Петербурга;

обеспечение устойчивой и непрерывной обратной связи в контуре управления социально-экономическим развитием;

обеспечение информационного взаимодействия субъектов информационных отношений в системе мониторинга;

предоставление пользователям информации об уровнях достижения целевых ориентиров и выполнения стандартов проживания в Санкт-Петербурге.

Информационно-аналитическая подсистема мониторинга выполняет следующие функции:

- Получение данных мониторинга от исполнительных органов государственной власти Санкт-Петербурга.
- Контроль данных. При контроле данных производится проверка выполнения регламента передачи данных от ИАП-М отраслевого уровня, а также проверка самих данных.
- Загрузка данных в БД мониторинга. В БД мониторинга загружаются данные, прошедшие автоматическую проверку, а также данные, сформированные персоналом ИАП-М на основе официально публикуемых данных Петростата.
- Данные мониторинга, подлежащие загрузке, загружаются в БД мониторинга по команде администратора данных, входящего в состав персонала, обслуживающего ИАП-М городского уровня.
- Расчет оценок выполнения нормативов стандартов проживания и достижения целевых ориентиров развития.

В результате расчета определяются:

- оценки выполнения нормативов для всех показателей, входящих в Перечень стандартов проживания в Санкт-Петербурге, утвержденный Правительством Санкт-Петербурга;
- оценки выполнения каждого стандарта в отдельности (стандарта качества жизни населения в Санкт-Петербурге, стандартов обеспечения жизнедеятельности в Санкт-Петербурге, отраслевых стандартов проживания в Санкт-Петербурге);
- оценки достижения показателями целевых значений для всех целевых ориентиров, предусмотренных действующей Программой социально-экономического развития Санкт-Петербурга;
- оценки выполнения задач социально-экономического развития Санкт-Петербурга.

К выходным документам ИАС МПСЭР относятся:

- типовые отчеты и аналитические материалы, создаваемые автоматически в соответствии с заранее заданными формами и составом данных;
- произвольные отчеты и аналитические материалы, создаваемые по формам и составам данных, определяемых пользователями;

- визуализируемые отчеты с представлением данных и результатов мониторинга средствами ГИС.

Мониторинг социально-экономического развития Санкт-Петербурга по результатам 2006 г., а также 1, 2 и 3 кварталов 2007 г., выполненный в процессе опытной эксплуатации инструментальных средств ИАС МПСЭР, свидетельствует о больших потенциальных возможностях системы по повышению эффективности управления социально-экономическим развитием региона за счет, прежде всего, реализации обратной связи между принимаемыми управленческими решениями и наблюдением за результатами их выполнения. В конечном итоге, это непосредственно отражается на устойчивости социально-экономического развития региона и повышении уровня благосостояния населения Санкт-Петербурга.

Опыт построения и эксплуатации, научно-методические и программно-технические решения, принятые в процессе разработки и создания ИАС МПСЭР, могут быть широко использованы в различных субъектах Российской Федерации для повышения эффективности управления социально-экономическим развитием региона.

Управление рисками в деятельности хозяйствующих субъектов

Клименко Марина Владимировна,
СПбГУСЭ, ИРЭиУ, аспирант,
науч. рук. к.э.н., доц. Шмаль В.В.

В настоящее время в условиях рыночной экономики уже ни у кого не возникает вопросов, что эффективность бизнеса во многом зависит от элементов неопределенности среды его существования. Особое влияние на ее оказывает широкий спектр рисков, способный при определенных условиях негативно влиять как на компанию в целом, так и ограничить рост ее капитала.

Каждый экономический субъект хозяйствования, ориентированный на экономический рост, разрабатывает бизнес-стратегию как необходимое условие достижения долгосрочной цели. В связи с этим устойчивое развитие предприятий в рыночных условиях возможно только лишь в тех случаях, когда обеспечивается их способность поддерживать прибыль на заданном уровне, необходимом как для простого, так и для расширенного воспроизводства.

Рыночные отношения часто сопровождаются такими факторами, как: высокая степень хозяйственного риска, информационная неопределенность, неоптимальное соотношение спроса и предложения, финансовая нестабильность, инфляционные процессы, нестабильность иностранной валюты и рубля по отношению к ней и т.д.

Неопределенность внешней и внутренней среды, а также их изменчивость, требуют создания таких финансовых отношений, при которых предприятие может поддерживать платежеспособный спрос, привлекать кредиты для инвестирования и прироста оборотных средств, создавать финансовые резервы.

В этих условиях риск выполняет две функции: опасную для предприятия – угроза банкротства, и полезную – ориентирование предпринимателей на успех и получение выгоды.

Выбор стратегии, обеспечивающей финансовую устойчивость предприятия в условиях риска, осуществляется на основе обзора обширных зон прогнозирования: объективно существующих возможностей, приемлемых величин, стратегических альтернатив и принятия рациональных решений.

Выделяется несколько стратегий обеспечения финансовой устойчивости:

– стратегия ограниченного роста – стратегия, при которой цели определяются от достигнутого (выбирается наименее рискованный путь, позволяющий обойтись без существенных перемен в системе финансово-экономических отношений);

– стратегия роста – стратегия, которая предполагает постановку целей как долгосрочных, так и краткосрочных с уровнем финансовых показателей значительно более высоким, чем в прошлом или текущем году

(применяется в высокотехнологических отраслях, часто выводящих на рынок новые продукты);

– стратегия сокращения – стратегия, направленная на уменьшение денежных потоков, связанных с ограничениями в ассортименте продукции или упразднением отдельных сфер деятельности.

Каждая из рассмотренных стратегий ориентирована на реализацию целевой функции – обеспечение финансовой устойчивости в течение ограниченного периода времени. Конечной целью управления риском является получение наибольшей прибыли при оптимальном, приемлемом для предпринимателя соотношения прибыли и риска.

Выбор варианта стратегии в процессе принятия рисковых решений зависит от полноты и достоверности имеющейся информации от располагаемого ресурсного потенциала для достижения поставленной цели.

Изучая процесс управления рисками организации, ряд отечественных и зарубежных ученых пришел к выводу, что он состоит из восьми компонентов, взаимосвязанных между собой. Так какони являются составной частью процесса управления, их содержание определяется тем,как руководство управляет предприятием (см. схему 1).

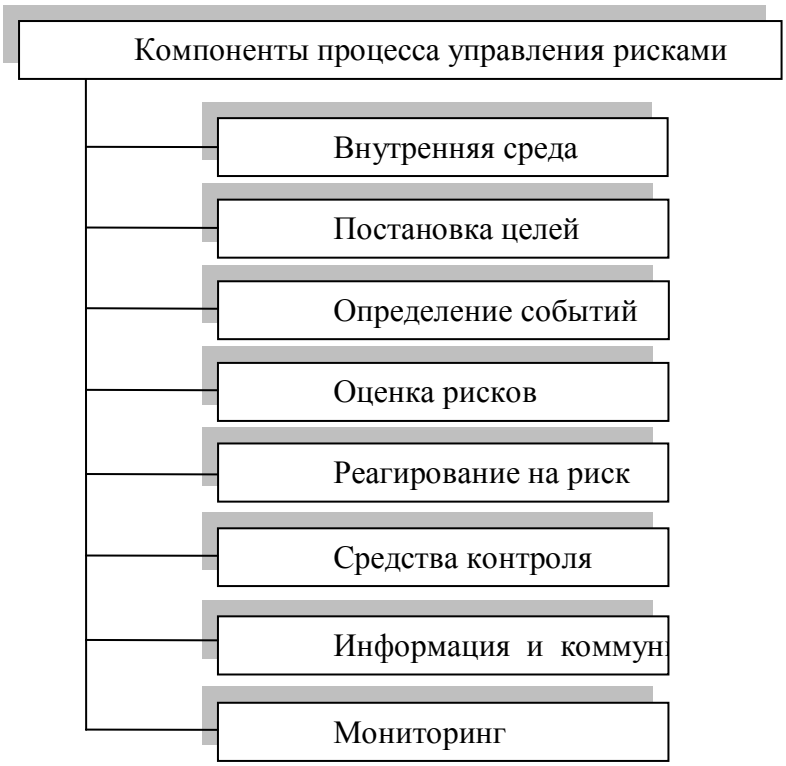


Схема 1. Компоненты процесса управления рисками

Необходимо отметить, что в условиях неопределенности внутренняя среда представляет собой атмосферу предприятия и определяет, каким образом риск воспринимается сотрудниками предприятия, и как они на него реагируют (включает философию управления рисками и риск-аппетит, честность и этические ценности).

При постановке целей сами цели должны быть определены до того, как руководство начнет выявлять события, которые потенциально могут оказать влияние на их достижение.

Определение внутренних и внешних событий, оказывающих влияние на достижение целей предприятия, должно планироваться с учетом их разделения на риски или возможности.

При оценке рисков осуществляется анализ с учетом вероятности их возникновения и влияния с целью определения того, какие действия в отношении них необходимо предпринять.

В условиях реагирования на риск руководство выбирает такой метод, как уклонение от риска, принятие, сокращение или перераспределение риска, а также разрабатывает ряд мероприятий, позволяющий привести выявленный риск в соответствие с допустимым уровнем риска.

Средства контроля за управлением рисками направлены на обеспечение «разумной» гарантии реагирования на возникающий риск происходит эффективно и своевременно.

Необходимая информация определяется, фиксируется и передается в такой форме и в такие сроки, которые позволяют сотрудникам выполнять их функциональные обязанности.

Весь процесс управления рисками организации отслеживается и по необходимости корректируется. Мониторинг осуществляется в рамках текущей деятельности руководства или путем проведения периодических оценок.

Управление рисками организации не является линейным процессом, в котором один компонент оказывает влияние на следующий, это много направленный, циклический процесс, в котором почти все компоненты могут воздействовать и воздействуют друг на друга.

Управление риском организации опирается на результаты оценки риска, технико-технологический и экономический анализ потенциала и среды функционирования предприятия, действующую и прогнозируемую нормативную базу хозяйствования, экономико-математические методы, маркетинговые и другие исследования.

Основная задача в управлении рисками – подобрать такой вариант, который обеспечит оптимальное сочетание риска и дохода, с учетом того, что чем прибыльнее проект, тем выше степень риска при его реализации.

К основным принципам управления риском можно отнести следующие:

– нельзя рисковать больше, чем это позволяет собственный капитал, т.е. необходимо определить максимально возможный объем убытка в случае наступления рискового события и убедиться в том, что это не приведет к банкротству предприятия;

– необходимо думать о последствиях риска, т.е., зная максимально возможную величину убытка, надо либо принять риск на свою ответственность, либо передать его на ответственность другому лицу, либо отказаться от риска;

– нельзя рисковать многим ради малого – следует соизмерять ожидаемый результат с возможными потерями в случае наступления рискового события.

При выборе стратегии для достижения поставленной цели необходимо руководствоваться такими правилами, как максимум выигрыша при приемлемом риске, оптимальное сочетание выигрыша и величины риска, минимум риска при заданном уровне выигрыша.

Следовательно, управление риском можно рассматривать как совокупность методов, приемов и мероприятий, позволяющих прогнозировать наступление рисковых событий и принимать меры к исключению или снижению отрицательных последствий наступления таких событий.

Таким образом, процесс управления риском – это достаточно сложная и многогранная сфера деятельности, в которой требуется учитывать множество внешних и внутренних факторов при принятии управленческих решений.

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ПРИНЦИПЫ ПОДГОТОВКИ ИНТЕГРИРОВАННОЙ КОРПОРАТИВНОЙ ОТЧЕТНОСТИ

Колосов Владислав Владимирович,
СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 4 курс,
науч. рук. к.э.н., доц. Шмаль В.В.

С развитием рыночной экономики и возникновением различных форм собственности не только государственные органы заинтересованы в получении четких и достоверных отчетных данных о финансовом состоянии и результатах деятельности хозяйствующих субъектов за определенный период. Такими заинтересованными пользователями отчетности стали прежде всего акционеры предприятий и корпораций, кредитующие банки и инвестиционные фонды, поставщики комплектующих материалов и сырья, покупатели готовой продукции, страховые компании и другие.

Необходимость решения большого спектра практических задач на базе данных бухгалтерского учета привела к тому, что подготавливать бухгалтерскую отчетность требуется по разным практическим направлениям: фискальному, финансовому, статистическому, корпоративному, стратегическому, управленческому и другим.

Достоверность составления отчетности нельзя объективно оценить без раскрытия стратегии и целей деятельности компании. При формировании рыночно ориентированной отчетности необходимо обеспечить приоритет экономического содержания операций над формой подачи информации.

Пользователи корпоративной отчетности, кроме традиционной бухгалтерской и финансовой информации, в настоящее время нуждаются:

- в большем раскрытии нефинансовой информации;

- в прогнозируемой информации;
- в большей информации о нематериальных активах.

В российских же компаниях, в том числе корпоративных структурах, на протяжении последних десятилетий определилась тенденция отражения минимальных финансовых результатов из-за сложившейся налоговой направленности бухгалтерского учета. Однако стремление к рыночной ориентированности российских корпораций, в первую очередь на инвесторов и кредиторов, должна менять их отношение к отражению финансовых результатов.

Интегрированная отчетность — это новый инструмент, который в ближайшей перспективе обеспечит эффективное взаимодействие компаний с финансовыми рынками и широким кругом заинтересованных сторон. Но уже сейчас данный инструмент может стать эффективным средством для лучшего понимания компаниями собственной бизнес-модели и факторов, создающих ценность.

Интегрированный отчет обеспечивает пользователей как финансовой, так и нефинансовой информацией о стратегии компании, ее достижениях, стиле управления (с экономической и социальной точек зрения), делая акцент на взаимосвязях между этими аспектами. Организации необходимо дать пояснения к своей бизнес-модели и к тому, как достигается создание стоимости в краткосрочном, среднесрочном и долгосрочном периодах. Стандартной формы интегрированного отчета не существует, однако Международный комитет по интегрированной отчетности (IIRC) сформулировал базовые принципы, которыми следует руководствоваться при его составлении.

Стоит отметить, что интегрированная отчетность — новое веяние в мире финансов, и на практике ее механизм еще недостаточно проработан. Для компаний, которые не боятся экспериментировать и внедрять инновации, это шанс расширить свои возможности.

В практическом плане это означает, что интегрированный отчет в лаконичной форме содержит следующие сведения о компании:

– Актуальную информацию о корпоративной стратегии, бизнес-модели и условиях, в которых работает компания.

– Историческую справку (с акцентом на общие события, а не только на стандартные финансовые показатели).

– Информацию, позволяющую лучше понять трудности и риски, с которыми компания сталкивается при достижении своих стратегических целей, и оценить устойчивость бизнеса в краткосрочной, среднесрочной и долгосрочной перспективе.

Международный комитет по интегрированной отчетности (IIRC) выпустил документ для обсуждения «Путь к интегрированной отчетности: раскрытие информации о стоимости в 21-м веке», в котором приводятся доводы в пользу разработки новой модели отчетности – «интегрированной отчетности». В нем разъясняется характер информации, которую компании

должны отражать в отчетности, и ключевые принципы, на которых она должна основываться.

Ожидается, что этот документ станет основой для международного обсуждения. Более конкретные предложения, скорее всего, появятся в 2012 г. и будут отражать реакцию на этот документ и опыт, полученный в ходе выполнения пилотной программы IIRC совместно с компаниями и инвесторами, которая направлена на изучение инновационных подходов к составлению отчетности. Это может привести к существенному изменению характера информации, которую компании предоставляют рынкам.

Позднее в этом году IIRC должен обсудить с представителями "Большой двадцатки" потребности в интегрированной отчетности и то, что необходимо для ее разработки. Аудиторы (и профессиональные объединения) станут частью этой системы.

Инициатива IIRC вызвана изменением динамики бизнеса и признанием того, что существующая система финансовой отчетности должна быть интегрирована с другими критически важными показателями (а не подаваться отдельными блоками), чтобы показать, как организация создает стоимость и в каких условиях она осуществляет свою деятельность.

Мир изменился в процессе глобализации, в результате принятия мер регулирующими органами в ответ на финансовый кризис и кризис корпоративного управления, а также из-за недостаточности ресурсов. Руководители бизнеса продумывают изменения, необходимые для того, чтобы преуспеть в условиях повышенного риска, когда к их бизнесу будет предъявляться больше требований. И все это начинает влиять на то, как люди оценивают свои бизнес-модели и перспективы своих компаний.

Прежде всего компании должны понимать, насколько важно быть ответственными и прозрачными и представлять информацию о своей деятельности в максимально полном объеме. Компании должны отчитываться о своей деятельности не только в соответствии с внутренней политикой и процедурами, но также и в соответствии с ожиданиями и интересами внешних пользователей. Отчеты должны готовиться на регулярной основе. Они должны проходить верификацию и аудит независимой третьей стороной (аудитором), в свою очередь имеющим соответствующий международный статус и репутацию. Это важно для любого бизнеса, так как определяет уровень доверия общества к конкретной компании и бизнесу в целом, служит основой для долговременной и успешной работы на рынке.

Руководство предприятий должно понять, где конкретно находится его организация в диапазоне от обязательной отчетности до "интегрированного" мышления и отчетности. Ему должно быть известно об уроках, полученных компаниями в результате экспериментов с их отчетностью в рамках пилотной программы IIRC.

Важно, чтобы руководство осознало то, как бизнес создает свою стоимость, и оценило объемы и качество существующей отчетности в этом контексте, включая как внутреннюю отчетность руководству и совету ди-

ректоров, так и внешнюю отчетность заинтересованным сторонам, чтобы ликвидировать имеющиеся несоответствия.

Список литературы:

1. Хорин А. Н. Рыночно ориентированная финансовая отчетность: отчет о стоимости капитала // Бухгалтерский учет, 2006, № 16 – 51 с.
2. В.М. Рут-гайзера Три подхода к оценке стоимости бизнеса – М.:Изд-во «Маросейка», 2008. – 304 с.
3. Новодворский В.Д., Понамарева Л.В. Бухгалтерская отчетность организации. – М.: Изд-во «Бух. Учет», 2005. – 280с.

АТЛАНТИЗМ СЕГОДНЯ: ТРАНСФОРМАЦИЯ ИДЕЙ БОРЬБЫ СУШИ И МОРЯ

Конеева Лилия Рафаиловна,
СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 3 курс,
науч. рук. доц. Никифорова С.О.

В основе геополитики лежит деление всех государств и культур на два типа — сухопутные и морские. Это — первый закон геополитики. Противостояние Востока и Запада, совершенно очевидное сегодня, включает в себя противоречия различного рода: экономические интересы, качественное различие правящих элит и несовместимость основополагающих интеллектуальных установок. Все эти противоречия возрастают, взаимно усиливая друг друга. Причем связь экономических, социологических и духовных напряжений проявлялась на протяжении всей великой человеческой истории.

Постепенно геополитическая пара Суша и Море закрепилась в форме противостояния стран Запада и Востока. Так что же определяется термином «атлантизм» на современном этапе?

Атлантизм выступает как одна из разновидностей идеолого-философского оформления духовных ценностей так называемой западной цивилизации. Название связано с тем, что главные центры этой цивилизации – Западная Европа, в первую очередь – Великобритания и США – разделены Атлантическим океаном, и трансокеанские коммуникации имеют для нее решающее экономическое, а, следовательно – политическое значение. Известной легализацией атлантизма является тот факт, что ведущий военно-политический блок Запада носит название "Организация северо-атлантического договора" (NATO).

Главной ценностью атлантизма предполагает индивидуальную свободу каждого человека любой ценой, все остальные атрибуты, как то правовое государство, свободный рынок и прочее являются лишь конкретными, преходящими формами организации атомизированного общества. В этом плане атлантизм является антиподом евразийства или

континентализма, предполагающего приоритет общественных от семьи до государства ценностей над личными.

Атлантистская или талассократическая ориентация – развитие концепции морской силы. Это объясняется географическими особенностями англо-саксонского мира, господствующего на морях и опирающегося на силу морского флота. Морская сила рассматривается здесь как особый тип цивилизации, наилучший и наиболее эффективный, а потому предназначенный к мировому господству. Таким образом, атлантизм англо-американской геополитики тесно связан с гегемонизмом – идеей превосходства. Именно поэтому в этой геополитической традиции в наибольшей мере получили развитие концепции мировой державы, мирового господства, имперской геостратегии, однополярного мира.

В современной американской политической картографии принято изображать геополитическую картину мира в весьма экстравагантной для классической географии форме: США помещают в центре, по обеим сторонам – Тихий и Атлантический океаны. Старый Свет при этом приходится искусственно разрывать: Европу от Азии, Дальний Восток от Ближнего Востока. В результате западное полушарие произвольно растягивается от Ирана до Шанхая, что обозначает включение в сферу американских интересов всей Юго-Восточной Азии как западной окраины Тихого океана.

То обстоятельство, что при таком изображении приходится разрывать Старый Свет надвое, открывая Европу от Азии или Дальний Восток от Ближнего Востока, нисколько не смущает американских геополитиков. С целью обоснования претензии североамериканского империализма на мировое господство американские геополитики, как, например, Вейгерт, Тейлор и Спикмен, учат, что в основе историко-географического развития" лежит изменение средств сообщения. Так англо-американская геополитика сегодня решительно меняет привычные географические очертания мира, провозглашая примат политики над территорией.

На современном этапе атлантизм выражается как реакционное идейное и политическое течение на западе, выступающее за максимально тесный и всесторонний союз государств – участников североатлантического договора в целях укрепления мировых позиций капитализма, совместной борьбы против содружества социалистических стран и национально-освободительного движения. Атлантизм выступает как идеология и политика сотрудничества стран Западной Европы, США и Канады, нашедшая наиболее полное отражение в деятельности НАТО.

Атлантизм стремится построить однополярный мир, подчинить планету своему единоличному могуществу и своей воле. Для этого надо справиться с реальными и потенциальными конкурентами. Согласно учебникам американской геополитики: кто контролирует Евразию, тот контролирует весь мир (Макиндер). Россия занимает в Евразии «сердечные земли» (heartland). Пространство СНГ служит для контроля над Россией.

При этом атлантисты создают сложную дифференцированную систему геополитического распределения силовых "ядер". Непосредственно США обеспечивают военно-стратегическую мощь. Интеллектуальные, финансовые и производственные структуры, а также центры разработки высоких технологий сосредоточиваются в Западной Европе, свободной от тяжести обеспечения собственной военной безопасности (кроме содержания полиции и чисто декоративных ВС). Природные ресурсы поступают из экономически малоразвитых регионов Третьего мира, откуда в значительной мере приходила и дешевая рабочая сила.

Однако атлантизм перестаёт быть только глобальной политической стратегией западных стран Атлантического альянса и становится не только военно-стратегической концепцией, но и включает в себя ценностную систему. Таким образом, идея распространения американского образа жизни, прогресса, демократии, прав человека на не европейский мир с точки зрения геополитики и есть процесс политического и военного захвата этих территорий.

Борьба за выживание между атлантизмом, славянством и исламом, потенциалами культур, ориентированных на рационалистические и традиционалистические ценности, в XXI веке графически формирует гигантский треугольник наподобие Бермудского, в бездне которого может бесследно исчезнуть планетарная цивилизация.

Именно эта борьба определяет основное содержание современного мирового политического процесса, а не строительство цивилизованного мира, ориентированного на атлантические стандарты.

Судьба славянской России зависит от понимания закономерностей этой борьбы и реализации такого понимания во внутренней и внешней политике.

Сегодня Россия имеет реальные шансы влияния на реформацию международной политики США и стратегии атлантизма в направлении отказа от иллюзии глобального господства, которое чревато возможными Бермудами, и признать право других цивилизаций и общественно-политических систем на сосуществование.

Некоторые геополитики считают, что XXI век формирует объективные предпосылки для выхода Росси из русла атлантических ценностей.

Контролируемые атлантизмом глобальные информационные сети в сознании мировой общественности укрепляют тождественность понятий цивилизованный мир и атлантическая цивилизация, в то время как действительно цивилизованный мир определяют не ориентированные на укрепление культа денег однобокие атлантические ценности, а красота цивилизационно-культурологической множественности человечества.

В третьем тысячелетии формируются новые приоритеты – XXI в. открывает перспективы восстановления значения гуманистических ценностей в мировом общественном развитии, формирует исторические условия для цивилизационного выдвижения на авансцену

традиционалистических обществ, к которым принадлежит и Россия. Формируются объективные перспективы для реализации глобального фактора России – ее культурологического участия в восстановлении естественного баланса рационалистического и традиционалистического начал в формировании парадигмы мирового общественного развития.

Реализация этой перспективы, укрепляющей общечеловеческое значение российской культуры и ее влияние на поступательное развитие цивилизованного мира, зависит от дальновидности современного поколения российских политиков и государственных деятелей, которых избирает общество.

Приоритетные направления деятельности современных страховых компаний

Корх Евгения Владимировна,
СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 2 курс,
науч. рук. асс. Хабибулина Л.М.

Для развития страхового рынка и страхового бизнеса в Российской Федерации существуют значительные возможности и перспективы, а именно: огромная территория страны, почти 150-миллионное население, наличие хозяйствующих субъектов различных организационно-правовых форм и видов собственности, появление новых видов страхования.Началом возникновения современного российского страхового бизнеса можно считать 1989 г., когда появились страховые кооперативы. Важную роль в становлении и развитии современного страхового дела в России сыграл Закон РФ от 27 ноября 1992 г. № 4015-1 "О страховании", который заложил все основы современного страхового дела.

Становление рыночной экономики в России, благоприятно сказывалось на развитии отечественного рынка страховых услуг, но финансово-экономическая нестабильность, охватившая в начале XXI века практически весь мир, не могла не отразиться и на развитии данного рынка услуг. На современном этапе страхование, как важнейший финансовый институт, должно быть органично встроено в процессы наметившейся диверсификации российской экономики и обеспечения нового качества экономического роста.Актуальность этой темы на сегодняшний день определяется необходимостью повышения роли страхования как фактора финансовой стабилизации общества при наступлении непредвиденных случайных событий, наносящих урон государству, бизнесу и населению. Существующий уровень развития страхования в России является недопустимо низким для рыночных условий хозяйствования.

Позитивным моментом в формировании российского страхового рынка является создание сравнительно крупных страховых компаний, способных адаптироваться к динамично меняющейся конъюнктуре рынка и

оказывать страховые услуги, отвечающие мировым стандартам, а также складывающаяся инфраструктура рынка. В России страхуется менее 10 процентов потенциальных рисков (против 90-95 процентов в большинстве развитых стран), 90 процентов собственности предприятий не обеспечено страховой защитой.

Страхование это система особых перераспределительных отношений, возникающих между участниками страхового фонда в связи с его образованием за счет целевых денежных взносов и использованием на возмещение ущерба субъекта хозяйствования и оказания помощи гражданам при наступлении страховых случаев в их жизни. Перечислим наиболее востребованные и приоритетные направления деятельности современных страховых компаний на российском рынке:

– имущественное страхование, объектом которого выступают различные материальные ценности;

– личное страхование, основой которого являются события в жизни физических лиц;

– социальное страхование, объектом которого выступают лица, которые в силу некоторых причин не могут трудиться и получать оплату за труд;

– страхование ответственности, предметом которого служат возможные обязательства страхователя по возмещению ущерба третьим лицам;

– страхование предпринимательских рисков, где объектом считается риск неполучения прибыли или образования убытка.

Потребности экономики обусловили не только формирование независимых страховых обществ, их союзов, ассоциаций и других форм объединений страховых организаций, но и развития таких новых, ранее не применявшихся в нашей стране нетрадиционных видов страхования, как страхование предпринимательского риска, страхование ответственности за загрязнение окружающей среды (воздуха, воды, почвы), приватизационное страхование. Основная цель последнего – создание необходимых и достаточных условий для эффективной приватизации.Объективная основа развития страхового рынка – необходимость обеспечения непрерывности процесса воспроизводства путем предоставления денежной помощи потерпевшим в случае непредвиденных, неблагоприятных обстоятельств.

В условиях рыночной экономики, чтобы защитить имущественные интересы юридических и физических лиц необходимо обеспечить финансовую устойчивость страховых компаний. Это зависит от собственного капитала и страховых резервов, слаженной тарифной, перестраховочной и инвестиционной политики. Финансовая устойчивость это такое состояние финансовых ресурсов, их распределение и использование, способствующее развитию страховой организации, при котором обеспечивается безусловное выполнение обязательств перед страхователями на основе положительной динамики прибыли при сохранении платежеспособности с учетом трансфера риска и изменения

экономической конъюнктуры. Она зависит, в том числе, от величины собственного капитала, сформированных страховых резервов, слаженной тарифной, перестраховочной и инвестиционной политики. Финансовая устойчивость должна обеспечиваться, как правило, по каждому виду страхования, хотя возможно покрытие дефицита средств по одним видам страхования за счет прибыли по другим, но так, чтобы по совокупности всех действующих видов страхования страховщик имел прибыль либо покрывал расходы.

Основной целью предприятий страхового рынка России является создание эффективной системы страховой защиты имущественных интересов граждан и юридических лиц, обеспечивающей реальную компенсацию убытков (ущерба, вреда), причиняемых в результате непредвиденных природных явлений, техногенных аварий и катастроф и негативных социальных обстоятельств за счет резервов страховых организаций при снижении нагрузки на бюджет. Не менее важным аспектом является и формирование необходимой для экономического роста надежной и устойчивой хозяйственной среды, а также максимальное использование страхования как источника инвестиционных ресурсов. Для достижения указанных целей необходимо: обеспечение надежности и финансовой устойчивости системы страхования, проведение активной структурной политики на рынке страховых услуг, повышение эффективности государственного регулирования страховой деятельности, развитие взаимоотношений российского и международного страховых рынков, совершенствование нормативной базы страховой деятельности.

Важнейшими задачами развития национальной системы страхования являются обеспечение надежности и финансовой устойчивости системы страхования, проведение активной структурной политики на рынке страховых услуг, повышение эффективности методов государственного регулирования страховой деятельности, развитие взаимоотношений российского и международного страховых рынков. В частности, для решения задач обеспечения надежности и финансовой устойчивости системы страхования одним из приоритетных направлений деятельности страховых организаций и перестраховочных компаний является повышение минимального размера уставного капитала, а также его формирование исключительно за счет денежных средств.

Следует отметить, что стабильность страхового рынка во многом определяется его инфраструктурой, которая должна представлять собой слаженно работающий механизм с развитой системой информационно-аналитического обеспечения органов государственной власти, субъектов страхового рынка и заинтересованных лиц (создание информационно-аналитических центров, проведение регулярных выставок, подготовка ежегодных аналитических докладов по вопросам страхования и др.). Развитие системы страхования зависит также от уровня профессионализма руководителей и специалистов страховых компаний. В связи с этим необходимо установить единые квалификационные требования к руководителям страховых организаций, порядок их аттестации и обязательной периодической переаттестации. Особое внимание следует обратить на создание

системы подготовки кадров страховщиков и всемерное развитие страховой науки.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в условиях динамичного и весьма нестабильного страхового рынка и неблагоприятных внешних условиях для развития страховой отрасли шансы на выживание и развитие страховой компании зависят от правильно построенной стратегии страховщика. Стратегия страховщика представляет собой целенаправленную политику деятельности на рынке по обеспечению максимального уровня рентабельности операций страховщика через выявление и формирование спроса на страховые услуги со стороны потенциальных и действующих страхователей и его удовлетворение. В числе основных элементов рыночной стратегии страховщика выделяются следующие: анализ страхового рынка, совершенствование страхового портфеля, обеспечение эффективной финансовой политики, совершенствование технологии страховой деятельности, повышение квалификации персонала.

Исследование малого бизнеса и государственной поддержки предпринимательства в Ленинградской области*

Костенко Глеб Сергеевич,
СПбГУСЭ, ИРЭиУ, аспирант, 1 курс,
науч. рук. д. э. н., проф. Безденежных Т.И.

Статья, содержащая в себе частичный анализ государственной поддержки малого и среднего бизнеса создана из результатов исследований проведенных на основе документации и отчётов Ленинградского областного центра поддержки предпринимательства.

Оценка состояния бизнеса предпринимателей. В процессе анализа деятельности, все малые предприятия были поделены на 9 основных групп по отраслевой принадлежности в соответствии с типовой классификацией органов статистики. Основные сферы деятельности МП: бытовое обслуживание и прочие услуги населению – 23,6%, промышленность – 21,7%, торговля и общественное питание – 17,9%, транспорт и связь – 9,6%, здравоохранение, физкультура, спорт и туризм – 8,8%, строительство – 6,4%, остальные менее 6%. (Рисунок 1).

[10]* Статья подготовлена в рамках государственного задания на выполнение НИР на тему: Формы и методы управления социально-демографическими процессами и развитием рынков труда с учетом их региональной специфики. Задание Минобразования РФ (тема № 6.4517.2011).

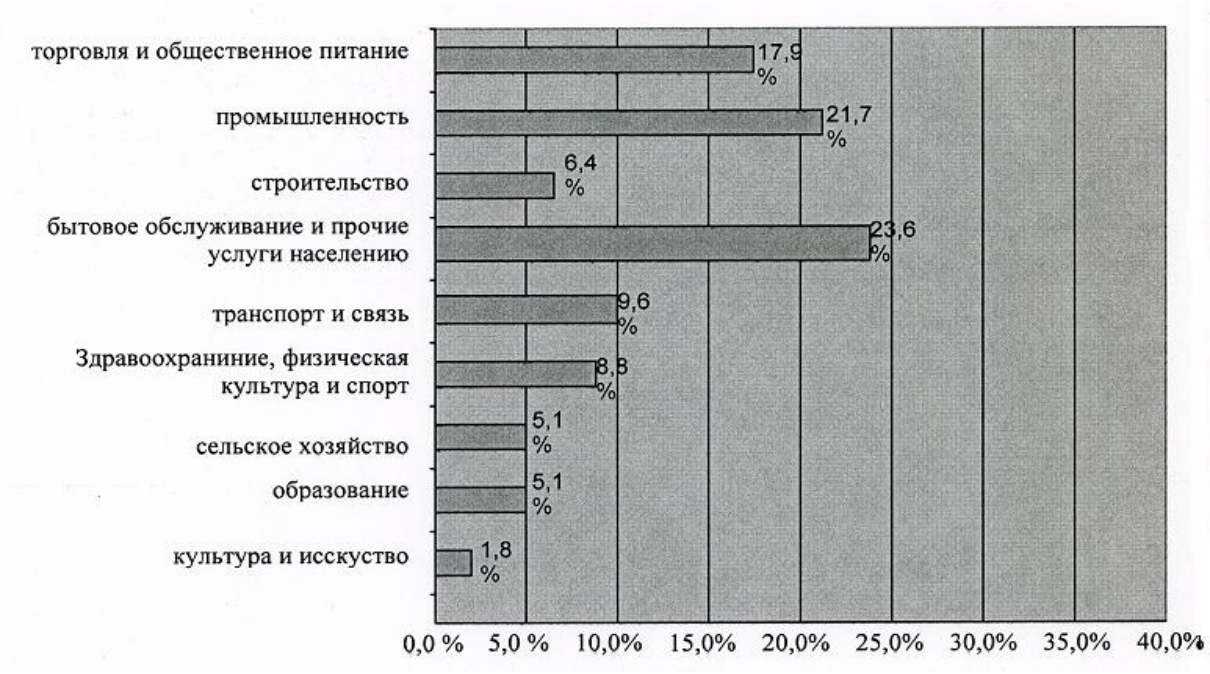


Рисунок 1. Основная сфера деятельности малых предприятий в Ленинградской области

Стоит отметить, что средняя доля действующих предприятий, созданных при поддержке областной программы путем выделения стартовых пособий, составляет 90% от общего количества предпринимателей, получивших стартовые пособия в период 2006 – 9 месяцев 2010 года, что является показателем относительной эффективности данной государственной программы.

В рамках реализации долгосрочной целевой программы "Развитие и государственная поддержка малого и среднего предпринимательства в Ленинградской области на 2009-2013 годы" в период с 2006 – 9 месяцев 2010 года было выдано 491 стартовых пособий.

Все опрошенные предприятия были созданы в период с 2006г. по сентябрь 2010г. На Рисунке 2 отражена динамика выдачи субсидий по календарным годам, которая полностью соответствует положениям государственной программы.

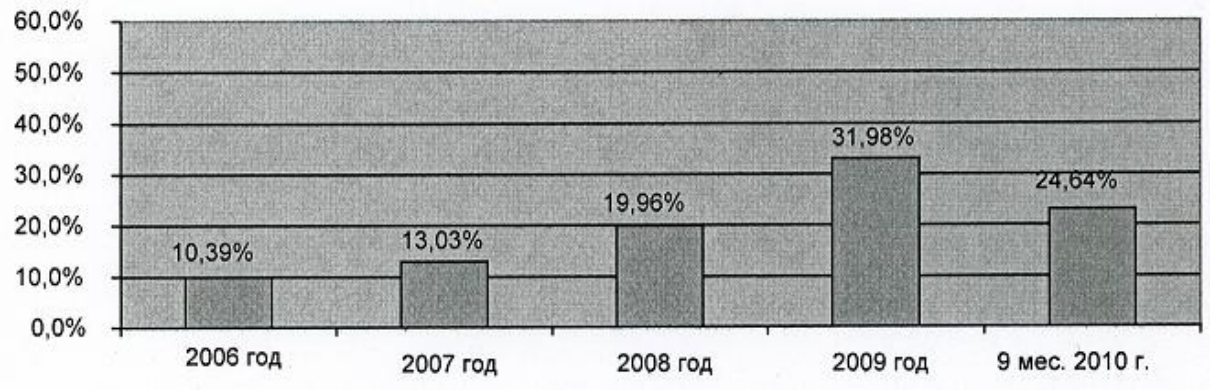


Рисунок 2. Динамика выдачи субсидий субъектам малого предпринимательста в Ленинградской области в 2006-2010гг.

Анализируя данные рисунка 3, где отображена структура выдачи субсидий в разрезе по муниципальным районам Ленинградской области, легко сделать выводы о том, что большую долю в общем количестве предприятий, созданных с помощью государственной поддержки, занимают предприятия, ведущие хозяйственную деятельность в Гатчинском (20,57%) и Выборгском (18,53%) районах Ленинградской области. Это говорит, в первую очередь, о высокой степени развития экономики данных районов, об активности местного населения, а также о грамотной и эффективной работе местных фондов поддержки предпринимательства.

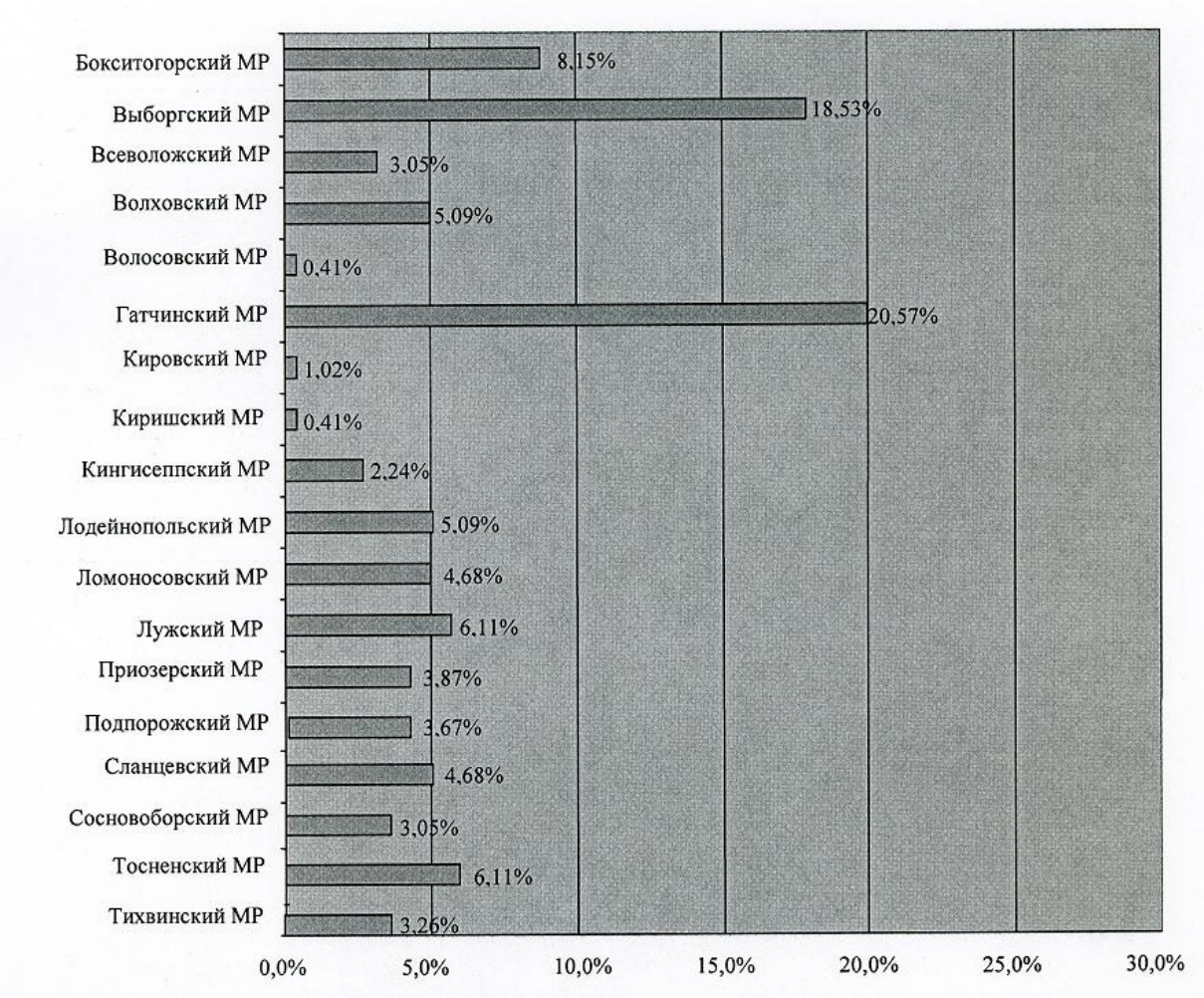


Рисунок 3. Выдача субсидий по муниципальным районам Ленинградской области в 2010 году

Анализ полученных в ходе исследования данных позволяет сделать следующие выводы:

– Общей тенденцией состояния предприятий малого бизнеса в Ленинградской области является развитие всех направлений его деятельности. Наиболее ярко это проявляется в промышленности и строительстве. Тенденции развития рынков, по мнению руководителей, в целом совпадает с тенденциями развития конкретных предприятий.

– Открыть новое производственное направление готовы 28% предпринимателей при этом 71,1% предпринимателей в качестве причин, по которым они этого не делают, указывают не финансовые проблемы, а отсутствие налоговых льгот, проблемы административного характера и т.д.

– При рассмотрении вопросов открытия нового направления предприниматели гораздо большее значение придают постановке технологического процесса – 26,9% и возможности получения кредита 24%, нежели изучению потребностей рынка. Последнее подтверждает мнение предпринимателей, что практически все рынки находятся в развитии.

– В настоящее время лишь 26,1% предпринимателей использует заемные средства в своем бизнесе. Привлекаемые для развития бизнеса денежные средства в большей своей части расходуются на пополнение оборотных средств – 57% и лишь 43% средств предназначается для покупки оборудования.

– Наиболее распространенной формой привлечения средств, малыми предприятиями, является получение частного кредита. Около трети привлекаемых основных средств – 30,5% и почти половина оборотных – 49,1% являются займами знакомых и предприятий-партнеров. Банковский кредит является вторым по распространенности – для приобретения основных средств этот источник использует 26,3% МП, для пополнения оборотных средств – 35,2% МП.

– Средний объем привлекаемых средств одним предприятием для пополнения оборотных средств находится в пределах 350 тыс. рублей. Годовой объем привлекаемых средств в Ленинградской области оценивается примерно в 820 млн. рублей. Такие объемы прямой поддержки МП бюджету области сегодня недоступны.

– Для регистрации предприятия руководителям в среднем пришлось посетить 5,7 инстанций, затратив приэто сумму порядка 4 тыс. руб. По времени этот процесс занял около 40 дней. Основные проблемы, с которыми сталкивались руководители МП при регистрации предприятия таковы: необоснованно длительные процедуры регистрации – 28,7% и волокита, бюрократизм чиновников – 28,5%.

– В среднем какие-либо проверяющие органы каждое предприятие проверяют 2,2 раза в месяц. Наиболее часто проверяют следующие проверяющие органы: пожарный надзор, налоговая инспекция, санэпиднадзор.

– 84,6% руководителей малых предприятий считают законно-дательство в сфере развития малого предпринимательства несовершенным.

– Вследствие ограниченной информированности, руководители МП рассматривают лишь часть источников финансирования из имеющихся, что говорит о необходимости создания системы оперативного информирования малых предприятий о существующих условиях кредитования.

Исследование понятий «расходы» и «затраты» в системе бухгалтерского учета

Котова НатальяАндреевна,
СПбГУСЭ, ИРЭиУ, аспирант,
науч. рук. д.э.н., проф. Ерофеева В.А.

Для целей бухгалтерского учета себестоимости существенное значение имеет правильное определение понятий «затраты» и «расходы». В настоящее время в экономической литературе отсутствует их единая общепринятая трактовка.

В ряде случаев экономисты считают данные понятия синонимами, однако изучение сущности понятий «затраты» и «расходы» свидетельствует об их различии.

Затраты предприятия связаны с приобретением сырья, материалов, товаров и иных материально-производственных запасов; с использованием ресурсов в процессе переработки материально-производственных запасов для целей производства продукции, выполнения работ, оказания услуг, а также продажи товаров.

Расходами организации признается уменьшение экономических выгод в результате выбытия активов (денежных средств, иного имущества) и (или) возникновения обязательств, приводящее к уменьшению капитала этой организации, за исключением уменьшения вкладов по решению участников (собственников имущества). Таким образом, для разграничения терминов «затраты» и «расходы» важно понять, что осуществление расходов уменьшает капитал организации. В данном случае речь идет не об уменьшении уставного, резервного, добавочного капитала или чистой прибыли, а об определении капитала с точки зрения его экономического содержания – как общей стоимости активов организации за вычетом обязательств.

Итак, в отличие от расходов, затраты в момент их признания не оказывают влияния на прибыль. Если бы осуществление затрат было связано с показателем прибыли, стал бы бессмысленным один из наиболее важных бухгалтерских процессов — калькулирование себестоимости продукции. Продуктом калькуляции является себестоимость, которая формируется в производстве, но признается расходом в момент продажи продукции. Только в момент продажи могут быть отражены доходы, расходы и прибыль от ее реализации. В ходе производственного процесса эти показатели не могут быть признаны в силу того, что характеризуют именно процесс обращения и еще «не существуют» до продажи продукции. Производственная бухгалтерия как раз и основывается на необходимости исчислить себестоимость без влияния каких-либо прибылей и убытков, т.е., как указано в учетных стандартах, «по сумме фактических затрат».

Таким образом, в контексте рассматриваемой проблемы, осуществление затрат — это уменьшение одних активов с условием

равновеликого прироста других, либо прирост активов и обязательств на одну и ту же величину. Это «перетекание» стоимости отражается на калькуляционных счетах. Иными словами, затраты — это принятая к учету стоимостная оценка использованных ресурсов различного вида — материальных, финансовых, трудовых и прочих — стоимость которых может быть измерена с достаточной степенью надежности.

Затраты осуществляются в течение определенного периода. Завершение периода накопления затрат определяется тем моментом, когда соблюдены условия признания активов, ради создания которых были осуществлены данные затраты, или когда становится очевидным, что понесенные затраты уменьшают экономические выгоды организации без создания какого-либо объекта имущества. Таким образом, по окончании периода накопления затраты приводят к образованию либо активов, либо расходов.

Различие затрат и расходов проявляется практически во всех сферах. Выше было показано, что затраты не влияют на прибыль. Другой аспект — момент признания. Различия во временной соотнесенности расходов и затрат указываются как основные при разграничении этих терминов большинством авторов, например В.Э. Керимовым, Н.В. Ткачук, А.А.Ефремовой. Затраты, в отличие от расходов, отражаются в бухгалтерском учете организации на момент потребления в производственном процессе, т.е. в том отчетном периоде, когда были израсходованы ресурсы того или иного вида, независимо от времени фактической выплаты денежных средств (допущение временной определенности фактов хозяйственной деятельности). Затраты подлежат признанию независимо от намерения получить выручку и от формы осуществления затрат (денежная, натуральная и иная).

Расходы признаются в том периоде, когда списан (утрачен по различным причинам или передан новому собственнику) объект оборотных или внеоборотных активов, либо когда признано, что затраты не приведут к созданию актива, окончен период выполнения работ, оказания услуг. При этом расходы признаются при условии соблюдения принципа соответствия доходов и расходов. Это означает, что доходы признаются только одновременно с соответствующими им расходами.

Затраты, не признанные расходами, отражаются в балансе в качестве одного из видов оборотных активов – незавершенного производства, готовой продукции, товаров, материалов и т.п.

В соответствии со ст. 252 Налогового кодекса РФ расходами признаются документально подтвержденные затраты, осуществленные (понесенные) налогоплательщиком. При этом под обоснованными расходами понимаются экономически оправданные затраты, оценка которых выражена в денежной форме, а под документально подтвержденными расходами понимаются затраты, подтвержденные документами, оформленными в соответствии с законодательством РФ. Расходами признаются любые затраты при условии, что они произведены для осуществления деятельности, направленной на получение дохода.

Итак, затраты есть сумма стоимостей использованных ресурсов. Признание затрат означает «перетекание» одних видов активов в другие либо равновеликое увеличение активов и обязательств (в случае потребления работ, услуг), что не уменьшает капитала организации, а поэтому не приводит к признанию расходов. Окончание периода накопления затрат означает необходимость признания актива или расхода. Расходом признаются затраты, не приведшие к образованию оборотного или внеоборотного актива. Также расходом признается списание оборотного актива, не связанное с его производственным потреблением, или списание внеоборотного актива по любым причинам.

Признание расходов осуществляется на счетах 90 «Продажи» или 91 «Прочие доходы и расходы», говорить об отражении расходов на затратных счетах неправильно, поскольку эти счета находятся в начале той цепочки, которая затем приводит к финансовому результату. Однако дать определение расходам как суммам, отраженным по дебету указанных счетов, было бы не верно, поскольку суть определения должна быть противоположной — по дебету указанных счетов могут быть отражены только те суммы, которые «имеют право» влиять на сумму прибыли, т.е. которые признаются расходами, поскольку уменьшают капитал организации.

Таким образом, различая понятия расходов, затрат и себестоимости, можно сказать, что расходы относятся к операционной деятельности предприятия и к его денежному потоку, поскольку возникают в процессе его текущей деятельности. Затраты же являются бухгалтерской категорией, с денежным потоком не связаны и служат элементами, формирующими показатель себестоимости. Часть затрат – связаны с операционной деятельностью, а часть с финансовой или инвестиционной деятельностью предприятия и правилами и нормативами.

Согласно трактовке понятий затрат и расходов, рассмотренной выше, можно сделать вывод об отражении данных показателей в отчетности. Затраты, таким образом, отражаются в бухгалтерском балансе организации, а расходы – в отчете о прибылях и убытках.

Однако в экономической литературе существует и иной подход к соотношению данных понятий.

Например, Э. Шмаленбах финансовый результат выводил путем сопоставления выручки и затрат. Он разделял понятия выручки и дохода, расходов и затрат следующим образом: «В балансе содержатся расходы и доходы, которые еще не стали затратами и выручкой».

Под расходами в данном случае понимаются все приобретения, независимо от того, погашены ли обязательства перед поставщиками и где находятся поставленные ценности. Затратами расходы будут признаны в периоде признания выручки от реализации продукта, на который были осуществлены указанные расходы. Расходы, не признанные в данном и предыдущих периодах затратами, являются активами. Баланс, как отмечает Ф. Обербринкманн, является инструментом сопоставимости доходов и вы-

ручки, расходов и затрат, сглаживая «несоответствие между расходами и затратами предприятия, с одной стороны, и между доходами будущих периодов и выручкой, с другой».

Я.В. Соколов также поддерживает изложенную позицию, полагая, что расходы уменьшают актив или увеличивают пассив баланса вследствие изменения оценки или потоков ценностей.

Таким образом, рассматриваемые точки зрения являются прямо противоположными. Отсюда вывод, что понятия являются до сих пор дискуссионными, что и предопределяет необходимостью их дальнейшего изучения.

Список литературы:

1. Положение по бухгалтерскому учету «Расходы организации» ПБУ 10/99 (утв. Приказом Минфина РФ от 06.05.1999 г. № 33н) (ред.от 27.11.2006).
2. Ефремова А.А. Себестоимость: от управленческого учета затрат до бухгалтерского учета расходов. – М: Вершина, 2007. – 208 с.
3. Никольская Э.В. Анализ затрат на производство // Экономический анализ: теория и практика, 2007. – 5 (86).
4. Филатов Е.А. Методика формирования информации о затратах и расходах // Известия ИГЭА, 2007, № 1..
5. Интернет-библиотека («Организация управленческого учета в консультационном бизнесе»), http://gaap.ru.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ОЦЕНКИ ЭЛЕМЕНТОВ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ

Кривошеева Екатерина Евгеньевна,
СПбГУСЭ, ИРЭиУ, магистрант, 2 курс,
науч. рук. д.э.н., доц. Тяжкова М.С.

Современный этап развития теории бухгалтерского учета и финансовой отчетности направлен на изучение двух основных учетных вопросов, а именно, определение момента признания объектов бухгалтерского учета и формирования денежного измерения их стоимости, т.е. оценки.

Основной задачей, которую должна решать оценка в бухгалтерском учете, является обеспечение интересов всех групп заинтересованных пользователей. Таким образом, предполагается, что оценка должна уничтожить барьеры между внешними и внутренними пользователями, связанные с асимметрией информации, характерной для рыночной экономики.

В современной международной системе учета в отношении тех или иных объектов применяется более двух с половиной десятков видов стоимостей. К основным из них относятся: рыночная стоимость, справедливая стоимость, амортизационная стоимость, чистая стоимость, специальная стоимость, инвестиционная стоимость, синергетическая стоимость, ликви-

дационная стоимость, ипотечная стоимость, кадастровая стоимость, бухгалтерская (балансовая) стоимость, скорректированная бухгалтерская стоимость, стоимость в использовании, стоимость в использовании актива, не генерирующего денежные потоки, стоимость в обмене, утилизационная стоимость, внутренняя стоимость, остаточная стоимость и т.д..

Такое разнообразие привело к необходимости систематизации и универсализации оценки активов и обязательств. В российской системе учете в основном применяются традиционные методы оценки, такие как историческая стоимость, основанная на документально подтвержденных данных. Тем не менее, в последние десятилетия наметился курс на гармонизацию с международными стандартами учета и отчетности. В связи с этим в последнее время особое внимание специалисты уделяют использованию справедливой стоимости на различных участках учета. Такой выбор обусловлен тем, что справедливую стоимость считают универсальным эквивалентом реальной ценности оцениваемого объекта.

Например, американский теоретик и практик оценки Альфред Кинг считает, что в ближайшее время будет осуществлен «переход от учета по первоначальной стоимости приобретения к учету по справедливой стоимости. И в будущем придется обращаться к книгам по истории, чтобы прочитать об учете по первоначальной стоимости, так как его больше не будут преподавать студентам» [1].

Категория справедливой стоимости не является статичной, она постоянно изменяется и совершенствуется.

Рассмотрим два определения справедливой стоимости. Первое из них содержится в действующих Международных стандартах финансовой отчетности, второе в контексте нового МСФО (IFRS) 13, представленном Совет по МСФО (IASB) и Совет по стандартам финансовой отчетности США (FASB) в мае 2011, вводимое в действие в 2013 году.

Справедливая стоимость – денежная сумма, за которую можно было бы обменять актив или погасить обязательство в коммерческой сделке между хорошо осведомленными, независимыми и заинтересованными сторонами.

Справедливую стоимость определяется, как сумма, которая была бы получена при продаже актива или уплачена при передаче обязательства в рамках обычной сделки между участниками рынка на дату оценки. Приведенные определения имеют очевидную общность. Оба предусматривают, что справедливая стоимость формируется в гипотетической сделке между участниками рынка в настоящий момент. А участниками сделки являются независимые, хорошо осведомленные и заинтересованные в совершении сделки стороны.

Тем не менее, обновленное определение справедливой стоимости предполагает, что теперь фокус ставится именно на цене выхода, а не входной цене. Сделка купли-продажи (обмена) подразумевает, что в ее результате одна сторона продает, а другая покупает актив, то есть цена покупки совпадает с ценой продажи, однако данное равенство нарушается в случае, когда компания, владеющая активом, имеет возможность приобретать его на одном рынке, а реализовывать на другом, как правило, по более высокой цене.

Таким образом, обновленное определение уточняет, что оценка справедливой стоимости активов должна производиться с позиции участников тех рынков, к которым рассматриваемая компания имеет доступ и на которых она, как ожидается, будет осуществлять их продажу. Оценивая объект по справедливой стоимости, компания должна в максимально возможной степени использовать соответствующие наблюдаемые исходные данные и свести к минимуму использование ненаблюдаемых исходных данных. МСФО вводят иерархию источников справедливой стоимости, в рамках которой устанавливается приоритетность исходных данных при оценке справедливой стоимости. В процессе осуществления оценкиотдается предпочтение данным более высокого уровня, то есть наилучшим индикатором справедливой стоимости является котировка на активном рынке, где сделки с активом или обязательством совершаются с достаточной периодичностью и в достаточном объеме для того, чтобы информация о ценах предоставлялась на постоянной основе (данные первого уровня). И только в случае отсутствия наблюдаемых данных первого и второго уровней стандарт разрешает использовать для оценки справедливой стоимости ненаблюдаемые данные третьего уровня, которые наименее соответствуют цели оценки справедливой стоимости – установлению цены активов и обязательств с точки зрения не конкретной компании, а участников рынка. На величину справедливой стоимости также влияет сам методы оценки. Существует мнение, что оценка элементов финансовой отчетности по справедливой стоимости – положительный момент для экономики в целом, так как соответствующие показатели более достоверно формируют финансовую отчетность организации, а также позволяют приблизить национальные стандарты нашей страны к МСФО. Однако вопрос целесообразности и реальности внедрения оценки по справедливой стоимости в России, особенно сегодня, в посткризисный период, все еще требует углубленного изучения. Основной проблемой является несовершенство теоретической и методологической базы по определению справедливой стоимости. Для успешного внедрения оценки активов и обязательств по справедливой стоимости необходимо, прежде всего, усовершенствовать ее теоретическую базу; определить участки в учете, на которых ее использование экономически целесообразно; разработать/уточнить инструментарий по практическому применению данной оценки.

Необходимо подчеркнуть, что отчетность, составленная в соответствии с МСФО, является очень эффективным способом формирования позитивного имиджа предприятия. Как правило, такая финансовая и бухгалтерская отчетность вызывает значительно большее доверие со стороны акционеров и инвесторов данного предприятия.

Список литературы:

1. Кинг, А. Оценка справедливой стоимости для финансовой отчетности: Новые требования FASB/Альфред Кинг; пер. с англ. – М.: Альпина Паблишерз, 2011. – 383с.

Эффективная учетная политика организации на примере ЗАО «Адеп»

Купри Любовь Владимировна,
СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 5 курс,
науч. рук. к.э.н., доц. Абдалова Е.Б.

Существование разных видов учета вызвано потребностью максимально удовлетворить интересы разных групп пользователей учетной информации, что, в свою очередь, определяет особенности учетной политики, в которой реализуется стратегия предприятия, а также требования своевременного формирования экономической информации, ее достоверности, доступности и полезности для пользователя. Заинтересованными могут быть сторонние пользователи информации с косвенным финансовым интересом, сторонние пользователи информации с прямым финансовым интересом, а также внутренние пользователи информации.

В настоящее время предприятия уделяют большое внимание стратегии развития, основное содержание которой учитывается при формировании учетной политики. Традиционный взгляд о том, что предприятия обязаны составлять приказ по учетной политике для целей бухгалтерского учета и для целей налогообложения, является дискуссионным. В действительности существует ряд факторов, позволяющих утверждать, что такой подход к учетной политике изжил себя, что связано с большими затратами на ее формирование. Поэтому целесообразней сформировать единую учетную политику, охватив и затронув все виды учета: финансовый, налоговый, управленческий, международный. Более того, такой документ даст возможность применить на предприятии систему диагностики финансового состояния.

Как известно, на многих российских предприятиях до сих пор к формированию учетной политики относятся как к повинности, требуемой законодательством, как к формально необходимому документу.

В этой связи следует выделить два вида учетной политики: формальную и эффективную. Эффективную учетную политику необходимо определить как закрепленную внутренней документацией совокупность принципов, приемов и правил ведения учета, которая должна соответствовать стратегии развития предприятия и способствовать получению максимального эффекта от функционирования системы учета в рамках действующего законодательства.

Необходимо установить такой порядок организации учетного процесса и методологии, реализация которого, обеспечила бы максимальный эффект от ведения учета. При этом под эффектом в данном случае понимается своевременное формирование финансовой информации, ее достоверность и полезность для широкого круга заинтересованных пользователей. Таким образом, хозяйствующие субъекты разрабатывают и проводят собственную учетную политику.

ЗАО «Адепт» одно из крупнейших предприятий по оптово-розничной торговле продуктами питания и их производству в Великом Новгороде, которое так же разрабатывает и применяет свою учётную политику. Основным направлением деятельности компании является оптовая и розничная торговля продовольственными товарами.

Рассмотрим учётную политику данной организации.

Формирование учетной политики организации и ведение бухгалтерского учета осуществляется в соответствии с нормативными документами, имеющими разный нормативный статус. Одни из них считаются обязательными к применению (Федеральный закон «О бухгалтерском учете», положения по бухгалтерскому учету), другие же носят рекомендательный характер (План счетов, методические указания, комментарии).

Согласно п. 2 ПБУ 1/2008 учетная политика представляет собой принятую организацией совокупность способов ведения бухгалтерского учета – первичного наблюдения, стоимостного измерения, текущей группировки и итогового обобщения фактов хозяйственной деятельности. Назначение учетной политики состоит в том, чтобы четко объяснить пользователям бухгалтерской и налоговой отчетности, на основании каких конкретных правил сформированы показатели отчетности организации.

Форма учетной политики нормативно не регламентирована. Поэтому сформированная учетная политика может быть изложена непосредственно в приказе. В этом случае она будет иметь исключительно текстовый формат с выделением отдельных пунктов. Так же возможна табличная форма построения учетной политики, которая делает этот документ более структурированным, с наглядными ссылками на нормативные документы, являющиеся основанием для выбранного организацией способа ведения бухгалтерского учета.

Учетная политика ежегодно составляется главным бухгалтером или иным должностным лицом, на которое возложено ведение бухгалтерского учета в организации, и утверждается руководителем организации. Принятая учетная политика применяется последовательно из года в год. Ее изменения могут иметь место только в отдельных случаях, предусмотренных Законом о бухгалтерском учете и ПБУ 1/08.

Начиная с 2002 года, все организации должны разрабатывать не одну, а две учетных политики — одну для целей финансового учета, а другую — для целей налогообложения.

Организация должна раскрывать принятые при формировании учетной политики способы бухгалтерского учета, существенно влияющие на оценку и принятие решений заинтересованными пользователями бухгалтерской отчетности.

Состав и содержание подлежащей раскрытию в бухгалтерской отчетности информации об учетной политике организации по конкретным вопросам бухгалтерского учета устанавливаются соответствующими положениями по бухгалтерскому учету.

При формировании учетной политики организация должна исходить из допущений (имущественной обособленности, непрерывности деятельности, последовательности применения учётной политики, временной определённости фактов хозяйственной деятельности) и выполнять требования (полноты, своевременности, осмотрительности, приоритета содержания над формой, непротиворечивости, рациональности) к организации учетного процесса. Эти допущения и требования относятся к правилам ведения учета и формирования бухгалтерской отчетности. Они должны выполняться, но не обязательно заявляться в учетной политике организации. И только если организация при ведении бухгалтерского учета отступает от установленных допущений, она обязана раскрыть причины этих отступлений в учетной политике

При осуществлении бухгалтерского учёта в ЗАО «Адепт» используется План счетов бухгалтерского учёта финансово-хозяйственной деятельности организаций и Инструкцию по его применению. Бухгалтерский учёт ведётся по журнально-ордерной форме учета с применением компьютерной техники – программы «1С: Бухгалтерия». Учёт основных средств, НМА, материально-производственных запасов и других отдельных объектов учёта на ЗАО «Адепт», ведётся в соответствии с Положениями по бухгалтерскому учёту.

Под учетной политикой для целей налогообложения понимается выбранная налогоплательщиком совокупность допускаемых Налоговым кодексом РФ способов (методов) определения доходов или (расходов), их признания, оценки и распределения, а также учета, необходимых для целей налогообложения показателей финансово-хозяйственной деятельности. Необходимо сформировать учетную политику, основываясь на аспекты, разделив их на рекомендуемые нормативно (которые находят отражение в ПБУ 1/2008) и аспекты, способствующие формированию эффективной стратегии организации, но имеющие не менее важное значение для внешних и внутренних пользователей.

Для совершенствования учётной политики ЗАО «Адепт» предлагается использовать вариант создания резервов по сомнительным долгам. Данное предложение приведёт к уменьшению налога на прибыль и соответственно к росту финансового результата деятельности организации. Следующее направления повышения эффективности учетной политики связано с пониманием механизмов, которые приводят к уменьшению размера налоговых обязательств посредством целенаправленных правомерных действий налогоплательщика, включающих в себя полное использование всех предоставляемых законодательством льгот, налоговых освобождений и других законных приемов и способов.

Предложенные рекомендации предназначены для повышения эффективности деятельности ЗАО «Адепт» и максимизации финансового результата.

Таким образом, назначение учетной политики состоит в том, чтобы четко объяснить пользователям бухгалтерской и налоговой отчетности, на

основании каких конкретных правил сформированы показатели отчетности организации, а также подчеркивает уровень профессионального суждения работников организации, ответственных за составление учетной политики.

Инновационные формы занятости на рынке труда

Курлаев Александр Михайлович,
СПбГУСЭ, ИРЭиУ, аспирант

Глобализация создает условия для свободного перемещения товаров, услуг, капиталов и рабочей силы на глобальном экономическом пространстве, а так же для перехода к постиндустриальному обществу и экономике услуг. Сектор услуг, понимаемый в широком смысле – производственные услуги и услуги населению, прежде всего, высокотехнологичные услуги, может обеспечить значительный прирост занятости, как в настоящее время, так и в будущем. Производство услуг может стать «локомотивом» экономического роста в том смысле, что они более не играют дополнительную, вспомогательную роль по отношению к промышленности. Информационные и телекоммуникационные технологии позволяют увеличить «обменный потенциал» услуг, который в прошлом был весьма ограничен и, таким образом, расширить рынок услуг, что в свое время произошло с продукцией обрабатывающей промышленности. Следовательно, сектор услуг (например, предприятия по выпуску программного обеспечения) сегодня характеризуется показателями, схожими с теми, которые присущи традиционным промышленным производствам. Правда, их труднее воспринимать, потому что они связаны с производством нематериальных продуктов. Сектор услуг все больше обогащается за счет новых сетевых решений. Постепенно возникает инфраструктура, разрабатываются методы применения новых высокоскоростных телекоммуникационных систем, способных передавать не только цифровую и текстовую информацию, но так же изображение и звук (мультимедиа). Это раскрывает содержание возможного сценария очередного цикла экономического развития, когда потребителям будут предложены новые услуги, компании-поставщики получат доступ к глобальным рынкам, а в сфере новых видов деятельности будут созданы дополнительные рабочие места. Потенциал экономического развития, который несут в себе информационные сети, исключительно высок, поскольку они охватывают и изменяют различные сферы человеческой жизнедеятельности: развлечения и торговлю, финансы и средства массовой информации, образование и медицину, почтовую связь и т. д.

Переход к постиндустриальному обществу и экономике услуг противопоставил понятия стандартной и нестандартной занятости. Стандартной считается занятость по найму в режиме полного рабочего дня на основе бессрочного трудового договора на предприятии или в организации, под непо-

средственным руководством работодателя или назначенных им менеджеров. В большинстве развитых стран такой «стандарт» в разной степени закреплен законодательно. Остальные формы занятости (и трудовых отношений), которые отличаются от описанной выше, включая самозанятость, могут рассматриваться как нестандартные. Стандартная занятость получила распространение в конце XIX в. в условиях развития индустриальной экономики. В итоге стандартная занятость доминировала во всех индустриальных государствах в течение большей части прошлого столетия.

В индустриальной экономике была распространена коллективная организация труда, организованная вокруг иерархической вертикали и связанная с крупномасштабным производством, то в настоящее время получает распространение индивидуальный труд, расширяется степень сетевой децентрализации рабочих мест. Сотрудники получают индивидуальные задания и обязанности в связи с конфигурацией сетевой организации работы, что делает трудовые отношения более индивидуальными, ставя их в зависимость от потенциального вклада, накопленного мастерства и развитых способностей. Во многих странах в последнее время наметилась тенденция к большей индивидуализации в области политики занятости.

Интеграция России в мировую экономику, подтолкнула к развитию новых форм труда и занятости. В современных условиях необходима адаптация экономически активного населения к новым реалиям создаваемой рыночной экономики. Под влиянием происходящих перемен, преобразующих труд самыми различными способами, в сфере занятости шла широкая диверсификация (разнообразие) моделей трудоустройства. Повсеместно стали получать распространение нестандартные формы занятости.

Существует большое количество моделей нестандартной занятости, однако можно выделить несколько распространенных видов нестандартной занятости:

– Передача функций на субподряд другим компаниям – иногда работа продолжает выполняться на территории предприятия, иногда ее начинают выполнять в другом месте (к этой схеме относятся все «подрядные» отношения, «аутсорсинг» и «оффшоринг»).

– Наем работников через агентства занятости – посредников на рынке труда (т.н. «заемный труд», «аутстафинг» или «лизинг персонала»).

– Прямой наем по временным контрактам: для выполнения конкретного задания или на конкретный срок.

– Персональные подрядные (гражданско-правовые) контракты – «фриланс», «удаленная занятость», «псевдо частное предпринимательство», «контрактная работа».

– Испытательные срок.

– Периоды обучения или стажировки.

– Поденная работа или работа по вызову.

– «Гибкий график» или «банк часов».

– Работа на дому.

По нашему мнению, можно выделить следующие инновационные формы занятости на рынке труда:

Телеработа или дистанционная работа. Термины «телекомьютинг» (telecommuting) и «телеработа» (telework) были введены в научный оборот еще в 1973 году Джеком Ниллесом. Телеработа представляет собой часть процесса децентрализации служебной деятельности во времени и пространстве. Несмотря на все сложности, связанные с внедрением подобного новшества, компаниям оно может дать не только организационные, но и экономические преимущества. Многие успешные эксперименты, проведенные в разных странах мира, подтвердили, что дистанционная работа не только означает возможность трудиться дома, она способствует обеспечению более гибкого подхода к выполнению работником своих функций, оптимизируя соотношение рабочего времени и времени, затрачиваемого на поездки на работу. Молодые профессионалы новой сферы услуг нередко предпочитают такую форму занятости и работу неполный рабочий день, чтобы вести независимый образ жизни, далекий от стандартов корпоративной бюрократии. Распространение надомной работы требует достижения согласия между работниками и работодателями и пересмотра трудовых отношений.

Мобильные сотрудники – форма занятости с использованием мобильной связи, высокоскоростного мобильного интернета и гаджетов. Мобильный сотрудник может быстро выйдет на контакт с руководством фирмы, получить подробную информацию из корпоративных приложений, электронной почты и интернета. Мобильный сотрудник может работать из дома, находясь на деловой встрече, в командировке, в любой части офиса. Высокий уровень мобильности может повысить эффективность решения задач. Подтверждают это и аналитики: в списке "10 наиболее стратегических значимых технологий" Gartner за 2011 год мобильные устройства и планшеты заняли второе место, при том, что в перечне прошлого года они не упоминались вовсе.

Для современного бизнеса это открывает небывало широкие горизонты в построении корпоративной структуры и распределении обязанностей и ресурсов.

Разделение работ или деление рабочего места (Job sharing) – модель гибкого рабочего времени, при которой двое или более сотрудников по взаимной добровольной договоренности делят между собой рабочее место, занятое в итоге полное рабочее время и под общую ответственность осуществляют разделение рабочего времени, рабочих обязанностей, оплаты и социальных услуг.

Коворкинг (англ. co-working, совместно работающие) — это модель организации труда, в которой участники, оставаясь формально независимыми и свободными, используют общее пространство для своей деятельности. Необходимо отметить, что коворкинг популярен среди фрилансеров, удаленных сотрудников, переводчиков, программистов, дизайнеров и

начинающих предпринимателей. Коворкинг занимает промежуточное место между работой из дома и использованием отдельного офиса.

Краудсорсинг (англ. crowdsourcing, crowd — «толпа» и sourcing — «использование ресурсов») — передача определённых производственных функций неопределённому кругу лиц на основании публичной оферты, не подразумевающей заключение трудового договора. В середине октября 2011 Сбербанк РФ объявил, что намерен использовать для управления технологию под названием "краудсорсинг". К краудсорсинговому проекту по решению задач Сбербанка присоединилась почти сотня тысяч человек, а глава банка Герман Греф заявил, что краудсорсинг перевернет методы управления в 21 веке.

Таможенный союз России, Белоруссии и Казахстана: преимущества для бизнеса и риски

Ладыгин Михаил Владимирович,
СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 4курс,
науч. рук. асс. Капуста Б.В.

В настоящее время завершается работа по формированию нормативно-правовой базы таможенного союза России, Белоруссии и Казахстана (далее – «Таможенный союз»), создание которого существенно повлияет на бизнес многих компаний, осуществляющих внешнеэкономическую деятельность.

Таможенный союз означает создание единой таможенной территории стран-участниц союза с отменой таможенных барьеров внутри Таможенного союза. На сегодняшний момент уже сформированы основы правовой базы Таможенного союза. С 1 января 2010 года вступили в силу соглашения о едином таможенном тарифе Таможенного союза и о едином нетарифном регулировании. Таможенный кодекс Таможенного союза (далее – Кодекс), соглашение об определении таможенной стоимости, а также ряд других документов вступили в силу с 1 июля 2010 года. Новый Кодекс будет регулировать вопросы, связанные с таможенным оформлением и таможенным контролем на территории Таможенного союза. При этом Кодекс предусматривает ряд существенных изменений в таможенное законодательство, которые могут, как создать преимущества для бизнеса, так и повлечь за собой риски.

Кодексом также установлен ряд новаций, которые могут повлечь возникновение у компаний различных рисков, в частности:Российские таможенные органы получат право использовать для целей контроля за таможенной стоимостью товаров стоимость аналогичных товаров, ввозимых из третьих стран на территорию других стран Таможенного союза. Срок таможенного контроля после выпуска товаров увеличивается с 1 года до 3 лет. Также таможенные органы будут иметь право проводить таможенный

контроль не только в отношении компаний, которые осуществляют внешнеторговую деятельность, но и в отношении любой компании, которая владеет импортированными товарами. В настоящее время разработка нормативных документов, регламентирующих вопросы таможенного оформления в рамках Таможенного союза, еще окончательно не завершена и может создать практические сложности при таможенном оформлении.

Создание Таможенного союза потребует от многих компаний, осуществляющих внешнеторговую деятельность, пересмотреть текущий порядок ведения бизнеса и проанализировать необходимость введения различных изменений, в частности:

– пересмотреть применяемые таможенные режимы, схему логистики импортируемых товаров, определить новые места таможенного оформления, рассмотреть возможность организации продаж из России в страны-участницы Таможенного союза;

– разработать порядок подтверждения ставки НДС 0% и освобождения от акцизов, а также порядок взаимодействия с контрагентами по вопросу получения Заявления импортера об уплате косвенных налогов;

– пересмотреть порядок налогообложения НДС услуг (работ), оказываемых либо приобретаемых у стран Таможенного союза внести соответствующие изменения в договорные отношения между сторонами.

В настоящее время, когда идет перестройка и усовершенствование законодательства, связанного с единым таможенным союзом, и изменением Закона с 01.01.2011года, а так же с предстоящим вступлением России в ВТО, следует больше уделять внимания вопросам правильного выбора режима и его оформления в соответствии с требованиями законодательства. Правильность и своевременность выбора таможенного режима ведет к экономии средств и времени экономического субъекта, что не маловажно в настоящее время.

Анализ конкурентной среды на рынке коммерческой недвижимости в СПБ

Лухнёва Татьяна Александровна,
СПбГУСЭ, ИРЭиУ,4 курс,
науч. рук. к.э.н., доц. Линькова Г.Г.

На современном рынке коммерческой недвижимости является актуальным вопрос об аренде офисных, торговых и складских площадей. Эта проблематика особенно актуальна для крупных мегаполисов. Петербург не является исключением.

В своей работе я провожу анализ конкурентной среды на рынке коммерческой недвижимости.

Для анализа я выбрала 9 компаний, занимающих лидирующие позиции на рынке брокерских услуг коммерческой недвижимости Петербурга:

ASTERA в альянсе с 8NPParibasRealEstate, EastReal, ColliersInternational, GVASawyer, JonesLangLaSalle, KnightFrank, Man's в ассоциации с CBRE, «МК ПСБ» и NAI Becar.

В своем исследовании я использовала информацию об арендаторах, объектах аренды, занимаемых площадях и датах заключения договоров аренды.

Анализ проводится в трех секторах рынка – бизнес-центры классов А, В (включая В+) и С; торговые и многофункциональные комплексыобщей площадью не менее 1,5 тыс. кв. м; складские и логистические терминалы классом не ниже С.

Мною был выполнен анализ операций по аренде и продаже коммерческих площадей за 2010 и 2011 года. Все результаты сведены в таблицу.

Бизнес-центры	**Итоги 2010-2011**	**Аренда**		**Продажа**	
		Площадь (кв.м.)	**Кол-во сделок**	**Площадь (кв.м.)**	**Кол-во сделок**
Класс А	Итоги за 2010г.	55 267	69	9988	1
	Итоги за 2011 г.	29356	60	0	0
Класс В и В+	Итоги за 2010г.	91 309	170	8000	1
	Итоги за 2011 г.	42 191	121	510	1
Класс С	Итоги за 2010г.	6900	46	0	0
	Итоги за 2011 г.	14 163	62	0	0

Между тем, хочу заметить, что позиции петербургских брокеров в отдельных сегментах позволяют выделить некоторые негативные факторы.

Например, всего же за 2011 год 9 крупнейших брокерских компаний сдали в аренду и продали 86 220 кв. м. (244 сделки) офисных площадей. В 2010-м этот показатель составлял 171 464 кв.м. (287 сделок), что подтверждает практически двукратное сокращение объёмов. В условиях сокращения площадей сохраняются высокие ставки аренды по итогам 2011года, а именно: средний уровень арендных ставок в бизнес-центрах:

- класс А – 1450 руб./кв. м в месяц,
- класс В – 1000 руб./кв. м в месяц (включая НДС и коммунальные платежи).

Несмотря на названные негативные факторы развития регионального офисного рынка в 2011 году:

- сохранялся активный спрос на высококачественные объекты;
- продолжилась перемещение арендаторов из низкокачественных офисных центров, а также из старых офисных центров класса А и В – в новые;
- возросла доля сделок по аренде крупных помещений – от 1 тыс. кв. м.

Современное состояние социально-экономического развития региона может стать предметом отдельного исследования, однако, по общему признанию, в Санкт-Петербурге сохраняется высокий потенциал инвестиционной привлекательности и благоприятных условий для развития бизнеса.

Таким образом, полагаю, что высокий активный спрос и, соответственно высокий уровень арендных ставок для качественных офисных площадей станет тенденцией развития этого сегмента рынка на ближайшие годы.

Исследуя состояние рынка торговой недвижимости, я обращаю внимание, что эксперты воздерживаются от прогнозов с высокой степенью вероятности.

Например, всего за 2011 год 9 брокерских компаний сдали в аренду и продали 282 158 кв. м (309 сделок) площадей в составе торговых центров Петербурга (+74% по сравнению с предыдущим годом).

Торговые комплексы	Аренда		Продажа	
	Площадь (кв.м.)	Кол-во сделок	Площадь (кв.м)	Кол-во сделок
Итоги за 2010г.	147 442	441	14 500	3
Итоги за 2011 г.	90 032	307	192 126	1

Основной объем сделок аренды, заключенных а 2011 году, приходился на такие объекты, как ТРК Piterland, «Академ-Парк», «Сити-Молл» и «Рио». В сегменте торговых центров имеется серьезный разрыв между лидерами рынка-компаниями ColliersInternational и JonesLangLaSalle в связи с эксклюзивностью договоров.

Всего за год было введено порядка 200 тыс. кв. м торговых площадей.

Полагаю, что строить прогнозы на 2012 год пока сложно по ряду объективных причин. Снижение или отсутствие роста товарооборота и неопределенность экономической ситуации может заставить ритейлеров пересмотреть свои планы по развитию. Поэтому не исключено, что в текущем году на рынок выйдет весьма ограниченное количество брендов. При этом конкуренция между уже работающими на рынке операторами, естественно, возрастет. По мнению экспертов, это может привести к росту минимальных арендных ставок на уровне 5-10% в течение года.

В 2011 году арендодатели в сегменте стрит-ритейла столкнулись с небывалой конкуренцией со стороны торгово-развлекательных комплексов. В последний год было открыто несколько крупных ТК, которые стали особенно популярны как среди арендаторов, так и среди посетителей, например, «Стокманн Невский Центр», «Галерея» и пр. Для сравнения, стоимость аренды помещений в «Стокманне» и «Галерее», которые также расположены на Невском проспекте, рассчитывается в формате «минимальная ставка» плюс процент от оборота. Ставки там находятся на среднем для торговых комплексов уровне.

Популярные торговые комплексы гарантируют высокий пешеходный поток. В то же время арендные ставки там на порядок ниже, чем на популярном участке Невского либо Большого проспекта. Как это сказывается на ценах товаров в торговых залах – может судить каждый горожанин.

Характерно, что прогноз ряда аналитиков о стагнации рынка в 2011году не оправдался. Рынок показал достаточно уверенный рост спроса на торговые помещения.

Стоит также отметить возрастающую экспансию на петербургский рынок скандинавских операторов торговли. За последний год только шведский бренд H&M открыл свои магазины в торговых комплексах «Невский Центр», «Галерея» и «Сити-Молл». Финский холдинг S-Group также увеличил количество супер- и гипермаркетов Prisma за счет открытия магазинов в ТРК «Осиновая Роща», «ЛиговЪ» и «Варшавский экспресс». Помимо появления новых брендов одежды и аксессуаров, введение в эксплуатацию крупноформатных объектов смогло удовлетворить спрос на большие площади. Полагаю, что этот фактор содействовал развитию в торговых проектах развлекательных зон. Например, в «Галерее» открылся первый Happylon (4 тыс. кв. м), в ТРК «Лето» открылся CrazyPark (1 тыс. кв. м), а в «Гранд Каньоне» в конце года открылся специализированный «Дивный город» (общая площадь – 21,5 тыс. кв. м).

Лидером по сдаче в аренду складских площадей в Петербурге в 2011 году стала компания ColliersInternationalSt. Petersburg.

Складские комплексы	Аренда		Продажа	
	Площадь (кв.м)	Кол-во сделок	Площадь (кв.м)	Кол-во сделок
Итоги за 2010г.	147 362	72	31 200	2
Итоги за 2011 г.	219 132	42	17 255	3

В результате общий показатель ColliersInternational составилоколо 70% всего рынка и абсолютный рекорд компании за последние пять лет.

В сегменте складской недвижимости из ключевых направлений деятельности в 2011 году было привлечение на территорию региона крупнейшихмировых производств. В результате в Петербурге запущены заводы ведущих мировых производителей в складском комплексе в Шушарах:

- TPVTechnology (крупнейший производитель мониторов и LCD телевизоров арендовал более 25 тыс. кв. м.);
- MANTruck&BusAG (один из лидирующая мировых производителей грузовой техники и автобусов занял 20,7 тыс. кв. м.).

Открытие новых и расширение действующих заводов изменило структуру рынка и увеличило долю производственных компаний в структуре арендаторов новых складских площадей до 32%.

Наиболее активными участниками на рынке аренды складских помещений оставались торговые и торгово-промышленные фирмы, которые арендуют площади для организации собственных распределительно- дистрибуционных центров (45%). Однако, по прогнозам экспертов,в ближайшей перспективе на территории региона продолжится развитие индустриальных площадок.

Всего же за прошлый год 9 брокерских компаний сдали в аренду и продали 236 377 кв. м (45 сделок) складских площадей. В 2010-м этот показатель составлял 178 562 кв. м (74 сделки).

С 2011 года наблюдается стабильное сокращение доступных для аренды площадей в качественных складских комплексах под влиянием активного спроса. Сократившееся доступное для аренды предложение на фоне возросшего спроса провоцирует рост арендных ставок. Опытные девелоперы уже в 2011-м году стали активно реагировать на эти позитивные тенденции, «размораживая» приостановленные в кризис проекты и начиная новые. В связи с этим в 2012 году на рынке следует ожидать как дальнейшего появления совершенно новых, так и возобновления приостановленных в предыдущие годы объектов. В целом можно говорить о том, что производственные и торговые компании составили основной костяк арендаторов в 2011-м – на их долю пришлось более 90% всех заключенных с начала года сделок. Логистические операторы, доминировавшие на докризисном рынке, пока остаются в тени.

Резюмируя сказанное, отмечаю, что складской сегмент – единственный сектор, показавший по итогам прошлого года не только существенное увеличение количества сделок, но и их укрупнение.

Спрос на аренду офисных помещений остается стабильным.

Конкуренция между работающими на рынке операторами возрастает. Это может привести к росту минимальных арендных ставок.

Список литературы:

1. Вестник Фонда имущества Санкт-Петербурга. Официальный бюллетень. Итоги торгов, 2011, №22 – 96 с.

2. Шаскольский А.И. Оценка в Санкт-Петербурге. Ежеквартальный журнал «Российский оценщик», 2010, №4 – 19 с.

3. Вопросы стоимости: Овладевайте новейшими приемами управления, инвестирования и регулирования /Под ред Э. Блэка. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2009. – 400с.

4. Обзор рынка коммерческой недвижимости. Сайт «АСТЕРА», http://www.asteragroup.ru

5. Торговая недвижимость. Сайт KnightFrank, http://www.knightfrank.ru

Проблема развития рынка фитнес-услуг в Санкт-Петербурге

Минаева Алиса Андреевна,
СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 4 курс,
науч. рук. доц. Линькова Г.Г.

Рынок фитнес-услуг активно развивался в Санкт-Петербурге последние лет десять, в результате чего в городе появилось 12 сетей и несколько сотен одиночных игроков. В то же время рост числа фитнес-клубов и популярности фитнес-услуг в Санкт-Петербурге еще не позволяет сделать вывод о наличии благоприятных условий для развития этого сегмента услуг и безусловной успешности бизнеса.

В 2011 году некоторые сетевые операторы столкнулись с серьезными финансовыми проблемами. В связи с этим экспертами рынка в последнее время активно обсуждался вопрос о кризисе в отрасли.

Действительно, в течение 2011 года несколько крупных игроков вынуждены были закрыть свои клубы по причине задолженности перед владельцами клубов, в том числе:

- на ул. Тельмана, фитнес-центр NewAgeFitnes;
- на пр. Бакунина центр «Галактика», с фитнес-клубом «Матрица»;
- два клуба одного из ключевых игроков рынка – сети «Планета Фитнес»;
- фитнес-зал сети «ФизКульт» в торговом комплексе «Светлановский».

Несмотря на финансовые трудности для бизнеса в данной сфере, в течение всего 2011 года на рынок выходили новые сети.

Наибольший прирост за год показала сеть FitnessHouse, которая вышла на рынок в 2007г. и уже имеет достаточный опыт в региональном бизнесе. Поведение этой компании на рынке фитнес-услуг вызывает особый интерес. Исследование открытой информации, в том числе рекламной, позволяет обозначить проблемную ситуацию в данном сегменте услуг. Активное внедрение на рынок Санкт-Петербурга сильного игрока оказало существенное влияние на положение других компаний фитнес-услуг, факторы такого влияния и возможные причины их проявления наглядно представлены в таблице 1.

Таблица 1

Негативные факторы развития регионального рынка фитнес–услуг в среднем сегменте	**Возможные причины проявления факторов**
кризис в сфере фитнес-услуг	веерное открытие клубов сети FitnessHouse
отрицательная динамика числа посетителей клубов	открытие клубов крупной сети FitnessHouse вблизи действующих клубов среднего сегмента
снижение доходности	применение демпинговых цен на услуги сетью клубов FitnessHouse

Следует констатировать, что в дифференцированном виде названные причины финансовых трудностей для многих компаний фитнес-услуг определяются недооценкой последовательной наступательной позиции крупной сетевой компании. Более того, демпинговая стратегия может утратить актуальность для сетевой компании после потери своих позиций на рынке ближайшими конкурентами.

Я склоняюсь к тому, что, например, «Планета Фитнес» потеряла два клуба именно потому, что ее деятельность напрямую перекликалась с FitnessHouse, а именно:

- обе сети делали ставку на мидл-класс (предоставляли максимально широкий набор услуг)
- обе сети предпочитали арендовать залы большой площади.

Для объективной оценки ситуации следует отметить, что не только у «Планеты Фитнес» схожая с FitnessHouse концепция. Практически все клубы в Санкт-Петербурге идентичны. Именно в этом возможно и заключается сущность проблемы.

С одной стороны в Санкт-Петербурге довольно много фитнес-заведений в мидл-сегменте(при всей условности сегментирования в России). Они отчаянно конкурируют между собой, деля клиентскую массу людей, которые занимаются в фитнес-клубах (скидки, бонусы для привлечения клиентов). Очевидно, что городу больше таких клубов не требуется.

С другой стороны несмотря на это идентичные по спектры услуг клубы, которые различаются только названиями, продолжают строиться. В результате большая часть фитнес-операторов в Санкт-Петербурге годами балансирует на грани рентабельности.

Еще одна особенность нашего регионального рынка, которая также не способствует его гармоничному развитию и увеличению доходности объектов, – это локальная насыщенность. По результатам исследования, большая часть фитнес-центров сконцентрирована на севере города. При этом в южных районах и в центральной части Санкт-Петербурга спрос на фитнес существенно превышает предложение.

Однако спрос этот, похоже, чисто гипотетический. Фитнес-услугами по-прежнему пользуется малая часть горожан.

По оценкам компании «Evolution – спортивный консалтинг», регулярно занимаются спортом:

– в Петербурге – не более 2,8% населения,
– в Лондоне – 20% жителей,
– в Барселоне – 35% жителей,
– в Берлине – почти 60% жителей.

Основная причина – высокая стоимость клубной карты. В секторе премиум-класса стоимость занятий составляет от 50 тыс. до 120 тыс. рублей в год. Клубы средней ценовой категории предлагают годовые абонементы существенно дешевле – примерно за 15-30 тыс. рублей. Однако и такую сумму единовременно заплатить готов далеко не каждый, учитывая, что, по данным Петростата, средняя заработная плата в Санкт-Петербурге в 2011 году составила29 642 рублей. (Для сравнения: средняя стоимость годовой карты в США составляет $300). Снижать стоимость (да и то в незначительной степени) могут только сетевые операторы или игроки, имеющие некий параллельный бизнес. Сетевые операторы в этом смысле с меньшим риском могут манипулировать ценами на услуги, поясню почему: если в одном фитнес-центре не выполняется бюджет, он перекрывается другим клубом. В то же время одиночные игроки обязательно должны держать стоимость абонементов на определенном уровне, ниже которого опускаться нельзя. Необходимость соблюдать жесткую ценовую политику объясняется рядом причин и важнейшей из них следует назвать высокие арендные ставки, которые устанавливают арендодатели. В среднем диапа-

зон ставок на помещения под фитнес-центры в Санкт-Петербурге составляет от $180-400/кв. м в год.

Заметная прибыль начинается тогда, когда на один квадратный метр площади приходится примерно 1,5 человека, которые оплачивают основные услуги в течение года. Условно говоря, если клуб имеет площадь 1 тыс. кв. м, то его ежегодно должны посещать не менее 1,5 тыс. клиентов, оплачивающих ежегодное членство. Свыше 20% рентабельности получают клубы с наполняемостью более одного человека на 1 кв. м.

Если следовать этой формуле, то кризис на рынке фитнес-услуг абсолютно объясним. Сегодня в фитнес-клубах города занимаются не более 160 тыс. человек, которым требуется около 106,6 тыс. кв. м площадей. Между тем, по разным оценкам, в городе в настоящий момент насчитывается от 370 до 400 клубов. Больше половины из них относят себя к категории премиум- и мидл-класса и имеют залы от 1 тыс. до 5 тыс. кв. м. Простейший расчет показывает, что если даже брать минимальную площадь, которую занимает средний фитнес-центр в Петербурге, т. е. 1 тыс. кв. м, то сейчас клубов по меньшей мере в два раза больше, чем требуется.

Тем не менее, в 2012 году компании намерены открывать в северной столице новые фитнес-клубы.Два новых клуба к уже 20 имеющимся намерена добавить сеть FitnessHouse, еще два фитнес-центра откроет новый оператор «ЕвроФитнес». Но, в любом случае, развивать отдельно спортивную функцию более рискованно, поэтому некоторые операторы предпочитают встраивать ее в торгово-развлекательные центры. Собственники торговых объектов также заинтересованы в подобном сотрудничестве, поскольку фитнес-центр может стать «якорем» для комплекса. Данный тип арендаторов представлен в каждом третьем качественном торговой центре Санкт-Петербурга. Суммарная площадь таких объектов составляет около 20% от всего объема площадей, отданных под формат развлечений. Причем речь идет как о небольших спортивных клубах с несколькими залами, так и о крупных якорных арендаторах.

Соглашаясь с мнением экспертов, я предполагаю, что кризис на рынке фитнес-услуг можно преодолеть только одним путем – отказаться от тиражирования одних и тех же форматов и начать внедрять новые.

В Санкт-Петербурге не хватает приемлемых по качеству комфортабельных женских клубов, а также небольших клубов формата «у дома». Проблема трафика и нехватки времени становится все более серьезной, поэтому территориальное расположение фитнес-центра имеет огромное значение. Со стороны потребителя замечу, что если есть возможность посещать клуб, который находится в шаговой доступности, пусть и со скромным набором основных услуг, я скорее выберу именно его, чем клуб с более разнообразным пакетом предложений, до которого мне будет нужно добираться 40-50 минут.

Я считаю, что настало время делать ставку на клубы шаговой доступности в эконом-сегменте. Также как, например, продуктовые магазины «ДИКСИ», которые есть практически в каждое квартале, являются более

прибыльными, чем магазины, торгующие элитными продуктами питания, так и недорогой клуб площадью 250-500 кв. м принесет больше дохода, чем полупустые залы дорогих клубов. Для того чтобы фитнес-клуб приносил прибыль, а не просто функционировал нужно понимать, что это обычное коммерческое предприятие, продающее услуги, а не место, где тренируют спортсменов и готовят чемпионов. Его жизнеспособность определяется только прибыльностью, и ориентироваться надо не на собственный вкус, а на потребности реальных клиентов.

Список литературы:

1. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 7 августа 2009 года №1101\р «Стратегия развития физической культуры и спорта в Российской Федерации на период до 2020 года».

2. Т.Елекоева. Рынок фитнес-услуг. Ежемесячный журнал «Коммерческая недвижимость» 2012, № 03 февраль, 70-72 с.

3. Марк Ричардсон. Бизнес-фитнес. Как поддержать вашу компанию в хорошей форме – М: Изд-во ЭКСМО, 2011 – 232 с.

К ВОПРОСУ О КЛАССИФИКАЦИИ ПОСТОЯННЫХ И ВРЕМЕННЫХ РАЗНИЦ

Минин Иван Леонидович,
СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 5 курс,
науч. рук. д.э.н., проф. Ерофеева В.А.

Проблема учета постоянных и временных разниц в настоящее время является достаточно актуальной, так как от правильности учета зависит сумма налога на прибыль.

Как известно, между бухгалтерской и налоговой прибылью имеют место разницы, которые могут быть как постоянными, так и временными.

Ввиду того, что на практике нередко возникают проблемы, связанные с их образованием рассмотрим причины их возникновения, которые положены в основу классификации.

Постоянные разницы – это доходы и расходы, формирующие бухгалтерскую прибыль (убыток) отчётного периода и исключаемые из расчёта налоговой базы по налогу на прибыль как отчётного и последующих налоговых периодов.

Они могут возникать в следующих случаях, а именно:

- в случаях если фактические расходы превысят сумму расходов, принимаемых для целей налогообложения, которые в соответствии с нормами налогового законодательства подлежат нормированию;

- при непризнании для целей налогообложения расходов, связанных с передачей активов на безвозмездной основе;

- при образовании убытка, перенесённого на будущее, который по истечении определённого времени (в настоящее время более 10 лет) не может быть принят ни в отчётном, ни в последующих отчетных периодах.

Произведение выявленных постоянных разниц на ставку налога на прибыль формирует постоянное налоговое обязательство, которое увеличивает сумму налога на прибыль.

Временные разницы представляют собой доходы и расходы, формирующие бухгалтерскую прибыль в одном отчётном периоде, а налоговую базу по налогу на прибыль в другом или других отчётных периодах.

Они подразделяются на вычитаемые и налогооблагаемые временные разницы.

Вычитаемые временные разницы при формировании налогооблагаемой прибыли приводят к образованию отложенного налога на прибыль, уменьшающего сумму налога на прибыль, подлежащего уплате в бюджет в следующем за отчётным или в последующих отчётных периодах.

Вычитаемые временные разницы можно разделить на 4 группы:

- вычитаемые временные разницы, возникающие по причине отличий в классификации, оценке и погашении стоимости активов.

- вычитаемые временные разницы, возникающие в части остальных расходов

- вычитаемые временные разницы, возникающие в части доходов

- прочие вычитаемые временные разницы

В свою очередь, первая группа вычитаемых временных разниц образуется:

во-первых, различиями в сроках полезного использования основных средств;

во-вторых, применением разных способов расчета амортизации;

в-третьих, применением в случае продажи объектов основных средств разных правил признания для целей бухгалтерского учета и целей налогообложения остаточной стоимости объектов основных средств и расходов, связанных с их продажей;

Вторая группа вычитаемых временных разниц возникает:

- по причине разных подходов к признанию расходов на научные исследования и (или) опытно-конструкторские разработки в бухгалтерском и налоговом учете;

- имевших место различий в порядке формирования оценочных обязательств.

Третья группа вычитаемых временных разниц образуется за в результате совершения по:

- к безвозмездному поступлению активов, а также порядка отражения штрафов, пеней и (или) иных санкций за нарушение договорных обязательств, а также сумм возмещения убытков или ущерба.

И наконец, (четвёртая) группа разниц образуется за счет различий в порядке признания расходов в бухгалтерском и налоговом учете при кассовом методе. Произведения вычитаемой временной разницы на ставку

налога на прибыль образует показатель, именуемый «Отложенный налоговый актив» (ОНА).

Налогооблагаемые временные разницы при формировании налогооблагаемой прибыли (убытка) приводят к образованию отложенного налога на прибыль, который должен увеличить сумму налога на прибыль, подлежащую уплате в бюджет в следующих отчётных периодах.

Налогооблагаемые временные разницы, можно разделить на следующие группы:

- налогооблагаемые временные разницы, возникающие по причине отличий в классификации, оценке и погашении стоимости активов.
- налогооблагаемые временные разницы, возникающие в части остальных расходов.
- налогооблагаемые временные разницы, возникающие в части доходов и прочие налогооблагаемые временные разницы.

Первая группа налогооблагаемых временных разниц возникает в результате различий:

- в оценке стоимости товарно-материальных запасов;
- в оценке стоимости покупных товаров;
- в оценке стоимости амортизируемого имущества;
- при применении разных способов расчета амортизации.

Вторая группа налогооблагаемых временных разниц возникает в результате:

- применения разных способов признания коммерческих и управленческих расходов в себестоимости проданных товаров (работ, услуг) в отчетном периоде для целей бухгалтерского учета и целей налогообложения;
- применения разных способов оценки незавершенного производства готовой продукции и остатков на складе в бухгалтерском и налоговом учете;
- различий в порядке списания в расход относящихся к будущим отчетным периодам в бухгалтерском и налоговом учете (в данном случае речь идет о списании программ).

И наконец, третья группа налогооблагаемых временных разниц возникает за счет различий:

- в моменте признания доходов в бухгалтерском и налоговом учете при применении кассового метода для целей налогообложения;
- произведение отсрочки или рассрочки по уплате налога на прибыль.

Налогооблагаемой временной разницы на ставку налога на прибыль, образует показатель, именуемый «Отложенный налоговый актив» (ОНА).

Представляется, что предлагаемая классификация будет способствовать повышению аналитических данных по выявлению постоянных и временных разниц, а в конечном счете – реальности определения налогооблагаемой прибыли.

Предпосылки политизации энергетики на различных региональных уровнях

Митин Иван Владимирович,
СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 3 курс,
науч. рук. доц. Никифорова С.О.

Одной из знаковых тем открывающего XXI век десятилетия стала энергетика. Этой отрасли постоянно посвящаются саммиты глав государств и правительств, различные конференции международных организаций, а также форумы научно-образовательного сообщества ведущих стран мира. Вплотную заняться проблематикой энергетической безопасности решил даже военно-политический союз НАТО, что в нашей стране вызвало довольно настороженную реакцию.

На первый взгляд, высокая актуальность энергетических вопросов объяснима, поскольку мировые цены на нефть увеличиваются, Ближний Восток остается нестабильным.

Главным индикатором напряженности на мировых энергетических рынках являются высокие цены. Для установившихся сегодня ценовых пропорций есть некоторые фундаментальные причины. Развитие альтернативных источников энергии с 1970-х годов и широкое внедрение энергосберегающих технологий и так и не избавили мир от доминирующей роли углеводородов. Более того, проблема нефтегазового дефицита с каждым годом приобретает угрожающие черты, периодически порождая разговоры о приближении «критической точки».

Аналитики в этом столетии стали упорнее писать о фундаментальной нехватке углеводородов. Вмешательство НАТО в сферу энергетики, несомненно, отражает это изменение представлений об источнике угрозы. Отсюда – новый тип международных противоречий, возникающих вокруг трубопроводной проблематики» и безопасности «транзитных пространств.

За последние полтора десятка лет абсолютный объем мирового потребления углеводородов продолжает увеличиваться примерно на 1–2,5% ежегодно. Не добавляют оптимизма и другие обстоятельства.

В таких странах-потребителях углеводородов как США, Китай, Япония и Индия уровень нефтегазовой добычи приближается к своей низшей точке. В этой связи показателен пример Великобритании, которую 20 лет назад можно было называть нефтегазовой державой. В 1973 г. Великобритания добывала скромные 400 тыс. тонн нефти в год, полностью полагаясь на зарубежные поставки. В свете «нефтяных шоков» 1970–1980-х годов страна была вынуждена приступить к масштабной разработке шельфовых запасов Северного моря. В 1999 году нефтедобыча в Великобритании достигала пика в 137,4 млн. тонн. Тем не менее в новом тысячелетии, в силу истощения ресурсной базы Северного моря, ситуация изменилась. В 2006 г. нефтедобыча равнялась 76,6 млн. тонн, то есть почти на 80% меньше, чем в рекордном 1999 году.

В недалеком будущем Соединенное Королевство присоединится к группе стран – крупнейших нефтегазовых нетто-импортеров мира, а значит, будет вынуждена полагаться на поставки из регионов и стран, не всегда отличающихся предсказуемостью. Аналогичные проблемы испытывают США, КНР, Индия, отмечающие стагнацию собственного нефтегазодобывающего сектора. Однако Соединенные Штаты являются исключением, так как они обладают громадными законсервированными запасами углеводородов.

Развитые страны, потребляющие основную долю мировых энергоносителей, с 1960–1970-х годов лишены контроля над их основными запасами, а значит, вынуждены зависеть от уровня добычи в обладающих ресурсами государствах. Понятно, что такая ситуация развитому миру не нравится, поскольку недостаточное инвестирование или развитие залежей может рано или поздно вызвать острый дефицит в мире. По оценке главного экономиста Международного энергетического агентства (МЭА) Фатиха Бирола, мир сегодня на 20% отстает от объема капиталовложений (20 трлн. долларов), необходимых для обеспечения адекватного уровня нефтяного снабжения в течение ближайшей четверти века.

Правительства развитых стран пытаются вести переговоры с руководителями государств, располагающих ресурсами, предлагая различные формы участия и инвестирования со стороны своих национальных корпораций. Однако усилия развитого мира не всегда находят отклик, затрудняя необходимое развитие нефтегазового потенциала мира и способствуя росту дефицита энергоносителей.[11]

Серьезнейшее влияние на мировой дефицит энергоресурсов оказывают Китай и Индия. Растущие экономики этих стран практически исчерпали местные нефтегазовые ресурсы и требуют все больше импортного сырья. Ранее Западные страны считали своей ключевой проблемой обеспечение поставками прежде всего себя, особо не помышляя о конкуренции друг с другом. Сегодня же акценты меняются. «Старые развитые страны» стали задумываться о том, что останется на их долю после Китая и Индии, скупающих энергетические активы и ресурсы по всему миру. Не зря в рамках «группы восьми» разработан план оказания помощи Китаю по внедрению энергосберегающих технологий. Главная цель этого проекта – притормозить темпы роста энергопотребления в КНР. Руководство этой страны само обеспокоено ростом потребления нефти.

Причиной аномального роста мировых цен является не только дефицит. У импортеров есть еще одна проблема – существенный рост себестоимости нефтегазовой добычи. Наиболее доступные и экономически рентабельные нефтегазовые месторождения приближаются к истощению, а новые участки только разведываются и разрабатываются. Но отдача от них – из-за геологической и географической труднодоступности, а также качества содержащихся углеводородов – значительно ниже. В итоге, капиталь-

---

[11] *Ван дер Вир Й.* Энергетика: Два сценария будущего.

ные затраты значительно выше аналогичных показателей на старых месторождениях.

На этом фоне нескончаемая война США в Ираке, напряженность вокруг ядерной программы Ирана, систематические диверсии на нефтепромыслах Нигерии, политика национализации правительства Венесуэлы и многие другие факторы вызывают ажиотаж, подталкивая вверх цену на нефть.

Дефицит жизненно важного углеводородного сырья, усугубляемый субъективными катаклизмами, усиливает политизацию мировой энергетической сферы. Боязнь остаться без ресурсов в случае еще большей нехватки углеводородного сырья в будущем вынуждает импортирующие страны совершенствовать подходы к обеспечению внешних поставок. Прежде всего импортеры стремятся к укреплению старых или формированию новых «особых отношений» с экспортерами. Международная борьба за участие в проектах освоения нефтегазовых ресурсов сейчас усилилась и даже ужесточилась.

Сегодня все имеющиеся политические и дипломатические средства заинтересованных стран брошены на то, чтобы обеспечить их национальным корпорациям доли в зарубежных проектах. Не секрет, что такая практика существовала и прежде, однако современные масштабы закулисной борьбы несравнимы с той, что велась ранее. Высокая степень политизации также свойственна и проблемам транспортировки энергоресурсов до конечного потребителя. Выбор транзитных маршрутов – современный вариант геополитики. Самый наглядный пример – Каспийский регион с его существующими и перспективными транспортными маршрутами. По мнению стран ЕС и США, ресурсы региона (прежде всего центрально азиатские) должны экспортироваться минуя Россию, которая считается отдельной энергетической зоной мира. Путем неимоверных лоббистских и финансовых усилий, игнорируя интересы России к 2006 г. были созданы нефтепровод Баку – Тбилиси – Джейхан и газопровод Баку – Тбилиси – Эрзерум. Планируется строительство газопровода «Nabucco», а также транскаспийской и трансафганской газовых магистралей.

Наша страна, стремясь обеспечить прохождение каспийских и прикаспийских ресурсов по своей территории, предлагает альтернативные маршруты. Например – магистрали «Транснефти» (нефтепроводы Баку – Новороссийск, Атырау – Самара), Каспийского трубопроводного консорциума, а также «Газпрома», включая строительство нового газопровода вдоль Каспийского моря.[12]

Подводя итоги, следует констатировать, что сырьевая база развитых стран и их транснациональных компаний стремительно истощается и растет вес сырьевых стран. В их руках очень дефицитный стратегический

---

[12] *Ергин Д.* Гарантировать энергетическую безопасность // Россия в глобальной политике.

продукт, который можно с большой эффективностью использовать как ресурс мировой политики. Корпорации не западных стран заметно теснят позиции старых западных энергетических компаний. Все это создает в международных отношениях значительный потенциал противоречий и конфликтов, для разрешения которых требуется максимум гибкости и осмотрительности. Особенно – ввиду явного роста готовности ряда стран мира полагаться на военную силу при решении своих энергетических и политических проблем.

Учет материальных затрат на предприятиях пассажирского автотранспорта

Михайлова Мария Александровна,
СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 5 курс,
науч. рук. к.э.н., доц. Лебедева А.Ю.

Основными материальными затратами для пассажирских автотранспортных предприятий с учетом их специфики являются: затраты на техническое обслуживание и ремонт, затраты на ГСМ, а также износ и восстановление авторезины.

В себестоимость услуг на ПАТП включаются затраты на обслуживание производственного процесса по поддержанию подвижного состава в рабочем состоянии. Это – затраты на технический осмотр и уход, на проведение ремонтов всех видов. Затраты на проведение модернизации оборудования, а также реконструкции основных фондов в себестоимость услуг не включаются.

Ремонт автотранспортных средств по объему и характеру производимых работ подразделяется на текущий и капитальный. В свою очередь, эти виды ремонтов могут выполняться как своими силами (хозяйственным способом), так и силами сторонних организаций (подрядным способом). При любом виде ремонта на необходимый объем работ составляется дефектная ведомость, где указываются работы, которые необходимо выполнить, сроки начала и завершения работ, подлежащие замене детали и сметная постатейная стоимость ремонта.

Расходы на ремонт относятся на затраты того периода, в котором они возникли.

Фактические затраты на ремонт основных средств либо относят прямо на счета издержек производства и обращения, либо собирают их на формируемом ремонтном фонде по счету 96 «Резервы предстоящих расходов».

Основанием для списания затрат на ремонт автотранспортного средства служит акт приема-передачи отремонтированных объектов.

При выполнении ремонта подрядной организацией на основании заключенного договора и акта приема объекта из ремонта производится оп-

лата подрядчику из расчета сметной стоимости фактического объема по представленному счету-фактуре.

Для учета и расходования горюче-смазочных материалов (ГСМ) Планом счетов бухгалтерского учета предусмотрен счет 10 «Материалы», субсчет 3 «Топливо», где учитывают наличие и движение нефтепродуктов, предназначенных для эксплуатации транспортных средств.

Поступившие в организацию ГСМ могут учитываться на субсчете 10-3 либо по фактической себестоимости их приобретения, либо по учетным ценам. Выбор одного из указанных методов учета ГСМ должен в обязательном порядке отражаться в учетной политике организации.

Учет ГСМ ведут по их видам, местам хранения и материально ответственным лицам, а также по водителям, маркам автобусов и т.д., поэтому целесообразно применять субсчета второго порядка к субсчету 10-3 «Топливо».

Субсчет 10-3-1 «Нефтепродукты на складе» используют предприятия, имеющие оборудованные помещения для хранения ГСМ.

Основанием для записи по дебету субсчета 10-3-1 служат первичные приходные документы (счет-фактура, накладная), согласно которым материально ответственное лицо проверяет и приходует поступившие ГСМ на склад.

Большинство малых и средних ПАТП выдают водителям подотчетные суммы на приобретение ГСМ, в этом случае используется субсчет 10-3-2 «Топливо в баках транспортных средств», на котором учитывают топливо, приобретаемое водителями за наличный расчет.

Приобретая ГСМ, водители должны представить чеки контрольно-кассовых машин с указанием в них необходимых реквизитов.

Возможной ошибкой при учете ГСМ может быть списание стоимости приобретенного за наличный расчет топлива на расходы предприятия, минуя счета учета материальных ценностей. Это может привести к завышению суммы расходов, принимаемых в уменьшение налогооблагаемой прибыли.

Основным документом, на основании которого осуществляется списание стоимости топлива на производственные нужды, является путевой лист.

Во избежание выдачи наличных денег распространена заправка автобусов по талонам, которые по ведомости выдаются водителям подотчетным лицом. Следовательно, целесообразно открыть еще один субсчет второго порядка 10-3-3 «Нефтепродукты по талонам», на котором учитывают талоны на бензин, ГСМ в единицах измерения, указанных на талонах, и в стоимостном выражении, полученные материально ответственным лицом.

Вместо этого субсчета второго порядка можно использовать субсчет 50-3 «Денежные документы».

Основанием для оприходования талонов на предприятии является накладная на отпуск топлива, получаемая с АЗС. Выдача талонов отражается в ведомости учета выдачи талонов, в которой за полученные талоны

расписывается водитель, а на каждую марку топлива ведется отдельная ведомость.

Ежемесячно материально-ответственное лицо на основании приходных и расходных документов составляет отчет о движении талонов и передает его в бухгалтерию. При этом в отчете должны открываться отдельные разделы по каждой марке ГСМ и по каждому виду талонов. На основании указанного отчета и соответствующих первичных документов талоны списываются с подотчета материально-ответственного лица в подотчет водителям.

Предприятия могут осуществлять расчеты с поставщиками посредством применения пластиковых карт.

Для получения пластиковых карт предприятие перечисляет специализированной организации авансом денежные средства и получает от них необходимое количество пластиковых карт.

Специализированная организация, осуществляющая отпуск ГСМ по пластиковым картам, должна составлять ежемесячный отчет о расходе ГСМ для организации, получившей топливо. Кроме того, при отпуске ГСМ по пластиковым картам работники АЗС, отпускающие бензин, обязаны выдать водителю документ, подтверждающий оплату топлива.

Отчет, полученный от водителей, необходимо сверить с отчетом специализированной организации, в котором должны быть указаны номер пластиковой карты, количество, марка и стоимость реализованных ГСМ.

На себестоимость услуг по перевозке ГСМ списываются по фактическому расходу. Расход топлива в определенной степени зависит и от квалификации водителя, поэтому его нормы могут устанавливаться самостоятельно каждым ПАТП для своих автобусов.

Нормирование расхода топлива необходимо предприятию прежде всего для снижения себестоимости перевозки и как следствие – повышения его конкурентоспособности.

Нормы расхода топлива устанавливаются для каждой марки и модификации эксплуатируемых автобусов и соответствуют определенным условиям работы автомобильного транспорта. Они включают расход топлива, необходимый для перевозки пассажиров и грузов.

Базовая норма расхода топлива в зависимости от категории подвижного состава предполагает различный режим движения в эксплуатации и зависит от вида двигателя, установленного на автомобиле, и полной массы автомобиля.

Дорожно-транспортные, климатические и другие эксплуатационные факторы учитываются с помощью поправочных коэффициентов, установленных в форме процентов повышения или снижения исходного значения нормы.

В состав материальных затрат включаются затраты на износ и восстановление шин. На ПАТП шины поступают вместе с новым автомобилем (на колесах автомобиля и один запасной комплект) и включаются в его прейскурантную стоимость, а также от поставщиков в порядке пополнения

запаса для замены шин, требующих ремонта или пришедших в негодность. Автомобильные шины могут находиться на складе, в эксплуатации и в ремонте.

Для правильной организации учета автомобильные шины в зависимости от того, каким образом они поступают на предприятие, относятся к различным статьям баланса. Так, автомобильные шины, поступающие вместе с новым автотранспортным средством, входят в его стоимость и учитываются в составе основных средств.

Для учета износа и восстановления шин целесообразно открыть следующие субсчета второго порядка к счету 10 «Материалы», субсчет 10-5 «Запасные части»:

10-5-1 «Автомобильные шины в запасе»;10-5-2 «Автомобильные шины в обороте».

Затраты на износ и восстановление шин относятся на себестоимость услуг по перевозке. Следовательно, для формирования информации об этих расходах и исчисления себестоимости услуг применяются счета 20–29.

Себестоимость перевозки определяют делением общей суммы расходов и по каждой статье затрат за отчетный период на количество условно принятых единиц перевозок. Для предприятий пассажирского автотранспортаобобщенной характеристикой объема выполненных работ пассажирской автомашиной является пассажиро-километр.

По кредиту счета 20 «Основное производство» отражаются все расходы, составляющие фактическую себестоимость выполненных перевозок. Впоследствии эти суммы списываются на счет 90 «Продажи», субсчет 90-2 «Себестоимость продаж», который предназначен для учета себестоимости при формировании финансового результата предприятия.

ВТО и Таможенный союз: вопросы объединения и противоречия

Мишарин Юрий Александрович,
СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 3 курс,
науч. рук. к.э.н., доц. Семенова А.В.

Каждый день мы познаем мир. Мир таким, какой он есть, таким которым становится. Мы прошли через распад одной страны к объединению другой. Мы видели создание одного союза. Европейского. До создания другого – Таможенного, заключенного между Россией, Белоруссией и Казахстаном.

Какие плюсы, и какие минусы мы получим от данного объединения, узнаем позже.

И все это происходит на фоне вступления России во Всемирную торговую организацию(15 декабря 2011 года).

Как же увязываются между собой эти «две различные интеграции»?

Вопрос спорный, и вызывающий огромное количество вопросов у экспертов.

Россия, Казахстан и Белоруссия создали Таможенный союз и Евразийский союз. Смысл создания таких организаций – создание зон, в которых участники получают преференции для развития национальных экономик. То есть, в итоге, Белоруссия (член ТС) должна получать российский газ дешевле, чем Украина, которая пока в ТС не вошла. И товары и услуги должны внутри ТС двигаться беспошлинно. Это значит, что молоко и творог из Казахстана и Белоруссии будут попадать на прилавки российских магазинов без ввозных пошлин. Становясь автоматически дешевле и не имея никаких препятствий в виде квот по сравнению с молоком и творогом с Украины.

Но ведь есть еще и ВТО. При вступлении в которую Россия обязана открыть свой рынок всем членам этой организации. Украина — член ВТО, а Казахстан и Белоруссия – нет.

Иначе говоря, как член ВТО Россия обязана создать преференции на своем рынке для членов ВТО. И не имеет права делать этого для Казахстана и Белоруссии.

Противоречие налицо. Причем взаимоисключающее противоречие.

Проблема ещё и в том что упрощенно говоря, главный смысл Таможенного союза – протекционизм, смысл же ВТО – антипротекционизм. Примером протекционизма можно считать идею таможенного союза Германии, Пруссии и Австрии. В свое время это позволило немецкому капиталу создать ту промышленную базу, которую мы сейчас знаем. Но эта политика вступала в острое противоречие с либеральной таможенной политикой, которую проповедовала тогда Англия, что во многом привело к Первой и Второй мировым войнам, считают эксперты.

Если немного углубиться в историю, то идея таможенного союза для развития собственной промышленности выдвигалась немецким экономистом Фридрихом Листом (выдающийся немецкий экономист 19 века, сторонник протекционизма, выступал за государственное вмешательство в экономическую жизнь, защищал идею господства Германии в Европе). Он выдвинул идею таможенного союза Германии, Пруссии и Австрии, что в некотором смысле потом было реализовано. Это было чисто экономическим мероприятием, когда внутри таможенного союза уровень налогообложения невысокий, а на внешних границах он выше, чтобы защищаться от более дешевой английской, главным образом, продукции.

Интересно как в нынешних реалиях политических и экономических осуществима совместная работа этих двух экономических интеграций. В то же время россия заявляет, что не намерена вступать в одиночку в ВТО «премьер-министр РФ Владимир Путин заявил, что Россия, Белоруссия и Казахстан намерены присоединиться к ВТО в качестве едино таможенной территории».

И при нынешней политической ситуации вопрос вступления Белоруссии, как члена таможенного союза в ВТО выглядит очень сомнительно, так как в свете последних событий в стране(нелегитимные выборы, казнь террористов взорвавших минское метро) мировое сообщество старается не вести дел с белоруссией, более того европейские страны запретили официальный вьезд на свою территорию более 200ам официальным лицам Белоруссии. Даже в свете этого весьма сомнителен тот факт, что возможен диалог о вступлении в ВТО.

Исследование инновационной системы предприятия

Оганнисян Мартин Абрики,
СПбГУСЭ, ИРЭиУ, магистрант, 1 курс,
науч. рук. к. ф.-м. н., доц. Угольникова О.Д.

Инновационную систему предприятия трактуют как совокупность основных факторов, оказывающих влияние на разработку, распространение и использование инноваций, повышение эффективности инновационного процесса на предприятии, взаимосвязи между данными факторами[1]. Мы будем понимать инновационную систему предприятия как совокупность инновационного потенциала, инновационной активности, инновационной деятельности предприятия.

В современных условиях инновации составляют предмет деятельности не только особых служб предприятий, но и целых предприятий – МИП (малых инновационных предприятий). Инновационная политика предприятия со службами научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (НИОКР) основана на формировании идеи инновации, определения срока ее формирования и внедрения в серийное производство, выхода на рынок товаров и услуг.

Традиционно к этапам процесса инновации относили:

- систематизацию идей,
- отбор идей и выработка идеи нового продукта,
- анализ экономической эффективности нового продукта,
- создание нового продукта,
- тестирование рынком,
- внедрение в массовое, серийное производство илиотказ от производства.

Конечная цель инновационного процесса – коммерциализация инновации, рентабельное массовое серийное производство. Практика показала, что незначительная часть инноваций коммерциализируется. Только 15% инновационных изделий коммерциализируются в США, и лишь 62 % из них проходят испытание рынком. Большая часть нововведений вскоре перестает приносить прибыль. Таким образом, инновационная деятельность под силу крупным предприятиям с необходимыми ресурсами и финансовыми средствами. В эпоху общества потребления инновации должны

исходить не столько от новых научных знаний, сколько от их комбинации с потребностями потребителей.

В то же время происходит объединение предприятий различной величины с позиций выполнения требований разработки и внедрения инновационного продукта в производства и его коммерциализацию и сбыт. Малые инновационные предприятия как составная часть крупного предприятия ведут к сокращению его издержек и обеспечивают эффективность.

Современная специфика управления производством основана на сокращении жизненного цикла продукта, расширением номенклатуры и уменьшением объема выпускаемой продукции, усложнение технологий, повышения требований к квалификации человеческих ресурсов предприятия. Современные системы управления характеризуются

- формированием малых производственных подразделений с небольшим количеством высокой квалификации сотрудников,
- специализированных организационных структур – целевых групп, команд специалистов,
- ориентированностью производства на потребителя,
- минимальными запасами продукции на складах предприятия,
- гибким и стремительным реагированием на изменение внутренней и внешней среды предприятия,
- переналадкой в связи с этими изменениями оборудования,
- широкой сферой контроля.

Если традиционный подход к разработке производственных новшеств базировался на поэтапном делении всего процесса производства на отдельные участки и закрепление за ними групп специалистов, то и управление состояло в координации действий этих групп на этапах проведения ими работ. В условиях инновационной экономики особую роль начинают играть целевые группы – команды специалистов многопрофильной квалификацией, ведущих инновацию от идеи до этапа коммерциализации и сбыта. С другой стороны, высокий уровень конкуренции обеспечивается крупной промышленной компанией, которая обеспечивает крупные затраты на научно-исследовательские работы и опытно-конструкторские работы, быстро осваивает новые виды и образцы продукции. Повышение гибкости производства, снижение всех видов издержек, высокая производительность труда, стабильное высокое качество и надежность продукции, конкурентные цены – характеристики такого конкуретоспособного предприятия.

Конкурентоспособность предприятий связана с инновационной активностью человеческих ресурсов предприятия, его способностью к диверсификации и привлечению инвестиций в разработку, апробацию и внедрение инновации. Эти и другие требования привели к повышению роли определенных факторов. Возросла роль организации контроля качества продукции, мелкосерийного производства.Последнее связано со стремительной сменой типов и моделей выпускаемой продукции. Оборудование не успевает изнашиваться, его жизненный цикл не исчерпан. Серийное производство заменяет массовое. Основная цель производства на этапе инновационного развития экономики – снижение издержек производства, повышение конкурентоспособности продукции, получение намеченной при-

были. Достижение этой цели определяется конкурентоспособностью продукции предприятия на внутреннем и внешнем рынке, эффективным управлением предприятием.

Среди предприятий выделим также предприятия с прогрессивными для их отраслевой специализации видами продукции. Они не создают абсолютно нового продукта, но улучшают непрерывно продукцию предприятия, совершенствуют технологии производства. В случае, если данная продукция способствует продвижению инноваций в приоритетных отраслях экономики, то данное предприятие может быть отнесено к инновационным. Такие же требования следует сформулировать и к высокотехнологичным услугам для отнесения их к инновационным. Это рекомендуется международными организациями в вопросе классификации услуг.

Потенциал развития цивилизованного рынка аренды жилья в России

Орлова Юлия Павловна,
СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 4 курс,
науч. рук. доц. Линькова Г.Г.

Моя статья посвящена развитию доходных домов, коммерческому и социальному найму на Российском рынке аренды жилья. Актуальность этой темы связана, прежде всего, с формированием легального рынка найма жилья. Существующий на сегодняшний день рынок аренды жилья в большей степени является теневым. По весьма приблизительным данным, лишь 0,2 сдаваемых квартир и комнат оформляется договорами и подлежит налогообложению. При этом на арендуемое жилье приходится около 28%.Специалисты оценивают потери столичного бюджета по этой статье в 2 млрд. руб. На практике до казны может не доходить «даже больше». В случае, когда рынок аренды легален, граждане могут рассчитывать на поддержку властей. В частности, городская власть может поддерживать путём компенсации расходов за наём жилья.

Перспективу развития доходных домов, на мой взгляд, целесообразно рассматривать в контексте имеющегося зарубежного опыта. В этой связи мной был исследован коммерческий найм, который распространен во всем мире. В европейских странах арендное жилье занимает важнейший сегмент рынка жилой недвижимости, нисколько не уступая по популярности покупному жилью. В Западной Европе исторически сложилось так, что около половины жилых площадей сдается в аренду, и данное положение вещей считается там вполне нормальной цивилизованной практикой.

Структура жилищного фонда по видам использования (%), 2010г.

Страна	Аренда		Проживание собственника	Кооператив	Другое
	социальная	Коммерческая			
Австрия	23	17	56	-	4
Великобритания	17	15	68	-	0
Нидерланды	32	10	58	-	0
Германия	5	49	46	-	0
Финляндия	16	15	66	0	3
Швеция	17	27	38	18	0
США	1,0	31,6	66,4	1,0	0
Россия	16,0	11,2	72,2	-	0

Собственность на жилье тормозит мобильность населения, мешает обеспечивать за счет внутренней миграции приток рабочей силы, высококвалифицированных специалистов в экономически активные отрасли и регионы. В Петербурге «теневая» аренда сдерживает расселение коммуналок.

Наличие рынка доходных домов позволит народу не покупать в собственность квартиры, а арендовать на длительные сроки, получая при этом гарантии стабильности, плюс – определенный набор сервисных услуг. Это особенно актуально для некоторых категорий населения, которым непосильна ипотека.

Все говорит о том, что доходные дома крайне необходимы российской экономике. Но на данный момент в стране законодательная база в отношении сегмента доходных домов несовершенна. В действующем законодательстве отсутствует само понятие «доходный дом», отсутствует правовое регулирование отношений в данной сфере. И, как следствие, отсутствует сама основа для разработки мер государственной поддержки данного направления. Для успешного развития в первую очередь необходимо на законодательном уровне закрепить статус доходного дома.

«Институт экономики города» выступил с предложениями, которые должны сделать сектор строительства и эксплуатации доходных домов привлекательным. Анализируя данные предложения, полагаю целесообразным внести некоторые коррективы в законодательную базу.

– В Гражданском кодекс РФ в целесообразно учесть продление долгосрочного договора найма жилого помещения, например продлив срок с 5 до 10-15 лет.

– В Жилищный кодекс РФ сделать уточнение, посвященное институту некоммерческого найма.

– В Земельном кодексе РФ при соответствующем экономическом обосновании предусмотреть возможность предоставления некоммерческим организациям земли под строительство нового дома.

– Тарифы на коммунальные услуги для граждан распространить на юридических лиц- собственников доходных домов.

– В Налоговом кодексе РФ выровнять условия по налоговому вычету для покупателя и нанимателя жилья. Например, первые несколько лет после регистрации договора доходы физических лиц не облагать НДФЛ, а в последующие годы установить пониженную ставку.

Необходимо также предусмотреть участие Федерального фонда содействия развитию жилищного строительства в предоставлении земельных участков под строительство доходных домов и домов некоммерческого жилищного фонда.

Эксперты отмечают, что экономика строительства доходных домов не выдерживает конкуренции, поскольку срок окупаемости составляет около 20 лет. В связи с этим следует установить налоговые льготы для застройщиков, инвесторов и наймодателей (например, по налогу на прибыль и/или на доходы), снизить ставки на целевой кредит, ввести льготную ставку арендной платы за земельный участок на период строительства доходного дома и на определенный период после ввода в эксплуатацию. Как вариант выделить застройщику деньги на инфраструктуру. Необходимые для этого деньги можно взять у населения. Опрос показал, что способ размещение средств в недвижимость расценивается гражданами России как в два раза более надежный и выгодный, чем в банке. Вклады россиян оцениваются в триллионы рублей, часть из которых можно попробовать привлечь к строительству доходных домов.

Не стоит забывать, что на современном этапе присутствует психологическая проблема, замедляющая развитие этого сектора: пока жизнь в съемной квартире непривычна для населения. Но это может стать одним из главных направлений жилищной политики города.

Иногда высказываются опасения, что государственные игроки на этом рынке, как и на рынке ЖКХ, будут тормозить развитие конкурентной среды. Однако некоторые специалисты придерживаются другого мнения. Они считают, что участие государства расширяет рынок, делает аренду привычным образом жизни, меняя менталитет людей. К тому же строительство арендного жилья в рамках госпрограмм- это исполнение обязательств перед населением.

Найм однокомнатной квартиры стоит от 15 до 25 тыс. руб. в месяц, а апартамент – отеля (гостиницы для длительного проживания)- 60-90 тыс. рублей. Таким образом появилась свободная востребованная ниша, не совсем популярная, но очень перспективная, которую по моему мнению можно заполнить новым форматом: апартамент – отелями (по качеству и диапазону услуг) по цене квартир.

Эксперты считают, что доходные дома и апартамент-отели имеют колоссальные перспективы для роста. А поддержка государства может привести «к настоящему буму на рынке доходной недвижимости». Учитывая динамику арендной ставки в кризис (когда ставки упали всего лишь на 10-15%, а заполняемость осталась высокой) следует сделать вывод, что этот сектор реагирует на кризис последним, что обуславливает низкие риски по сравнению с другими сегментами рынка. В связи с этим окупаемость 18-20 лет оправдана и понятна.

Первые доходные дома уже появились и в Санкт-Петербурге (как общежития для мигрантов). В этом году Петербург запустил программу найма для очередников. Обещано что в 2012 году для них будет построено 500 квартир, в 2013- 1500. При этом под арендное жилье отдается не дом целиком, а подъезды или квартиры, связанные общими стояками. По предварительным расчетам, средняя ставка найма (без услуг ЖКХ) однокомнатной квартиры в городе составит 4600 рублей в месяц, в Красном Селе – 3000 рублей. При расчете ставки исходили из возврата затрат через 25 лет. Но не следует сводить концепцию развития арендного жилья только к решению социальных проблем. Востребованность в этом сегменте велика во всех классах жилья, включая элитный сегмент недвижимости и бизнес-класс.

В Петербурге уже существует несколько частных домов, которые являются таковыми лишь условно, так как речь идет об отдельных квартирах или подъездах. В новых домах инвесторы сдают 15-20% квартир.Но уже в ближайшее время в городе появятся самые настоящие доходные дома. Например, Финская компания SATO выкупила отдельный корпус в комплексе «Шведская крона».

Как оказалось, россияне готовы к новому формату жизни. В то же время инвесторы не проявляют активности в освоении новой ниши на рынке. Исследуя факторы такого негативного восприятия я выделяю наиболее существенный на мой взгляд фактор – недостаточная доходность (несмотря на то что она является стабильной), 5-10% не устраивает российских инвесторов (они хотят 15% и выше), хотя такие показатели доходности для зарубежных инвесторов являются нормой.

В настоящее время Министерством регионального развития уже разработаны программы строительства доходных домов. С реализацией этой программы существующий рынок аренды будет полностью перестроен, поскольку у российских граждан появится возможность снимать квартиры недорого, причем в комфортных условиях. Будет решена проблема с временным проживанием очередников, малообеспеченных и молодых семей.

Кроме того, я считаю, что проект строительства доходных домов еще необходим и с точки зрения экономического развития России в целом. Это обосновано тем, что строительство доходных домов оживит строительную отрасль, что позволит увеличить экономический рост. Также с учетом программы экономического развития России потребуется привлечение рабочей силы в конкретных точках (Дальний Восток, Урал, Сочи). Развитие этих территорий потребует привлечения рабочих из других регионов, которым где-то надо будет жить.

Список литературы:

1. "Жилищный кодекс Российской Федерации" от 29.12.2004 N 188-ФЗ (ред. от 06.12.2011, с изм. от 07.12.2011) (с изм. и доп., вступающими в силу с 01.03.2012)
2. "Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая)" от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 06.12.2011)
3. Закон Санкт-Петербурга от 11.04.2001 № 315-45 «О целевой программе Санкт-Петербурга «Молодежи – доступное жилье»;
4. Постановление Правительства Санкт-Петербурга от 04.12.2007 № 1539 «О реализации Закона Санкт-Петербурга «О целевой программе Санкт-Петербурга «Молодежи – доступное жилье».

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ УПРАВЛЕНИЯ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ НА МУНИЦИПАЛЬНОМ УРОВНЕ

Пастухова Надежда Ивановна,
СПбГУСЭ, ИРЭиУ, аспирант,
науч. рук. проф. Дроздова И.В.

Анализ зарубежного подхода к управлению ЖКХ показывает, что коммунальные услуги и все, что связано с жильем рассматриваются как жизненно важные. Как следствие, обеспечение населения этими услугами всегда осуществляется при активном участии государственных органов. Четыре общих подхода к регулированию и управлению ЖКХ муниципальных образований (США, Англия, Франция, Германия) так или иначе, сходятся в одном: регулирующие органы определяют правила работы частных предприятий-конкурентов, защищают права потребителей, гарантируют выполнение стандартов качества на жизненно важные услуги. В идеальном случае вся система менеджмента выглядит как децентрализованное управление с контролем по отклонениям.

Рыночные отношения предполагают возможность передачи жилого фонда от одной управляющей организации другой, а также от одного поставщика услуг другому. При осуществлении такой передачи, кроме передачи непосредственно самого объекта или права на оказания услуг, необходимо предусмотреть возможность передачи информационной поддержки, необходимой для выполнения функций.

Управление ЖКХ является интернациональной темой, объединяющей большинство цивилизованных стран и оперирующей достаточно близкими понятиями одним из которых является объединение собственников жилья.

Объединение собственников жилья (ОСЖ) представляет собой некоммерческую потребительскую организацию, объединяющую собственников объектов недвижимого имущества или пайщиков, создаваемую с целью управления комплексом недвижимого имущества, обеспечения экс-

плуатации этого комплекса, владения, пользования и распоряжения имуществом. ОСЖ стало обобщающим понятием различных юридических форм жилищной кооперации, например, таких как, территориальные сообщества жителей (Planning Unit Developments – PUD), кондоминиумы (Condominium Association), жилищные кооперативы (Housing Cooperatives) в США и Канаде; синдикаты во Франции; квартирные акционерные общества в Финляндии; объединения совладельцев многоквартирных домов (ОСМД) в Украине; товарищества собственников жилья (ТСЖ) и жилищно-строительные кооперативы (ЖСК) в России.

Таким образом, с точки зрения подхода к управлению ЖКХ Россия не строит свою уникальную модель, а адаптирует международный опыт, проверенный десятилетиями. Необходимо также отметить, что страна имеет и некоторую историю развития своих ОСЖ. Например, в дореволюционной России существовали города-сады; в период НЭПа – жилищные кооперативы (ЖК), жилищно-арендные кооперативные товарищества (ЖАКТ). Молодежные жилищные кооперативы (МЖК) были распространены в СССР в 1970-1990-е годы.

Важным критерием оценки социальной ориентированности рынка коммунальных предприятий является доля затрат на ЖКУ в общем объеме потребительских расходов домашнего хозяйства. Именно с этой величиной связаны бюджетные субсидии малоимущим семьям на оплату жилья и коммунальных услуг. В соответствии с федеральным стандартом, установленным Правительством Российской Федерации, субсидию на оплату жилья и коммунальных услуг может получить семья, если расходы на ЖКУ превышают 25% от величины ее совокупного дохода. При этом не исключается то, что региональные власти могут устанавливать более низкое значение этой доли, если доходная часть регионального бюджета сможет выдержать дополнительные социальные расходы.

В табл. 1. приведены усредненные данные относительно бремени жилищно-коммунальных платежей домашних хозяйств России, Чехии и США. Такая выборка стран представляется удачной, поскольку позволяет осуществить мониторинг ситуации с жилищно-коммунальными платежами, как в государстве классического капитализма, так и постсоветских странах, находящихся на разных уровнях развития.

Таблица 1

ДОЛЯ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНЫХ ПЛАТЕЖЕЙ В СТРУКТУРЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ РАСХОДОВ ДОМАШНИХ ХОЗЯЙСТВ ПО СТРАНАМ МИРА

Страна	Доля расходов по оплате жилья, %	Доля расходов по оплате коммунальных услуг, %	Итого, %	Год оценки
Россия	1,4	6,9	8,3	2010
США	19,0	6,9	25,8	2009
Чехия	12,3	10,9	23,2	2008

Данные таблицы 1. позволяют сделать следующие выводы.

Во-первых, размер доли расходов по оплате коммунальных услуг в России (6,9%) на сегодняшний день находится на уровне США, но значительно уступает Чехии (10,9%), не обеспеченной собственными минеральными ресурсами. Однако жилищные расходы среднестатистической чешской (12,3%) и американской семьи (19,0%) на порядок превышают аналогичный показатель среднестатистического российского домашнего хозяйства (1,4%).

Во-вторых, необходимо подчеркнуть несоответствие соотношений доли расходов на оплату жилья к доле расходов на коммунальные услуги в России (1,4/6,9=0,2) и США (19,0/6,9=2,75). По данному показателю США в 10 раз обгоняет Россию. Эти соотношения показывают национальные приоритеты в жилищных и коммунальных вопросах. В соответствии с логикой американцев, на первом месте стоит качественное благоустроенное жилье (индивидуальный дом), как фундаментальный актив семьи и залог социальной стабильности, а коммунальные услуги являются всего лишь необходимым к нему приложением. В крайнем случае, жилье без коммунальных услуг пригодно к эксплуатации, а коммунальные услуги без их приложения теряют смысл.

В России актуальность коммунальных услуг стоит на первом плане, а жилье с низкими потребительскими свойствами, доставшееся большинству граждан в результате бесплатной приватизации, воспринимается как само собой разумеющееся. Тем не менее, по качественным и количественным характеристикам жилье в России значительно уступает американскому жилищному фонду, и в этой связи необходимо пересматривать приоритеты и сосредоточиться на комфортном и благоустроенном жилье, чем на повышении цен на коммунальные услуги.

В странах с развитой рыночной экономикой (США, Великобритания, Германия, Япония, Швеция, Франция, Австрия и др.), накоплен богатый опыт организации жилищно-коммунальных служб в рамках государственного (муниципального) и частного секторов. Его детальное изучение позволяет использовать положительный опыт в российской практике.

На рубеже 80-90-х гг. правительства многих стран в рамках социально-экономических программ и программ реформирования государственного сектора экономики проводили приватизацию объектов ЖКХ. Параллельно с этим процессом шел поиск новых форм предоставления коммунальных услуг с участием представителей частного бизнеса.

При этом сохраняется предоставление услуг муниципальными службами, в первую очередь, в сфере коммунального обслуживания. Муниципалитет выступает при этом в качестве организатора производства услуг. Другими словами, предоставление услуг осуществляется не самим муниципалитетом, а предприятиями, основанными на муниципальной собственности и подотчетными муниципалитету. Предоставление подобных услуг осуществляется муниципальными департаментами по "санитации" (сбор, вывоз, утилизация пищевых отходов и бытового мусора и др.); де-

партаментами парков (озеленение, благоустройство городской территории и др.); департаментами по автомагистралям и т.д.

Распространенной формой предоставления муниципальными службами услуг в развитых странах являются межтерриториальные соглашения. Подобным образом, за рубежом, оказываются коммунальные услуги по водо-, газо-, теплоснабжению, водоотведению, услуги по "санитации" территорий, уборка снега и др. При этом в договорных отношениях участвуют два органа управления: причем один является организатором, а другой поставщиком услуг. Как показывает опыт США, Великобритании, Германии, Японии, Швеции, Канады и др., это позволяет более экономно использовать финансовые ресурсы, мощности и возможности производителей услуг.

Местные органы исполнительной власти могут заключать соглашения, договора, контракты не только друг с другом, но и с частными фирмами. Во многих развитых странах (Великобритания, США, Швеция и др.) городские власти давно осознали, что монопольное положение муниципальных служб сдерживает улучшение условий жизни в крупных городах. Практикуется продажа транспортным компаниям (включая муниципальные и частные) автобусных и трамвайных линий на конкурсной основе.

Нововведения в жилищно-коммунальной сфере развитых стран, основанные на рациональном сочетании централизации и децентрализации, дали положительные результаты. Они не тормозят, а активизируют рынок услуг и улучшают условия жизни потребителей.

Подобные нововведения можно применить при организации городского водопровода, тепло-, электро- и газоснабжения, то есть к работе тех служб, которые принято относить к технически монопольным.

Передовой зарубежный опыт может широко применяться и в нашей стране, в особенности в местах нового жилищного строительства на окраине крупных городов и в области. Опыт быстрого благоустройства жилья применим не только для небольших поселков, но и для индивидуальных коттеджей и малоэтажных домов, строящихся на окраинах крупных городов. Эффективность такого подхода доказана и опытом некоторых стран Восточной Европы (Польша, Югославия, Чехия и Словакия).

Таким образом, исследование зарубежного опыта показало, что государственное регулирование коммунальной инфраструктуры не только не упразднено в странах с развитой рыночной экономикой, но и претерпело глубокую эволюцию под воздействием специфических потребностей в той или иной отрасли ЖКХ.

Список литературы:

1. Васильев Н.В. Правила оказания услуг ЖКХ. – М.: Моск. фин-вопром. акад., 2011. – 160 с

2. Черняк В.З. Развитие, управление, экономика. – М.: КноРус, 2011. – 169 с.

3. Кирсанов С.А. Зарубежный опыт управления многоквартирными домами // ЖКХ: журнал руководителя и главного бухгалтера. 2011, № 10. – 10 с.
4. Лучкина Л.С. Жилищный сектор в постсоциалистических странах Европы // Мировая экономика и международные отношения.2004, № 3. – 8 с.

Современные стратегии развития страхового рынка

Прилучная Екатерина Олеговна,
СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 2 курс,
науч. рук. асс. Хабибуллина Л.М.

В попытках разработать основы развития страхования в нашей стране традиционно фактически игнорируются реальные макроэкономические условия и перспективы воспроизводства страхового капитала. Это было характерно для предыдущих попыток разработать концептуальные основы развития современного российского страхования, что в значительной степени предопределило неудачу их реализации. К сожалению, и при разработке проекта "Стратегии развития страхования в Российской Федерации на 2008-2012 годы" встраиванию страхования в складывающуюся на новом этапе развития страны систему экономических отношений не было уделено должного внимания. Поэтому и не удалось обеспечить необходимую для жизнеспособности стратегии взаимосвязь между развитием страхования и конкретными потребностями экономики и общества в целом.

В целом, сегодня можно констатировать стремление государственной власти внести серьезные изменения в проводимую социально-экономическую политику и, в частности, активизировать инвестиционный процесс в реальном секторе отечественной экономики. Страхование, как важный инструмент защиты инвестиций, должно быть органично встроено в процессы диверсификации экономики и обеспечения нового качества экономического роста. Это требует определенной корректировки выработанных ранее подходов к развитию отечественного страхования. Без активного участия в реализацииэтих сдвигов российское страхование рискует остаться внесистемным, обреченным на стагнацию, придатком экономики. И никакие дежурные заявления о том, что "страхование – динамично развивающаяся сфера российского бизнеса", не обеспечат перелома тенденции падения его общественной значимости, отчетливо проявившейся в последние годы. На самом деле процессы, происходящие в настоящее время на отечественном страховом рынке, могут быть квалифицированы как "рост без развития". Такое качество роста не может рассматриваться как серьезная основа для устойчивого развития страховых отношений, что, собственно, и подтверждается снижением показателя доли страховых взносов в ВВП.

К сожалению, в вопросах включения страхования в современную систему экономических отношений, проект ограничивается главным обра-

зом общими фразами об учете в стратегии "приоритетов развития национальной экономики и социальной поддержки населения", о том, что страхование должно "способствовать сокращению нагрузки на бюджет" и т.п. В целом, недостаточное соответствие проекта стратегии конкретным целям и задачам развития отечественной экономики предопределяет трудности ее практической реализации. А ведь именно в рамках общеэкономических процессов создаются основные предпосылки развития страхования и, прежде всего, формируются экономические основы функционирования предпринимателей и домашних хозяйств, а также осуществляются инвестиции, определяющие динамику платежеспособного спроса на страховые услуги и изменение рисковой ситуации на страхуемых объектах. Таким образом, представляется, что главной задачей российской системы страхования на среднесрочную перспективу должно стать активное участие в процессах диверсификации отечественной экономики, ее поворота от сырьевой модели развития к развитию на основе инноваций.

Другим концептуальным недостатком проекта стратегии является недостаточная проработанность вопроса о влиянии вступления в ВТО на перспективы развития отечественного страхового рынка.

С превращением части страхового рынка России в одно из звеньев глобального рынка страхования, российские потребители подчинятся той системе отношений в мировой страховой индустрии, при которой интересы страховщиков и стоящих за ними собственников капитала превалируют над интересами страхователей. Значительно сузятся пределы страхования рисков российских предпринимателей. В ситуации, когда основные фонды в экономике страны критически изношены и явно недостаточны масштабы инвестиций в их обновление, такое сужение пределов страхования рисков может резко уменьшить доступность страхования для большинства предпринимателей. Потребители же страховых услуг, работающие с собственными кэптивами, капитал которых продолжит формироваться в основном за счет средств российских поставщиков, будут испытывать повышенную зависимость от условий, которые будет диктовать международный перестраховочный рынок.

Для предотвращения подобных негативных последствий необходимо, чтобы процесс интеграции осуществлялся на базе оптимального сочетания интересов участников российского рынка страхования – прежде всего, страхователей, отечественных поставщиков страховых услуг и международного страхового капитала.

Еще одним концептуальным недостатком проекта стратегии является применение устаревшего подхода к определению места и роли страхования в современной системе экономических отношений. Представляется, что содержащийся в проекте стратегии подход, рассматривающий страхование как часть так называемой финансовой сферы ("финансового рынка"), утратил в настоящее время свою теоретическую актуальность и практическую значимость. Представление о страховании как о финансово-фискальном механизме – это рудимент старого хозяйственного уклада, который не может быть жизнеспособным в современных экономических ус-

ловиях. Современное страхование – это важный элемент системы управления собственностью, механизм ее защиты от рисков, а не инструмент реализации фискальных интересов государства или поставщиков страховых услуг. Отсюда понятно, что страхование должно быть подчинено интересам потребителей страховых услуг, являющимся источником развития страхового рынка, а актуальной является такая модель страховых отношений, которая будет обеспечивать их приоритет.

Положительным моментом является наличие в проекте стратегии концептуально важного положения о том, что современное страхование является "одним из эффективных рыночных механизмов управления рисками" страхователей и защиты их интересов. Однако этот подход, к сожалению, не получил в документе должного развития.

Российский страховой рынок на его постсоветском этапе уже давно сложился и функционирует как рынок поставщиков. Именно в результате такой модернизации, сутью которой стало подчинение интересов страхователей интересам поставщиков и нацеленность на преимущественное развитие принудительного страхования в разных формах, отечественное страхование оказалось в заколдованном круге стагнации, снижения общественной значимости и пассивного следования за колебаниями макроэкономической конъюнктуры.

Время функционирования существующей модели отечественного страхового рынка доказало, что так называемый "крупный отечественный страховой капитал" по прежнему остается неустойчивым, "работает", главным образом, не на самовозрастание, а на присвоение денег клиентов. Капитализация всего российского страхового рынка по-прежнему остается на уровне капитализации одного не самого крупного европейского страховщика. И это не только следствие системного кризиса и макроэкономической нестабильности конца прошлого века, но и результат чрезмерной ориентации отечественных поставщиков на реализацию своих сиюминутных фискальных интересов.

В этих условиях представляется необходимым разработать и реализовать комплекс мер, направленных на стимулирование развивающей рынок конкуренции между поставщиками страховых услуг.

Ход обсуждения проекта «Стратегии развития страхования на 2008-2012 гг.» показывает, что от формального признания ключевой роли потребителя для стратегического развития рынка до реализации этого подхода на практике остается все еще очень значительная дистанция. Первостепенные проблемы развития страхового рынка – проблемы приоритетной реализации интересов потребителей страховых услуг – во всей их полноте и взаимосвязях не осознаются, а значит, и эффективного их решения найдено не будет.

Для обеспечения стратегического прорыва в развитии отечественного страхования представляется необходимым, прежде всего, решить задачи активизации роли инфраструктуры страхового рынка путем изменения качества рыночных отношений, которые составляют ее содержание. Инфраструктура страхового рынка должна превратиться из спонтанно сложившейся и во многом стихийно функционирующей совокупности предпри-

нимательских структур, способствующих фактически односторонней реализации интересов поставщиков страховых услуг, в эффективный механизм оптимального сочетания интересов страхователей и поставщиков. В реальных условиях современного российского страхового рынка это означает, что все элементы его инфраструктуры должны быть системно дополнены механизмами и процедурами, нацеленными, прежде всего, на реализацию интересов отечественных страхователей. Только такая модернизированная инфраструктура сможет стать реальным инструментом решения задач активизации рыночной роли потребителей и, за счет этого, – средством достижения необходимого для подлинного развития отечественного страхования изменения баланса интересов потребителей и поставщиков страховых услуг.

Представляется, что совершенствование страховой инфраструктуры должно стать на современном этапе главным полем модернизации всей системы отношений российского страхового рынка. При этом во главу угла на среднесрочную перспективу должна быть поставлена работа по активизации на рынке роли потребителей, формирования, поддержания и укрепления на этой основе доверия между основными участниками страховых отношений.

Список литературы:

1. Галаганов В.П. Страховое дело. – М.: Академия, 2008. – 272 с.
2. Котлобовский И.Б., Лайков А. Ю., Рыбаков С. И. К вопросу о стратегии развития отечественного страхования//Страховое дело. 2007, № 7. – 40-52 с.
3. Щербаков В.В. Страхование: учеб.пособие. – М.: Велби, 2008. – 312 с.

Законодательное регулирование таможенной деятельности стран Таможенного союза

Репин Денис Евгеньевич,
СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 3 курс,
науч. рук. к.э.н., доц. Семенова А.В.

В связи с созданием Таможенного союза России, Белоруссии и Казахстана положения таможенного законодательства претерпели существенные изменения. Союз представляет собой форму торгово-экономической интеграции, предусматривающую единую таможенную территорию. В ее пределах во взаимной торговле товарами, происходящими с этой территории, а также происходящими из третьих стран и выпущенными в свободное обращение на таможенной территории Союза, не применяются таможенные пошлины и ограничения экономического характера, за исключением специальных защитных, антидемпинговых и компенсационных мер. Правовое регулирование таможенных отношений в рамках Таможенного союза осуществляется законодательством Союза. Если этим законодательством от-

ношения не урегулированы, то применяются нормы национального законодательства, но до их установления на уровне Таможенного союза.

Таможенное законодательство Союза состоит из:

1) Таможенного кодекса Таможенного союза (далее – ТК ТС);

2) международных договоров государств – членов Таможенного союза;

3) решений Комиссии Таможенного союза.

ТК ТС включает в себя 373 статьи. Он состоит из Общей и Специальной частей. Общая часть, состоящая из трех разделов, посвящена основным положениям, таможенным платежам и таможенному контролю. Специальная часть состоит из пяти разделов, регулирующих таможенные операции, предшествующие подаче таможенной декларации; таможенные операции, связанные с помещением товаров под таможенную процедуру; таможенные процедуры; особенности перемещения через таможенную границу и совершения таможенных операций в отношении отдельных категорий товаров; переходные отношения. Поскольку документ закрепляет все основные вопросы таможенного регулирования, можно сделать вывод о том, что он занимает центральное место в системе таможенного законодательства Таможенного союза. ТК ТС ввел ряд новшеств в регулировании таможенных отношений. Изменениям подверглись некоторые термины (например, было уточнено понятие товара), появились некоторые новые понятия (такие, как "авария", "припасы", "экспресс-груз", и др.).Многочисленны изменения в части регулирования таможенного оформления (сокращается период оформления грузовой таможенной декларации с трех до двух дней; у декларанта появляется возможность внесения изменений в таможенную декларацию до и после выпуска товаров и пр.).Виды таможенных платежей остались прежними. Таможенные пошлины, налоги уплачиваются в валюте государства – члена Таможенного союза, в котором подлежат уплате. Однако было изменено понятие таможенных сборов. Они взимаются таможенными органами за совершение ими действий, связанных с выпуском товаров, таможенным сопровождением товаров, а также за совершение иных действий, установленных ТК ТС и (или) законодательством государств. Появились новые формы таможенного контроля: учет товаров, находящихся под таможенным контролем, проверка системы учета товаров и отчетности, а также таможенная проверка. Изменения коснулись практически всех положений ранее действовавшего таможенного законодательства. Особенностью ТК ТС явилось большое количество в нем отсылочных норм. Указанное обстоятельство негативно оценивается теоретиками, а также вызывает обеспокоенность у бизнес-сообщества. С учетом вышеизложенного можно сделать вывод о том, что ТК ТС имеет и достоинства, и недостатки. К положительным аспектам можно отнести то, что он является единым для трех стран, юридически и логически цельным, внутренне согласованным актом. Это делает таможенное законодательство Таможенного союза более компактным, согласованным, что существенно упрощает его понимание и применение.

Однако сжатые сроки разработки и принятия ТК ТС не лучшим образом отразились на его содержании, о чем свидетельствуют как многочисленные изменения, внесенные еще до вступления в силу ТК ТС, так и большое число норм, отсылающих к национальному законодательству. Указанные обстоятельства, безусловно, могут негативно отразиться на скорейшем достижении целей и задач интеграции. Помимо ТК ТС к таможенному законодательству Таможенного союза относятся и международные договоры государств-членов. Протокол "О порядке вступления в силу международных договоров, направленных на формирование договорно-правовой базы таможенного союза, выхода из них и присоединения к ним" (Протокол от 6 октября 2007 г. "О порядке вступления в силу международных договоров, формирующих договорно-правовую базу Таможенного союза, выхода из них и присоединения к ним".Ратифицирован Федеральным законом от 27 октября 2008 г. N 189-ФЗ "О ратификации Протокола о порядке вступления в силу международных договоров, направленных на формирование договорно-правовой базы Таможенного союза, выхода из них и присоединения к ним"), принятый Республикой Беларусь, Республикой Казахстан и Российской Федерацией, подразделил международные договоры, составляющие договорно-правовую базу Таможенного союза, на две части:

1) международные договоры, действующие в рамках ЕврАзЭС;

2) международные договоры, направленные на завершение формирования договорно-правовой базы Таможенного союза.

Перечень международных договоров, составляющих договорно-правовую базу Таможенного союза (решение Межгосударственного Совета ЕврАзЭС от 6 октября 2007 г. N 1 "О формировании правовой базы Таможенного союза в рамках Евразийского экономического сообщества" (с изм. от 27 ноября 2009 г.)) (далее – Перечень), был утвержден Межгосударственным советом ЕврАзЭС (высшим органом Таможенного союза) на уровне глав государств 6 октября 2007 г. При этом положения международных договоров, включенных в Перечень, не препятствуют заключению между Сторонами новых договоров. В первую часть Перечня международных договоров вошли Соглашения о Таможенном союзе, заключенные сторонами, Договор о Таможенном союзе и Едином экономическом пространстве, Договор об учреждении Евразийского экономического сообщества и др.К международным договорам, направленным на завершение формирования договорно-правовой базы Таможенного союза, отнесены Договор о Комиссии Таможенного союза (Договор о Комиссии Таможенного союза от 6 октября 2007 г. Ратифицирован Федеральным законом от 27 октября 2008 г. N 188-ФЗ "О ратификации Договора о Комиссии Таможенного союза"), Договор о создании единой таможенной территории и формировании Таможенного союза (Договор о создании единой таможенной территории и формировании таможенного союза от 6 октября 2007 г. Ратифицирован Федеральным законом от 27 октября 2008 г. N 187-ФЗ "О ратификации Договора о создании Единой таможенной территории и формировании Таможенного союза"), Соглашение о едином таможенно-

тарифном регулировании (Соглашение между Правительством Российской Федерации, Правительством Республики Беларусь и Правительством Республики Казахстан от 25 января 2008 г. "О едином таможенно-тарифном регулировании". Ратифицировано Федеральным законом от 22 декабря 2008 г. N 253-ФЗ "О ратификации Соглашения о едином таможенно-тарифном регулировании") и др. Примечательно, что выход Стороны из любого Договора, включенного во вторую часть Перечня, означает выход из всех международных договоров, относящихся к ней. Важным источником законодательства Таможенного союза являются решения Комиссии Таможенного союза, имеющие обязательный характер. Указанные акты весьма многочисленны – принято свыше 500 решений. Они направлены на обеспечение условий функционирования и развития Союза, развитие положений ТК ТС и международных договоров, их конкретизацию. Решения Комиссии имеют окончательное значение и подлежат применению на всей территории Таможенного союза. Таким образом, международно-правовое регулирование отношений в рамках Таможенного союза представлено ТК ТС, международными договорами государств – членов Таможенного союза по вопросам, не урегулированным ТК ТС и решениями Комиссии Таможенного союза. Безусловно, нормальное развитие интеграции немыслимо без адекватного правового обеспечения. Поэтому важно, чтобы процесс становления законодательства Таможенного союза завершился как можно скорее. Однако стремление разработать правовую базу в кратчайшие сроки не должно идти вразрез с качеством международных актов. Необходимо сформировать законодательство Таможенного союза таким образом, чтобы все изменения были последовательными, согласованными, четкими. Поэтому положения принимаемых международных договоров должны иметь максимально точные формулировки, быть грамотными с точки зрения юридической техники в целях предотвращения возникновения коллизий.

Демографические особенности моногорода (на примере г. Чусовой Пермского края)[13]

Ризов Алексей Дмитриевич,
СПбГУСЭ, ИРЭиУ, аспирант,
науч. рук. д.э.н., проф. Безденежных Т.И.

Моногород и градообразующее предприятие – термины, которые характеризуют экономику современной России. В систему отечественных экономических понятий они вошли в «Перечне монопрофильных городов

[13] Статья подготовлена в рамках государственного задания на выполнение НИР на тему: Формы и методы управления социально-демографическими процессами и развитием рынков труда с учетом их региональной специфики. Задание Минобразования РФ (тема № 6.4517.2011).

и других населенных пунктов с критической ситуацией в сфере занятости» (утвержден Министерством труда и Минэкономразвития РФ, 1999 г.) и Постановлении Правительства РФ от 29.08.1994 г. №1001, соответственно. В научном обороте широкое использование получило другое понятие – «моноспециализированный город». Следуя выделенным трем формам моноспециализации [1], автор отнес моногород Чусовой Пермского края к моноцентричному городу, представленному единственным предприятием металлургической отрасли – ОАО «Чусовской металлургический завод» (ЧМЗ). Исходя из предложенных в [2] основных моделей городов, Чусовой является «городом-тружеником», социальная сфера которого целиком зависит от деятельности завода.

В настоящее время градообразующее предприятие ОАО «ЧМЗ» в силу низкой эффективности и конкурентоспособности требует проведения реструктуризации, а городская экономика – диверсификации, что уже проанализировано автором в [3]. Следуя прогнозам, что к 2020 году 50% трудоспособного населения РФ будет занято в малом бизнесе, давая при этом 40% ВВП, сделан вывод о необходимости развития городской предпринимательской среды. В период развернувшейся модернизации градообразующих предприятий, приходом высококвалифицированных кадров и связанным с этими факторами повышением производительности труда происходит высвобождение рабочей силы. В условиях моногорода – это вызов его экономике, требующий развития малого и среднего бизнеса моногорода.

С момента своего основания город Чусовой входит в разветвленную сеть городов Урала – крупнейшей угольно-металлургической базы СССР, которая включает близко расположенные между собой города Нижний Тагил, Лысьва, Гремячинск, Горнозаводск, Березники и другие с аналогичными градообразующими предприятиями. Наибольшее количество моногородов расположено в Приволжском ФО. К ним относится и г. Чусовой. В этом федеральном округе доля жителей, проживающих в монопоселениях на начало 2010 года, составила 13% от общей численности населения и 19% – от численности городского населения. Численное значение этих показателей больше только в Уральском ФО (26% и 34% соответственно) и примерно равны аналогичным показателям в Сибирском ФО (15% и 22% соответственно) [4]. Либерализация экономики привела к разрыву экономических цепочек и проявила полную неконкурентоспособность продукции градообразующих предприятий моногородов, включая ОАО «ЧМЗ».

Тесно связанными и одновременно обострившимися проблемами моногородов наряду сэкономическими являются демографическая ситуация, занятость населения и его миграция. Действительно, платежеспособный спрос населения моногорода Чусовой снизился в2009 году на 16,6%, средняя заработная плата за этот же период составила 13240,3 рублей, что значительно ниже среднероссийского уровня. Экономический спад привел к превышению смертности над рождаемостью. И если темпы спада металлургической отрасли в 2009 году по отношению к предыдущему году составил 28% (уступив только машиностроительной отрасли – 38%), то спад производства на ОАО «ЧМЗ» составил 32% по отношению к предыдущему году.

Главным фактором развития моногорода Чусовой, по мнению автора, остается его градообразующее предприятие, укрепившееся в сознании жителей престижностью его профессий – рабочих разных специальностей. Однако модернизация и реструктуризация завода ведут к уменьшению занятости и росту безработицы в моногороде. Отсюда следует необходимость специальной политики занятости в конкретном моногороде и необходимости формирования методологии: целей, задач, принципов, методического аппарата исследования проблем рынка труда моноспециализированного поселения «города-труженика», а далее – разработки механизмов реализации политики занятости.

Рынок труда любого моногорода связан с множеством факторов. Ими являются правовые, климатические, экономические, миграционные, социальные, демографические и другие факторы. Демографический фактор лежит в основе трудовых ресурсов моногорода, а экономические факторы влияют на предложение и спрос на рабочую силу. Проблемой Чусового является высокий уровень скрытой безработицы, в 2009 году – 1126 человек. 321 человек из них переведены на 4-дневную рабочую неделю, а 805 человек временно не работали в связи с простоем. Снижение объемов производства на градообразующем предприятия при отсутствии альтернативных рабочих мест привело к росту безработицы в городе. Уровень безработицы на начало 2010 года, рассчитанный как отношение регистрируемой безработицы к численности экономически активного населения, составил 2,8% (на начало 2009 года он был ниже в 1,75 раз и составлял 1,6 %). По методологии МОТ, уровень безработицы от численности экономически активного населения составлял 9,3 %, от численности трудоспособного населения – 7,3 %.

Среди факторов, которые влияют на уровень безработицы города Чусовой, выделим демографический, включающий численность населения и ее динамику, экономически активное население и его изменения, демографическую структуру и ее динамику, динамику миграционных потоков. С 2005г. по 2010 г. численность населения города уменьшилась с 55,1 тыс. до 53,5 тыс. человек. Динамика численности жителей трудоспособного возраста и моложе может быть представлена как 33595 чел. (2007 г.), 33463 чел. (2008 г.), 33066 чел. (2009г.), а общая численность населения в указанный период снизилась с 54354 человек до 53750 человек. Численность людей старше трудоспособного возраста также уменьшалась в этот период и составляла соответственно 11826 чел. (2007 г.), 11694 чел. (2008 г.), 11617 чел. (2009 г.). Снижение численности населения было связано не только с превышением смертности над рождаемостью, но и оттоком жителей трудоспособного возраста и моложе в близрасположенные центры – «миллионники» – города Пермь и Екатеринбург.

Постановлением Правительства Пермского края от 08.12.2010 г. №1009-п было утверждена Долгосрочная целевая программа «Комплексный инвестиционный план модернизации города Чусового Пермского края на 2010-2015 годы» [5]. Она разработана в соответствии с Протоколом заседания Правительственной комиссии по повышению устойчивости развития Российской экономики от 22 декабря 2009 г. № 25. Протокол предусматри-

вал включение г. Чусовой в Перечень монопрофильных населенных пунктов, в которых в 2010 году в первоочередном порядке требовалось разработать и начать реализацию комплексных инвестиционных планов модернизации моногородов. Представленная моногородом Чусовой Программа имеет несколько направлений, включая развитие малого и среднего предпринимательства, диверсификацию экономики, содействие занятости населения и снижение напряженности на рынке труда, реформирование жилищно-коммунального хозяйства. Однако, широкого обсуждения программы жителями города, в научной, образовательной среде не проводилось.

Для моделирования экономической ситуации в моногороде Чусовой на среднесрочную перспективу автор считает целесообразным проведение анкетирования различных социальных групп. Полученная информация, отразив специфику настроения населения, установит причины отъезда людей трудоспособного возраста и младше, дискомфорта их проживания в моногороде и путей их устранения. Действительно, рынок труда все более и более определяется приоритетами мотивации молодежи. Исследование их мнений автор предполагает выделить особо. Следуя системному подходу, улучшение демографической ситуации в моногороде Чусовой должно быть связано с привлечением местных органов власти к решению вопросов регулирования демографических процессов в соответствии с «Концепцией демографического развития РФ на период до 2015 года», «переспециализацией» рабочих кадров градообразующего предприятия ОАО «ЧМЗ», внедрением новых форм занятости, других мер по закреплению населения на территории моногорода. Ими могут быть, например, жилищное строительство, создание особой экономической зоны, информатизация населения.

Главным приоритетом устойчивого развития моногорода автор считает формирование его постоянного населения и предлагает совершенствовать комплекс целевых программ по закреплению населения на территории моногорода Чусовой. Их необходимо связать с охраной окружающей среды, развитием здравоохранения, многоуровнего образования и дистанционного обучения, информационной городской среды и частно-государственного партнерства, формированием инновационной среды для разработки высокотехнологических продуктов на ОАО «ЧМЗ» и их коммерциализации в целях повышения конкурентоспособности градообразующего предприятия.

Список литературы:

1. Тургель И.Д. Феномен городской моноспециализации: содержание, генезис, тенденции развития //www.uapa.ru/ Информационно-аналитический вестник УрАГС, «Чиновник», выпуск №103 (23), 2010.

2. Попов В.Г., Китаев В.В., Чевтаева Н.Г., Ланго О.И. Градообразующее предприятие и управление социальной сферой малого северного города: социологический анализ. Екатеринбург: УрАГС, 2004. – 212 с.

3. Ризов А.Д. Социально–экономические проблемы развития монопродуктовых регионов в современных условиях: теоретические и прикладные аспекты //Национальная экономика. Сборник научных трудов. СПбГУСЭ, 2011 г.

4. Заусаев В.К., Дубинина Е.В., Зайцев К.Н. Политика занятости в моногородах. Серия «Научные доклады: независимый экономический анализ», № 213. Москва, Московский общественный научный фонд, 2010. – 256 с.

5. Долгосрочная целевая программа «Комплексный инвестиционный план модернизации города ЧусовойПермскогокрая на 2010-2015 годы», permkrai.ru›files/file/minreg2011/dmr/dcp.doc

Комплекс управления экологической безопасностью нефтеналивного порта Приморск как пример обеспечения экологической безопасности региона

Рукомойникова Мария Александровна,
СПбГУСЭ, ИЭиУПС, магистрант, 2 курс,
науч. рук. проф. Малинин А.М.

Состояние окружающей среды в приморских районах Ленинградской области может быть оценено как нестабильное. Основными причинами, не позволяющими перейти к стабильным показателям окружающей среды в регионе является многолетнее нарушение экологических нормативов при размещении предприятий, устаревшее техническое состояние природоохранной инфраструктуры и износ оборудования, строительство жилья в санитарно-защитных зонах промышленных предприятий и водоохранных полосах, отсутствие адекватного экономического механизма обеспечения экологической безопасности. В регионе обострился ряд экономико-экологических диспропорций, главной из которых является несоответствие между чрезмерной концентрацией производственного потенциала и экологической емкостью территории, что усугубляется и недостаточным объемом капитальных вложений в охрану окружающей среды [4].

Максимальное влияние на состояние водной среды оказывает хозяйственная деятельность в береговой и прибрежной зонах бассейна р. Невы и Финского залива. Эта зона насыщена промышленными предприятиями и характеризуется высокой плотностью населения. Здесь находятся агломерация Санкт-Петербурга, города Выборг, Сосновый Бор, Ломоносов, Кронштадт, крупный порт в Лужской губе, нефтяные порто-терминалы в Высоцке и Приморске с соответствующей трубопроводной инфраструктурой и пр.

Трубопроводный транспорт составляет часть инфраструктуры регионального ТЭК, и плотность его на территории региона высока, в том числе, в частности, ООО «Балтийские трубопроводные системы» (БТС) обеспечивает сырьем АО «Кинеф» и поставляет нефть в нефтеналивной порт Приморск.

В начале 2000 года Президент ОАО «АК «Транснефть» утвердил концепцию реализации проекта БТС, предусматривающую начало строительства терминала по наливу нефти в Приморске в марте 2000 года.

В октябре 2001 года по поручению ОАО «АК «Транснефть» ООО «Балтнефтепровод» и ОАО «Верхневолжскнефтепровод» создали ООО «Специализированный морской нефтеналивной порт Приморск» (СМНП Приморск) для управления портом. ООО «СМНП Приморск» было зарегистрировано Ленинградской областной регистрационной палатой Правительства Ленинградской области 8 октября 2001 года.

В 2003 году через СМНП Приморск было отправлено на экспорт без малого 18 млн. т. нефти.

Крупным этапом в развитии терминала стало проектирование и строительство третьей очереди БТС для увеличения её производительности до 60 млн. тонн нефти в год, осуществлённое по распоряжению Правительства РФ №1699-р от 23 декабря 2004 г. 7 апреля 2006 года состоялась торжественная церемония вывода БТС на мощность 65 млн. тонн нефти в год и ввода в эксплуатацию 3-го и 4-го причалов СМНП Приморск для танкеров. Как итог всего предыдущего развития порта – объем перевалки достиг порядка 74 млн. т нефти в год.

Главный вопрос заключался в том, совместимы ли крупный нефтепорт и чистая окружающая среда. Для того чтобы ответить на этот вопрос утвердительно, необходимо было еще на стадии разработки проекта разработать природоохранные программы, продуманные на годы вперед и базирующиеся на следующих принципах:

– безусловное выполнение требований российского законодательства, международных договоров Российской Федерации, стандартов и правил в области природопользования, охраны окружающей среды и экологической безопасности;

– постоянное улучшение природоохранной деятельности и системы экологического менеджмента;

– снижение негативного воздействия на окружающую среду за счет повышения экологической безопасности объектов трубопроводного транспорта, сокращения выбросов, сбросов загрязняющих веществ в окружающую среду и отходов производства;

– рациональное использование природных ресурсов на всех этапах производственной деятельности;

– учет отдаленных экологических последствий при проектировании, строительстве и эксплуатации объектов трубопроводного транспорта нефти и нефтепродуктов;

– планирование деятельности с учетом минимизации негативных воздействий на окружающую среду;

– проектирование, строительство объектов трубопроводного транспорта и внедрение производственных процессов и оборудования с использованием лучших имеющихся экологически безопасных технологий;

– использование технологий, обеспечивающих экономное расходование сырья, материалов и энергоносителей, вторичное использование ресурсов и утилизацию отходов;

– нормирование и контроль качества окружающей среды при осуществлении деятельности по транспортировке, перекачке и хранению нефти и нефтепродуктов, включая систематическую оценку воздействий на окружающую среду;

– поддержание высокого уровня оснащенности порта техническими средствами для ликвидации аварийных разливов нефти и нефтепродуктов и готовности органов управления, сил и средств реагирования на возникающие экологические угрозы и др.

Таким образом, в задачи нормативно-технического обеспечения сферы экологического менеджмента входят предотвращение, сокращение и, насколько это возможно, уменьшение загрязнений окружающей среды. Решение этих задач возможно, в первую очередь, путем организации мониторинга, идентификации и комплексного контроля источников загрязнения с обеспечением рационального использования первичных и вторичных ресурсов в соответствии с принципами «предотвратить загрязнения» и «загрязнитель платит», начиная со стадии проектирования хозяйственной деятельности [1].

Все природоохранные меры, предпринятые еще в ходе строительства СМНП Приморск и непрерывно осуществляемые при его эксплуатации, обеспечивают надежность этого промышленного объекта, делают минимальной степень воздействия на окружающую среду и соблюдение всех требований экологической безопасности.

В резервуарных парках нефтеналивного терминала резервуары оснащены понтоном и плавающей крышей, что снижает выбросы загрязняющих веществ в атмосферный воздух более чем на 90%. При строительстве резервуарного парка Приморска применена полистовая сборка резервуаров и более качественная сталь, с толщиной стенки первого пояса 28 мм, что на 10 мм больше, чем в обычном исполнении.

Исключено проникновение аварийно разлившейся нефти и в грунт, так как поверхность под резервуаром и в каре гидроизолируется. Стенки обвалования выполнены из железобетонных конструкций, что полностью исключает возможность выхода нефти за пределы каре.

Для предотвращения загрязнения прибрежных акваторий построены и введены в эксплуатацию высокопроизводительные очистные сооружения по приёму и очистке промышленных и бытовых сточных вод на нефтеналивном терминале суммарной производительностью 2490 $м^3$/сутки.

В соответствии с действующим российским законодательством для СМНП Приморск разработан и согласован со всеми контролирующими инстанциями «План ликвидации аварийных разливов нефти» (ЛАРН). Для ликвидации возможных ЧС, связанных с разливами нефти в порту Приморск в соответствии с планом ЛАРН создана профессиональная аварийно-спасательная служба, обученная и аттестованная в СЗРЦ МЧС, имеющая все лицензии на осуществление природоохранной деятельности в порту Приморск.

Для обеспечения пожарной безопасности резервуарный парк и причальные сооружения обеспечены современной автоматической системой пожаротушения, которая способна мгновенно обнаружить и в течение 10 минут автоматически потушить пожар любой степени сложности. Создано специализированное противопожарное подразделение, в котором систематически проводятся противопожарные и аварийные учения.

Кроме того, учитывая уникальность акватории Финского залива, компания «Транснефть» приняла решение обеспечить дополнительный экологический контроль за состоянием балластных вод, сбрасываемых танкерами во время загрузки. Для этого был разработан сверхжесткий регламент, в котором определены требования к составу балластных вод, утверждён порядок аналитического контроля.

Редкостная возможность убедиться в том, что можно сделать так, как нужно, а не так, «как всегда», появляется, когда изучаешь деятельность СМНП Приморск в области обеспечения экологической безопасности. Комплекс институциональных мер, включающих как технические и технологические решения, так и принятие (и реализацию) нормативно-правовых актов привел к результатам, превосходящим все известное в мировой практике и порождающим чувство гордости за Россию и россиян.

На примере морского порта Приморск мы можем констатировать, что природоохранные мероприятия, программы по снижению экологического риска и другие действия, направленные на обеспечение экологической безопасности могут принести и приносят результаты только в том случае, когда планируются и реализуются в комплексе, предусматривающем в максимальном объеме исследование всех видов рисков и, на этой основе, предупреждение и избегание практически всех возможных экологических нарушений и предпосылок к чрезвычайным ситуациям природного и техногенного характера [5].

Список литературы:

1. ГОСТ Р 14.01-2005 Экологический менеджмент. Общие положения и объекты регулирования;

2. Алымов В.Т. Техногенный риск: анализ и оценка: учебное пособие для вузов. – М.: Академкнига, 2007. – 118 с.

3. Гранатуров В.М. Экономический риск: сущность, методы измерения, пути снижения: учебное пособие. – М.: Дело и Сервис, 2010. – 208 с.

4. Донченко В.К., Иванова В.В., Питулько В.М. Эколого-химические особенности прибрежных акваторий. – СПб, 2008. – 544 с.

5. Измалков В.И., Измалков А.В. Техногенная и экологическая безопасность и управление риском. – СПб: НИЦЭБ РАН, 1998 – 482 с.

6. Мониторинг и оценка риска систем «защита – объект – среда» / Есипов Ю.В., Самсонов Ф.А., Черемисин А.И.; Российская академия наук, Южный научный центр. – М.: ЛКИ, 2008.

Управление социально-экономическим развитием регионов: современное состояние, приоритеты и стратегические ориентиры*

Савельева Галина Алексеевна,
СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 1 курс,
науч. рук. д.п.н., проф. Шапкин В.В.

Управление социально-экономическими процессами это централизованное влияние со стороны органов управления на социально-экономическое развитие страны, регионов путем планирования и программирования стабилизации и улучшения социально-экономического состояния. При этом учитывается влияние общеполитических, демографических, экономических и социальных изменений на будущие условия хозяйственной, научно-исследовательской, культурной и других видов деятельности; механизмы реализации планов и программ, в том числе их финансовое обеспечение, организацию выполнения, мотивацию и контроль. Эффективность управления социально-экономическими процессами на уровне региона определяется большим количеством внутренних переменных, наиболее важными из которых являются структурные переменные, к которым относятся и параметры организационной структуры управления.

Развитие теории управления региональными экономическими системами происходило в несколько этапов, на каждом из которых происходила эволюция методов и подходов к управлению региональными социально-экономическими системами (таблица 1).

Одним из главных факторов сложного экономического положения регионов является неэффективная адаптация существующей системы управления к условиям, которые непрерывно изменяются.Проблема адаптации системы управления экономикой региона должна рассматриваться в тесной зависимости со структурной перестройкой экономики региона, изменениями производственных отношений и производительных сил [2].

* Статья подготовлена в рамках государственного задания на выполнение НИР на тему: Формы и методы управления социально-демографическими процессами и развитием рынков труда с учетом их региональной специфики. Задание Минобразования РФ (тема № 6.4517.2011).

Таблица 1

ЭВОЛЮЦИЯ МЕТОДОВ И ПОДХОДОВ К УПРАВЛЕНИЮ РЕГИОНАЛЬНЫМИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИМИ СИСТЕМАМИ [1]

Период	Содержание эволюционного периода	Характеристика
конец 1950-х - начало 1960-х гг.	содержательная формализация проблем территориального планирования и регулирования	Характеризуется описательным характером с позиций народнохозяйственного подхода, предполагающего решение вопроса о месте и роли региона в системе народного хозяйства
1960-е гг.	математическая формализация проблем территориального развития	Характеризуется применением математических методов изучения и формализации проблем территориального планирования и регулирования (межрегиональные и региональные модели межотраслевого баланса в статичной постановке) с целью формализации основных положений регионалистики с последующей количественной оценкой взаимосвязи факторов производства
с начала 1970-х гг.	рассмотрение территориальной системы как части народнохозяйственного комплекса	Характеризуется появлением направления исследования определяемого региональными особенностями и рациональной системой взаимосвязи центра и периферии, гарантированных Конституцией РФ. Практическое воплощение оно получило в 1990-е годы при проведении политики так называемой «суверенизации» административных территорий, а также образовании субъектов Российской Федерации
начало 2000 гг. – настоящее время	изучение проблем устойчивости регионального развития	Характеризуется исследованием факторов обеспечения устойчивого развития, определением соотношения социально-экономического роста и устойчивости развития, поиском инструментария устойчивого развития
складывается в настоящее время	поиск оптимального соотношения: Центр - округ - субъект РФ - муниципальные объединения	Определяется неравномерностью регионального и внутрирегионального развития и предполагает разработку инструментария снижения дифференциации развития путем территориального переустройства

К особенностям адаптации организационной структуры управления региональной экономикой к условиям динамично развивающейся внешней среды, следует отнести такие:

– в современных условиях развития экономики деятельность органов управления направлена, в первую очередь, на экономическую среду жизнедеятельности региона в целом;

– создание новых организационных структур управления осуществляется в условиях формирующегося организационно-правового поля, отличной особенностью которого является непоследовательность, а иногда и противоречивость законотворческой деятельности.

В управлении социально-экономическим развитием региона в последние годы наметились такие тенденции: преобладающее использование возможностей развития внутриобластных хозяйственных связей для преодоления спада производства промышленной и сельскохозяйственной продукции, товаров народного потребления; введения ежемесячного про-

гнозирования и оперативного отслеживания работы отраслей; укрепление экономических служб местных органов исполнительной власти и самоуправления; внедрение программного обеспечения функционирования информационно-аналитических систем, и, что особенно стоит подчеркнуть, переход на программно-целевые методы управления социально-экономическими процессами.

Одной из основных тенденций в деятельности субъектов управления региональной экономикой является переход на программные методы управления социально-экономическими процессами с целью формирования социально ориентированной рыночной экономики. Для обеспечения комплексного и системного подхода к решению региональных проблем необходимо создание информационно-аналитической инфраструктуры (а это и информационно-аналитические центры, и постоянные рабочие группы) поддержки принятия решений субъектами управления на всех уровнях.

Эффективное управление на уровне региона в современных условиях невозможно без использования информационных технологий, которые позволяют оперативно и наглядно представлять достоверную и точную информацию о состоянии экономики региона, структурированную в зависимости от уровней управления. Информационная система управления регионом должна состоять из целого ряда подсистем, основными из которых является рынок ресурсов, рынок товаров и услуг в регионе, трудовой потенциал, анализ деятельности бюджето- и градообразующих предприятий региона, населения, оперативный контроль за хозяйственной деятельностью субъектов, контроль за выполнением управленческих решений.

Информационные системы, которые используются в управлении, должны удовлетворять следующим требованиям: быть закрытыми, автономными относительно внешней среды и связанными с ним лишь на уровне входов и выходов; иметь конкретные правила представления данных на входах и выходах системы (параметризация) и заданные области возможных изменений входных параметров; обеспечивать высокую эффективность выполнения своих функций.

По мнению ведущих ученых, основными целевыми установками развития региональных социально-экономических систем должны являться следующие приоритеты:

– выравнивание социально-экономических параметров развития городских и сельских территорий;

– более эффективное использование природно-ресурсного потенциала аграрноориентированных территорий, улучшение качества жизни в сельских местностях за счет развития сельской инфраструктуры;

– стимулирование частно-государственного партнерства в реализации социально значимых проектов [3];

– ориентация на симметричное социальное и экономическое развитие в узкоспециализированных регионах, характеризующихся экстремальными природными условиями;

– идентификация и стимулирование развития кластерных образований, перераспределение всех видов ресурсов в зоны предпринимательской

активности, с целью рекомбинации факторов производства с целью преодоления их разобщенности;

– повышение экономической, социо-, этно-, и геополитической безопасности приграничных регионов;

– достижение опережающего роста качества региональной бизнес среды для формирования «точек роста» с целью образования концентрированного экономического пространства, с достаточным насыщением факторов производства и элементов производственной и социальной инфраструктуры;

– повышение эффективности организационно-экономических регуляторов управления региональными социально-экономическими системами [4];

Реализация обозначенных приоритетов и направлений регионального развития позволит реализовать модель сбалансированного социально-экономического развития регионов, а также нивелировать существующую дифференциацию по уровню территориального развития внутри регионов.

Список литературы:

1. Колесниченко, Е.А. Концепция снижения дифференциации развития национального регионального пространства. Автореферат дисс. на соиск. уч. степ.д.э.н. / Е.А. Колесниченко. – Тамбов. – 2009. – 46 с. – с. 20-21.

2. Гирина, А.Н. Трансформация экономических тенденций развития региональной социально экономической системы в современных условиях / Гирина А.Н. // Вестник Оренбургского государственного университета.2010. – № 119. – С. 19-25.

3. Казаков, М.Ю. Муниципализация процессов государственно-частного взаимодействия в экономике регионов России / М.Ю. Казаков // KANT. № 1/1. – Ставрополь: ООО "Издательство «Ставролит», 2011.

4. Экономика. Знания здесь!, 2010. AllRightsReserved. Управление социально-экономической деятельностью региона. http://www.topknowledge.ru

Тенденции развития рынка бытовых услуг в Санкт-Петербурге

Сидоров Николай Анатольевич,
СПбГУСЭ, ИРЭиУ, аспирант,
науч. рук. проф. Дроздова И.В.

Используя в качестве основных критериев для ориентира экономических и социальных показателей развития отрасли (удельный вес затрат на бытовое обслуживание в расходах населения, и расходах на душу населения, обеспеченность объектами службы быта, занятость в ней и т.д.), в статье сделана попытка проанализировать развитие производства и потребления бытовых услуг в Санкт-Петербурге.

Санкт-Петербург был и остается лидером среди регионов России по развитию малого бизнеса. В последние годы малый бизнес приобретает все больший вес в экономике города. В 2010 году на малое предприниматель-

ство пришлось 25% ВРП Санкт-Петербурга и 26,6 %. налоговых поступлений в консолидированный бюджет Санкт-Петербурга.

По данному показателю Санкт-Петербург приближается к уровню развитых стран Европы, где в малом бизнесе занято 50-55 % экономически активного населения. За 2010 год создано дополнительно более 100 тысяч рабочих мест.

По данным Национального института системных исследований проблем предпринимательства на начало 2011 года Санкт-Петербург занимает лидирующие позиции по ряду ключевых показателей:

- первое место по количеству малых предприятий на 100 тысяч жителей – 368,7 ед. (Московская область –239,8 Москва – 213,5);
- первое место по объему оборота малых предприятий на душу населения в процентах от среднего по Российской Федерации – 312,0 % (Нижегородская область – 166,2%, Московская область – 155,9%).

По количеству малых предприятий на 100 тысяч жителей Санкт-Петербург занимает 18 место в мировом рейтинге – 39,4. Данный показатель превышает средний по России более чем в три раза.

Сегодня каждое второе предприятие малого бизнеса осуществляет свою деятельность в сфере торговли, общественного питания или бытового обслуживания.

Бытовое обслуживание является одной из важнейших сфер городского хозяйства Санкт-Петербурга, в течение последних лет демонстрирует стабильный рост объёмов реализации услуг.

По данным КЭРППиТ Администрации Санкт-Петербурга на потребительском рынке города 600 различных видов услуг бытового характера оказывают 8526 организаций и индивидуальных предпринимателей.

Сфера бытового обслуживания в основном представлена организациями малого бизнеса, удельный вес которых составляет более 90%, причем на долю физических лиц приходится более 30%. Эти предприниматели в настоящее время осуществляют производство практически всех видов бытовых услуг.

В целом итоги прошедшего года характеризуются высокими темпами роста оборота, увеличением сети и качественным улучшением ее структуры, несмотря на тенденцию снижения всех показателей, начиная с октября 2008 года, в связи с кризисом.

За 2010 год количество предприятий бытового обслуживания увеличилось на 351 единицу. Рост сети к аналогичному периоду 2009 года составил 4,3%.

А за 1 полугодие 2011 года сеть потребительского рынка в Санкт-Петербурге увеличилась на 359 предприятия различных типов, видов, форм и форматов и составила 31,7 тысяч предприятий сферы розничной торговли и услуг, из них 8,5 тысяч бытового обслуживания, включая бани.

За 2010 год населением Санкт-Петербурга приобретено бытовых услуг на 16,5 млрд. руб.

Рынок бытовых услуг действительно расширяется, в первую очередь рост сети и рабочих мест идет в первую очередь за счет интенсивного развития услуг автосервиса и парикмахерских услуг, доля которых, в общем, количестве объектов, составляет по парикмахерским услугам – 29 %, по автосервису – 13 %.

Развитие бытовых услуг можно также проследить по расчету потребления бытовых услуг в Санкт-Петербурге на душу населения (рис. 1).

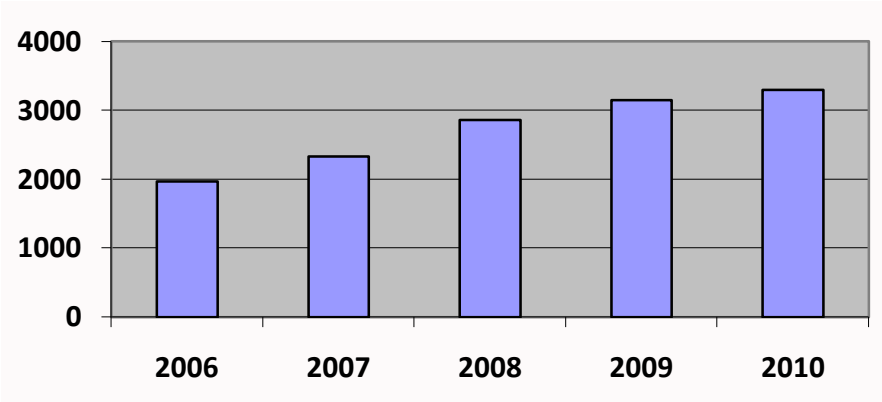


Рис. 1. Объем платных услуг в расчете на душу населения, руб., г. Санкт-Петербург

Одному жителю Санкт-Петербурга в 2010 году в среднем оказано бытовых услуг на 3295 рублей (в 2009 году – на 3148).

По итогам 2010 г. по видам бытовых услуг произошло увеличение объемов по сравнению с предыдущим годом, за исключением услуг по изготовлению и ремонту мебели. Также наблюдается относительно небольшой рост в услугах по ремонту и пошиву швейных изделий, услуг бань и душевых.

Значительное увеличение произошло в таких услугах как ремонт и техническое обслуживание транспортных средств, объём этих услуг в Санкт-Петербурге, составил почти половину всего объёма бытовых услуг. Увеличивающийся из года в год парк автотранспортных средств, находящихся в личной собственности граждан, дает основание полагать, что автосервис – это один из перспективных видов услуг и получит свое дальнейшее развитие. Также увеличение произошло в услугах фотоателье и парикмахерских.

Анализируя виды бытовых услуг можно разделить их на три основные группы:

- услуги, где наблюдается устойчивое развитие и существует высокий спрос населения (услуги парикмахерских, фото – услуги, автосервиса и др.);

- услуги, где существуют перспективы для экономического роста при создании соответствующих благоприятных условий (ремонт бытовой техники, услуги прачечных, услуги химчисток и др.). В Санкт-Петербурге большим спросом пользуются прачечные самообслуживания, но из-за

отсутствия соответствующих помещений и в связи с высокими требованиями, предъявляемыми к устройству и содержанию прачечных, открыто всего 15, и расположены они в студенческих общежитиях.

- услуги, темпы, развития которых невысоки, несмотря на существующий спрос населения (ремонт мебели, ремонт часов, ремонт обуви, ремонт и пошив одежды, ремонт ювелирных изделий и др.).

Рассматривая структуру объема платных услуг населению можно увидеть, что бытовые услуги являются одной из главных областей платных услуг, однако сохраняется преобладающая доля жилищно-коммунальных, транспортных, услуг связи, т.е. услуг «обязательных к оплате», которые в совокупности составляют более 60% (рис. 2)

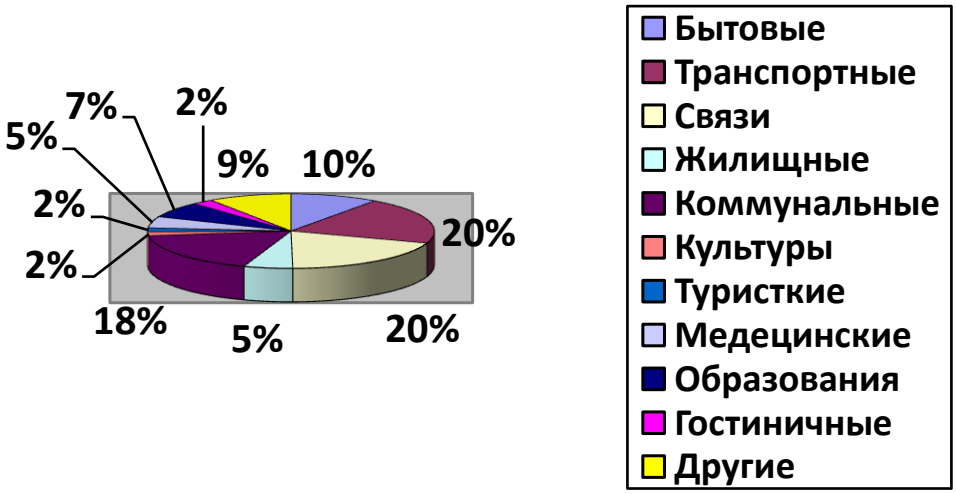


Рис. 2. Структура платных услуг в Санкт-Петербургев 2009г.

Таким образом, в настоящее время сфера бытовых услуг является не только одной из самых динамичных, но и базисной областью экономического развития. Сфера бытовых услуг создает дополнительные рабочие места и вносит существенный вклад в ВРП. Объекты сферы бытовых услуг последовательно связывают отдельные населенные пункты, обслуживают интересы людей и государств, влияют на развитие отраслей материального производства и социальной инфраструктуры, непосредственно связаны с удовлетворением различных потребностей населения.

Список литературы:

1. Постановление Правительства Российской Федерации от 15.08.1997 г. N 1025 «Правила бытового обслуживания населения в Российской Федерации»

2. Официальный портал КЭРППиТ, www.cedipt.spb.ru

3. Федеральная служба государственной статистики, www.gks.ru

4. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Санкт-Петербургу и Ленинградской области, www. petrostat.ru

5. Общественный совет по развитию малого предпринимательства при губернаторе Санкт-Петербурга, www.osspb.ru

ТРАНСФОРМАЦИЯ ИДЕЙ АТЛАНТИЗМА НА СОВРЕМЕННОМ УРОВНЕ РАЗВИТИЯ

Синелева Ольга Вадимовна,
СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 3 курс,
науч. рук. доц. Никифорова С.О.

Важнейшим направлением геополитической мысли возникшей в начале 40-50х годов является атлантизм – признание северной Атлантики в качестве важнейшего центра мирового господства. Название связано с тем, что главные центры этой цивилизации – Западная Европа в первую очередь – Великобритания и США – разделены Атлантическим океаном, и трансокеанские коммуникации имеют для нее решающее экономическое, а следовательно – политическое значение.

Атлантизм — геополитическая теория западной цивилизации, основанная на либерально-демократических ценностях правового гражданского общества. В военно-стратегическом отношении — страны-участницы НАТО, включающие США и западноевропейские государства. Сторонники атлантизма считают, что главную роль в мире играют морские цивилизации, от которых внутрь континента поступают культурные импульсы. «Морская сила» рассматривается здесь как особый тип цивилизации, наилучший и наиболее эффективный, а потому предназначенный к мировому господству.

Развитие чисто атлантистской линии в геополитике после 1945 г. в основном представляло собой развитие тезисов Спайкмена. Как и сам он начал разработку своих теорий с коррекции Маккиндера, так и его последователи в основном корректировали его собственные взгляды.

В 1956 г. ученик Спайкмена Д. Мейниг опубликовал труд Хартленд и римленд в евразийской истории. Здесь Мейниг специально подчеркнул, что геополитические критерии должны особо учитывать функциональную ориентацию населения и государства, а не только чисто географическое отношение территории к Суше и Морю.

В историческом прошлом атлантизм обозначал первоначально западную цивилизацию, распространяющуюся из Средиземноморья на север, до Британских островов и затем дальше на запад, до Северной Америки. [15]

Опираясь на культурно-функциональный анализ Мейнига и его дифференциацию береговых зон относительно теллурократической или талассократической предрасположенности, Кирк выстроил историческую модель, в которой главную роль играют прибрежные цивилизации, от которых культурные импульсы поступают с большей или меньшей степенью интенсивности внутрь континента.

Известный ученый и политик Г. Киссинджер, опираясь на идеи дисконтинуальных поясов, полагал, что политическая стратегия США состоит

---

[15] Василенко И.А. Геополитика: учебное пособие/ И.А.Василенко. – М.: Логос, 2003.с. 235-267

в том, чтобы объединить разрозненные береговые зоны в одно целое, что позволит получить атлантистам полный контроль над Евразией, над СССР.

История показала, что атлантизм более динамично, наступательно использовал все среды, базирующиеся на номосе Моря. Геополитика атлантистов оказалась наступательной, а геополитика Евразии пребывала в состоянии пассивной обороны. После победы над СССР в «холодной войне» геополитическая мысль на Западе разделилась на два течения: «неоатлантизм» С. Хантингтона и «конец истории» Ф. Фукуямы.

Смысл теории Самуила П. Хантингтона сводится к следующему: Хантингтон считает, что атлантисты должны всемерно укреплять стратегические позиции своей собственной цивилизации, готовиться к противостоянию, консолидировать стратегические усилия, сдерживать антиатлантические тенденции в других геополитических образованиях, не допускать их соединения в опасный для Запада континентальный альянс.

В центре доктрины так же, стоит проблема дальнейших отношений Моря и Суши, Запада и Востока. По его мнению, стратегическая победа атлантистов над евразийцами не есть победа цивилизационная. Запад и Восток по-прежнему цивилизационно стоят далеко друг от друга. Западные ценности – это рынок, либерал-демократия, индивидуализм, права человека и восточные ценности – коллективизм, традиционализм, соборность. Хантинтгон утверждает, что западная идеология восторжествовала временно, что ее торжество поднимет на поверхность глубинные культурные слои Востока: усилится влияние религиозных факторов, в частности ислама и православия, синтоизма и буддизма, конфуцианства и индуизма.

В недалеком будущем, по его мнению, заявят о себе славяноправославная, конфуцианская (китайская), японская, исламская, индуистская, латиноамериканская и, возможно, африканская цивилизации. Этот фактор вновь создаст условия для противостояния Запада и Востока.

Хантингтон отчасти прав, особенно когда смотрит назад, обращаясь к Средним векам и первым столетиям Нового времени, когда столкновение между христианством и исламом было идеологической оболочкой противостояния восточного и западного Средиземноморья и Южной Европы.

Современный атлантизм существенно поменял перспективу, наметившуюся в эпоху средневековья и Возрождения: доминанта католического Юга Европы сменилась доминантой протестантского Севера, как носителя модернизационного сдвига.

В настоящее время после холодной войны и крушения биполярной структуры мира атлантизм все чаще претендует на авангардную культурную и политическую роль в планетарном масштабе: новейшие программы вестернизации и модернизации не западного мира предполагают повсеместное насаждение эталонов англо-американского мира.

Можно сказать что, на современном этапе атлантизм выражается как реакционное идейное и политическое течение на западе, выступающее за максимально тесный и всесторонний союз государств – участников североатлантического договора в целях укрепления мировых позиций капита-

лизма, совместной борьбы против содружества социалистических стран и национально-освободительного движения. Атлантизм выступает как идеология и политика сотрудничества стран Западной Европы, США и Канады, нашедшая наиболее полное отражение в деятельности НАТО. Задача атлантизма сегодня с помощью сетевых войн реализовать проект Глобализация-3 (Дж. Гарстка). Глобализация-3 представляет собой проект полной сетевой интеграции всего пространства мира с сохранением контроля над кодами расшифровки алгоритмами передачи информации узким кругом американских операторов.

Атлантизм стремится построить однополярный мир, подчинить планету своему единоличному могуществу и своей воле. Борьба за выживание между атлантизмом, славянством и исламом, потенциалами культур, ориентированных на рационалистические и традиционалистические ценности, в XXI веке графически формирует гигантский треугольник наподобие Бермудского, в бездне которого может бесследно исчезнуть планетарная цивилизация. [16]

Именно эта борьба определяет основное содержание современного мирового политического процесса, а не строительство "цивилизованного мира", ориентированного на атлантические стандарты.

Атлантизм перестаёт быть только глобальной политической стратегией западных стран Атлантического альянса и становится не только военно-стратегической концепцией, но и включает в себя ценностную систему. Таким образом, идея распространения американского образа жизни, прогресса, демократии, прав человека на не европейский мир с точки зрения геополитики и есть процесс политического и военного захвата этих территорий. Атлантисты – это стратеги Западной цивилизации и их сознательные сторонники в других частях планеты, стремящиеся поставить под свой контроль весь мир, навязать характерные для Западной цивилизации социальные,экономические, культурные стереотипы всему остальному человечеству.

Современная большая политика разыгрывается в треугольнике атлантиз-славянсво-ислам. Задача участников – избегать взаимных конфликтов в силу их глобальных последствий. В умении это делать состоит искусство политики, которое современные государственные деятели великих держав демонстрируют в разной степени.

[16] Н.А., Нартов В.Н. Геополитика: учебник для студентов вузов обучающихся по специальностям Государственное и муниципальное управление. ВЛАДОС. 2010.

Составляем годовую бухгалтерскую отчетность по новым правилам

Соколова Алина Вадимовна,
СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 5 курс,
науч. рук. д.э.н., проф. Ерофеева В.А.

Формирование годовой бухгалтерской отчётности – ответственный период в работе бухгалтера, т.к. приходится не только подводить итоги деятельности организации, но и учитывать изменения бухгалтерского законодательства.

Приказом Минфина России от 2 июля 2010 г. № 66н «О формах бухгалтерской отчетности организаций» были утверждены новые правила и формы бухгалтерской отчетности, которые введены с отчетности за 2011 год. Позднее Минфин России выпустил Приказ от 05.10.2011 N 124н, в соответствии с которым были внесены изменения в действующие формы отчетности.

Проанализируем основные изменения.

1) Изменения в составе форм отчетности

Согласно п. 2 ст. 13 Федерального закона от 21.11.1996 № 129-ФЗ «О бухгалтерском учете», бухгалтерская отчетность организаций состоит из:

– бухгалтерского баланса;

– отчета о прибылях и убытках;

– приложений к ним, предусмотренных нормативными актами;

– аудиторского заключения или заключения ревизионного союза сельскохозяйственных кооперативов, подтверждающих достоверность бухгалтерской отчетности организации, если она в соответствии с федеральными законами подлежит обязательному аудиту или обязательной ревизии;

– пояснительной записки.

Пунктом 2 Приказа № 66н установлено, что в состав приложений к бухгалтерскому балансу и отчету о прибылях и убытках включены: отчет об изменениях капитала, отчет о движении денежных средств и отчет о целевом использовании полученных средств.

Из состава отчетности упразднена форма № 5 – Приложение к бухгалтерскому балансу. Однако это не значит, что соответствующие пояснения, содержащиеся в форме № 5 не приводятся. Соответствующая информация, которая ранее содержалась в форме №5 перенесена в иные приложения к бухгалтерскому балансу и отчету о прибылях и убытках – т.е в пояснительную записку. Для ссылок на нее в формах бухгалтерского баланса и отчета о прибылях и убытках появилась специальная графа «Пояснения».

Если ранее организации сами могли разрабатывать и утверждать формы, которые ими использовались, то теперь формы, утвержденные Приказом № 66н, являются обязательными к применению. Однако компа-

нии имеют права вводить дополнительную детализацию в разделе бухгалтерского баланса и отчета о прибылях и убытках.

2) Изменения в содержании форм отчетности

Раздел I Бухгалтерского баланса«Внеоборотные активы» дополнен статьями «Нематериальные поисковые активы» (код строки 1130) и «Материальные поисковые активы» (код строки 1140). Эти статьи появились в связи с принятием нового ПБУ 24/2011 «Учет затрат на освоение природных ресурсов» (ПБУ 24/2011), утвержденного Приказом Минфина России от 06.10.2011 N 125н. и вступившим в силу начиная с годовой отчетности за 2012 г.

В разд. II «Оборотные активы» изменены наименования отдельных статей.

Так статья «Финансовые вложения» теперь называется «Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)», а статья «Денежные средства» – «Денежные средства и денежные эквиваленты». Эти изменения также связаны с принятием нового ПБУ 23/2011 «Отчет о движении денежных средств», утвержденного Приказом Минфина России от 02.02.2011 N 11н (далее – ПБУ 23/2011).

В разд. IV «Долгосрочные обязательства» и V «Краткосрочные обязательства» также изменены наименования статей в связи с принятием ПБУ 8/2010 «Оценочные обязательства, условные обязательства и условные активы», утвержденного Приказом Минфина России от 13.12.2010 N 167н (далее – ПБУ 8/2010), которое заменило ранее действовавшее ПБУ 8/01 «Условные факты хозяйственной деятельности» (Приказ Минфина России от 28.11.2001 N 96н).

Название статьи «Резервы под условные обязательства» заменено на «Оценочные обязательства» (разд. IV «Долгосрочные обязательства»), а статья «Резервы предстоящих расходов» (разд. V «Краткосрочные обязательства») – на «Оценочные обязательства».

Одновременно стоит иметь ввиду, что для отражения стоимости всех запасов и затрат организации (материалов, готовой продукции, товаров, незавершенного производства) не предусмотрено отдельных строк, а вся их совокупность отражается по одной строке, именуемой «Запасы».

3) Претерпела изменения и форма отчета о прибылях и убытках.

В новой форме во-первых, отсутствует раздел «Расшифровка отдельных прибылей и убытков»; во-вторых, по аналогии с балансом в форме отчета представлена графа «пояснения», которая заполняется только при составлении годовой бухгалтерской отчетности.

Изменениям подвергнуты и другие формы отчетности. В – третьих в связи с поправками, внесенными приказов МФ РФ от24.12.2010 №186н в ПБУ 18/02 изменены названия строк: вместо показателей «Отложенные налоговые обязательства» (ОНО) и «Отложенные налоговые активы» (ОНА), введен показатель «Изменение ОНО и ОНА», представляющий собой разницу между данными, отражаемыми по этим строкам в бухгалтерском балансе по состоянию на 31.12.2011г. и 31.12.201г.. В –четвертых, в составе справки к отчету о прибылях и убытках введен новый показатель

«Совокупный финансовый результат», определяемый как разница между суммой чистой прибыли, результата от переоценки и прочих операций.

Так, в отчете об изменениях капитала появилась новая таблица, которая предназначена для отражения корректировок по различным статьям капитала. В данном случае имеются в виду корректировки в связи с изменением учетной политики и исправлением ошибок, поскольку изменение учетной политики и исправление ошибок влечет за собой ретроспективные корректировки которые могут влиять на финансовые результаты капитала.

Изменена форма отчета о движении денежных средств, в соответствии с требованиями ПБУ 23/2011. Причем новая форма характеризует движение не только денежных средств, но и денежных эквивалентов, приравненных к денежным средствам.

При подготовке бухгалтерской отчетности необходимо учитывать положения ПБУ 22/2010 «Исправление ошибок в бухгалтерском учете и отчетности». Согласно пункту 9 ПБУ 22/2010, существенные ошибки предшествующего отчетного года, выявленные после утверждения бухгалтерской отчетности за год, исправляются записями по соответствующим счетам бухгалтерского учета в текущем отчетном периоде. При этом корреспондирующим счетом в бухгалтерских записях является счет 84 «Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)».

4) Кроме вышеперечисленных изменений в пояснениях к бухгалтерской отчетности необходимо приводить информацию о забалансовых статьях. В случае существенности показателей, об этом содержится в письме информация Минфина России от 22.06.11 № П3-5/2011.

Следует подчеркнуть, что вносимые изменения, направленные на совершенствование отчетности, не заканчивают этот процесс. Можно выразить критические замечания по существу вносимых замечаний в бухгалтерский баланс, т.к. в настоящее время он стал менее аналогичным по сравнению с предыдущим его содержанием.

К тому же неправомерным представляется расположение слагаемых актива баланса по степени ликвидности. Имеются и другие рекомендации по совершенствованию состава и структуры баланса.

Принцип работы инновационного лифта

Сталоверова Валерия Андреевна,
СПбГУСЭ, ИЭиУПС, аспирант,
науч. рук. д.э.н., проф. Курочкина А.А.

В России, глубоко вовлеченной в инновационный процесс, существует необходимая инфраструктура поддержки инновационного предпринимательства, однако ее элементы не соединены в единую систему. Для большинства российских предприятий, готовых внедрять перспективные разработки, по-прежнему самыми острыми проблемами остаются отсутствие финансовой господдержки и льготных кредитов, особенно на ранних стадиях

цикла инновационного проекта. У инвесторов на этот счет свое мнение: недостаточное количество проектов, низкое качество подаваемых заявок, длительный процесс прохождения согласований и экспертиз проектов.

В апреле 2010 г. было положено начало в направлении взаимодействия элементов системы и подписано важное соглашение между российскими институтами развития: Фондом содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере, ОАО «Российской венчурной компанией» (ОАО «РВК»), ОАО «РОСНАНО», Российской ассоциацией венчурного инвестирования (РАВИ), Общероссийской общественной организацией малого и среднего предпринимательства «ОПОРА РОССИИ», Федеральным агентством по делам молодежи, Государственной корпорацией «Банк развития и внешнеэкономической деятельности» («Внешэкономбанк»), ОАО «Российским банком развития» (ОАО РосБР), ЗАО «Московской межбанковской валютной биржей» (ММВБ).Спустя год к Соглашению о взаимодействии институтов развития присоединился фонд развития Инновационного центра «Сколково».

Суть соглашения заключается в координации деятельности всех институтов, включая финансовые, которые занимаются поддержкой инновационных компаний. Объединение институтов привенесло в инновационный словарь новое понятие «инновационный лифт». Задача такого лифта — сопровождение малых предприятий на различных этапах его развития. Стадии развития инновационной компании, в среднем продолжаются от 5 до 10 лет Главное свойство лифта заключено в том, что работает он только в направлении вверх с ограничениями в 5 этажей:

1 этаж: допосевная стадия развития (pre-seed): создание идеи, поисковые исследования и ОКР, проведение фундаментальных исследований;

2 этаж: посевная стадия развития (seed): создание концепции продукта, предварительные патентные исследования, разработка бизнес-плана, организация компании;

3 этаж: ранняя стадия развития (start-up): проведение прикладных НИОКР, патентование, создание опытного образца, запуск производства опытной партии продукции;

4 этаж: стадия расширения и роста (earlygrowth): монтаж технологической линии производства, организация серийного производства;

5 этаж: стадия зрелости (expansion): привлечение инвестиций в компании малой и средней капитализации.

На начальном этапе своего становления финансированием инновационных проектов занимается Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере. Чтобы фирме подняться на инновационном лифте на второй этаж, на стадию посевного развития Российской венчурной компанией (РВК) создан посевной фонд. Документы подают не прямо в посевной фонд, а опосредованно, через венчурных партнеров. В Санкт-Петербурге это ООО «Элементарные частицы» (дочерняя компания Фонда "Политех"), ООО «Минерва Кэпитал Партнерс», ООО «Компания Алкор Био», ООО «ОЭЗ-эксперт СПб», ООО "БИФРИ", ООО «Спутник Технолоджи Капитал», ОАО «Технопарк Санкт-Петербурга». Венчурные партнеры не только помогают готовить документацию, но и

могут войти в проект в качестве партнеров и сопровождать его движение дальше. Посевной фонд на первом этапе имеет право выделять инвестиции до 25 млн. руб., но при условии наличия частных вложений в размере 25% от 25 млн. руб.

После прохождения посевного этапа компания может сделать остановку на третьем этаже и начать сотрудничать, например, с ОАО «Роснано», где инвестиции в проект уже измеряются сотнями миллионов рублей. И наконец, на предпоследнем этаже инновационного лифта Российский банк развития предлагает уже коммерческие кредиты. Банк разработал программу «Финансирование для инноваций и модернизации». Кредит по этой программе признанные перспективными проекты могут получить через 130 банков-партнеров РосБР во всех частях страны. Сами эти банки финансируются Российским банком развития под 1/3 ставки рефинансирования ЦБ РФ. Чтобы получить кредит, заемщик должен предоставить гарантии и залоги. Положение облегчается тем, что если на рынке кредитные ресурсы стоят 15%, то для тех компаний, которые двигаются по инновационному лифту, они обходятся существенно ниже не более чем в 10 % годовых. Некоторые считают этот этап последним, так как компания уже занимает определенные позиции на рынке, несмотря на то, что она еще может нуждаться в дополнительном производстве и расширении капитала.

В целях обеспечения согласованной и эффективной работы в направлении финансирования инновационных проектов малых и средних предприятий на всех стадиях на сайте каждой из организаций – институтов развития помещены баннеры всех остальных участников объединения.

Создаваемая система инновационного лифта предполагает поддержку предприятий от создания до коммерциализации результатов их деятельности, выражающейся в больших объемах продаж новых или усовершенствованных товаров и технологий.

Механизм инновационного лифта еще до конца не доработан. Но если не запустить инновационный лифт, то в будущем инновационные компании могут оказаться вне поля дальнейшей поддержки. В России сейчас продолжает идти процесс запуска всей цепочки, а предложенный институтами развития механизм инновационного лифта может стать мощным стимулом инновационной активности в стране и в отдельно взятом регионе.

Список литературы:

1. Юлия Литвинова. Путь по инновационной лестнице// ЭКСПЕРТНЫЙ КАНАЛ "ОТКРЫТАЯ ЭКОНОМИКА".-2010.- 6 июля, http://www.opec.ru/1298377.html, дата обращения: 15.03.2012.

2. Сергей Данилов. Инновационный лифт, или история успеха // сайт НПП Наносинтез. – 2011. – 15 августа июля, http://www.hyamatrix.ru/company/news/16/, дата обращения: 15.03.2012.

3. Ольга Гилева. Инновационный лифт для российской экономики // Независимая газета.-2011.- 30 августа, http://www.ng.ru/economics/2011-08-30/100_innovation.html, дата обращения: 16.03.2012).

Роль саморегулирующих структур в малом гостиничном бизнесе

Суровенко Ольга Викторовна,
СПбГУСЭ, ИРЭиУ, магистрант, 1 курс,
науч. рук. д.э.н., проф, Безденежных Т.И.

Малый бизнес представляет значительную сферу современного общественного хозяйства. В большинстве стран мира на него приходится от 35 до 70% ВВП, более половины численности занятых, около 90% общего числа хозяйствующих субъектов.

К малым предприятиям (юридическим лицам) (с 2008г. в соответствии с Федеральным законом от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», ст. 4) относятся внесенные в единый государственный реестр юридических лиц потребительские кооперативы и коммерческие организации (за исключением государственных и муниципальных унитарных предприятий), соответствующие следующим условиям:

1) суммарная доля участия Российской Федерации, субъектов Российской Федерации, муниципальных образований, иностранных юридических лиц, иностранных граждан, общественных и религиозных организаций (объединений), благотворительных и иных фондов в уставном (складочном) капитале не должна превышать 25% ;

2) средняя численность работников за предшествующий календарный год не должна превышать 100 человек, среди малых предприятий выделяются микропредприятия с численностью работников до 15 человек.

Особенно активно малый бизнес развивается в сфере услуг (табл.1.). За период 23000-2009гг. число малых предприятий в сфере услуг возросло более чем в 1,8 раза (с 879,3 тыс. до 1602,5 тыс.).

Значимость сферы малого бизнеса в России существенно уступает тем возможностям, которыми он потенциально обладает. Препятствием к их реализации является ограничение институциональной макросреды малого предпринимательства, которая в свою очередь зависит от институциональной организации национальной экономики.Под институциональной организацией экономики мы понимаем систему институтов, совокупность основополагающих политических, социальных и юридических правил, которые образуют базис для производства, распределения, обмена и потребления той или иной продукции (товаров, услуг) и регулируют эти процессы.

Институциональная среда обычно подразделяется на ее микро- и макросоставляющие. Микросреда или внутренняя институциональная среда представляет упорядоченный набор норм и правил организации бизнеса внутри хозяйствующей организации. К микросреде относятся формальные и неформальные нормы внутрифирменного управления. Под институциональной внешней средой понимается та составляющая институциональной среды.

Таблица 1

ЧИСЛО МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В СФЕРЕ УСЛУГ В РОССИИ ПО ВИДАМ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В 2009 Г. (НА КОНЕЦ ГОДА)

	МАЛЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ		ИЗ НИХ МИКРОПРЕДПРИЯТИЯ	
	ТЫС.	В ПРОЦЕНТАХ К ИТОГУ	ТЫС.	В ПРОЦЕНТАХ К ИТОГУ
Всего	1602,5	100	1374,7	100
из них в сфере услуг	1180,8	74,0	1039,3	76,0
В т.чпо видам экономической деятельности				
оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	658,3	41,1	588,2	42,8
гостиницы и рестораны	42,2	2,6	34,0	2,5
транспорт и связь	93,9	5,9	81,1	5,9
из них связь	10,9	0,7	9,4	0,7
финансовая деятельность	24,9	1,6	22,8	1,7
операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	288,6	18,0	250,1	18,2
Образование	4,5	0,3	4,3	0,3
здравоохранение и предоставление социальных услуг	18,9	1,2	16,3	1,2
предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	38,6	2,4	33,1	2,4

Данные получены на основе выборочных обследований малых предприятий и микропредприятий. Источник: Российский статистический ежегодник. 2010.

Формирование и поддержание которой является сферой деятельности общества и государства. Субъект хозяйствования не имеет возможности непосредственно воздействовать на институты макросреды, но ориентируется на них в организации и ведении своего бизнеса.

В Санкт-Петербурге уделяется большое внимание вопросам развития малого и среднего предпринимательства. В последние годы малый бизнес приобретает все больший вес в экономике города. По данным Комитета экономического развития, промышленной политики и торговли оборот малых предприятий Санкт-Петербурга в 2010 году превысил 1086 млрд. руб. (без учета микропредприятий и ПБОЮЛ), что составляет 23% от общего оборота организаций города.

За 2010 год количество малых предприятий (с учетом микропредприятий) увеличилось на 39 тыс.единиц. В 2010 году темп роста инвестиций в основной капитал малых предприятий города составил 125,4% к уровню 2009 года. За первое полугодие 2011 года численность занятых на малых и средних предприятиях Санкт-Петербурга составила 710,3 тыс. человек. Кроме того, зарегистрировано 97,9 тыс.предпринимателей без обра-

зования юридического лица. Динамика количества субъектов малого предпринимательства в Санкт-Петербурге показана на рис.1.

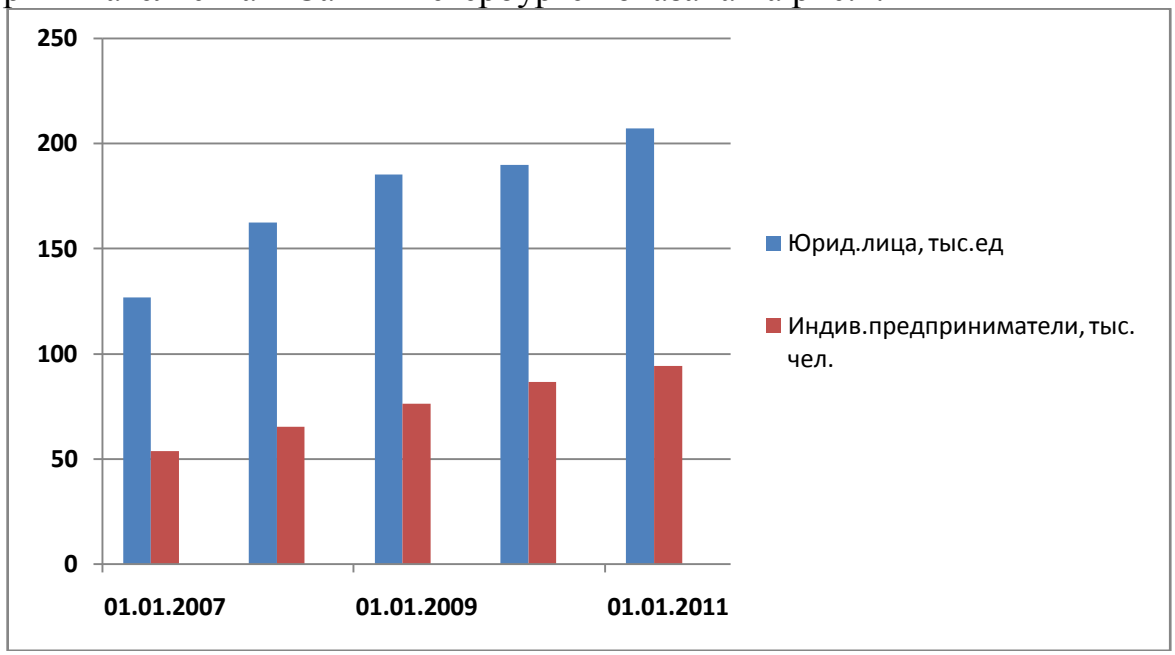


Рис. 1. Динамика количества субъектов малого предпринимательства в Санкт-Петербурге

Показатели развития сферы гостиничного сервиса в целом по России видны из табл. 2.Гостиничный сервис Санкт-Петербурга на начало октября 2011 года представлен 646-ю единицами с общим номерным фондом более 28413 номеров, в т.ч. 269 гостиницы класса 2 звезды и выше (41%), 44 гостиницы «эконом-класса) (7%), 330 мини-отелей (51%), 9 ведомственных гостиниц, 2 мотеля и 17 баз отдыха, пансионатов, санаториев (3%). До конца года планируется ввести в эксплуатацию еще 8 гостиниц на 1127 номеров.

Таблица 2

Количество гостиниц и аналогичных средств размещения в России и численность размещенных в них лиц*

Годы	Число организаций	Их единовременная вместимость, тыс.мест	Численность размещенных лиц, тыс.чел[2]	Годы	Число организаций[1]	Их единовременная вместимость, тыс.мест	Численность размещенных лиц, тыс.чел.
1980	4743	332,9	…	2004	4041	344,4	…
1990	4686	434,8	…	2005	4812	404,4	18546,8
1995	5504	426,1	…	2006	5375	429,2	…
2000	4182	346,1	16559,3	2007	5917	447,1	…
2001	4120	338,4	…	2008	6774	498,4	24742
2002	3872	343,3	…	2009	7410	497,3	18546
2003	3915	350,0	…	2010	7866		21259

[1]С 2005г.данные представлены с учетом физических лиц, осуществляющих предпринимательскую деятельность без образования юридического лица;

[2]Без учета микропредприятий

*Источник: Российский статистический ежегодник. 2010.

В числе действующих гостиниц – 51 гостиница класса 4 или 5 звезд. Около половины гостиниц и мини-отелей расположены в Центральном районе Петербурга (45,8% от общего количества гостиниц и 30% всего номерного фонда). По данным Российской ассоциации туристических агентств в 2009г. по количеству туристов Петербург обогнал Венецию и догнал Прагу, Вену, и Амстердам. Доля же доходов от туризма в экономике города невелика – 10% объема бюджета, в Париже – 60-70%.

В последние годы на гостиничном рынке Петербурга стали играть все более активную роль новые игроки – мини-гостиницы (мини-отели). Мини-отели, к которым относятся гостиницы с номерным фондом, не превышающим 30 номеров, занимают особое положение среди обычных классических гостиниц. Особенностями функционирования предприятий малого гостиничного сервиса являются следующие: низкие стартовые затраты; высокая степень индивидуализации обслуживания, большая доля теневой деятельности, связанная с объективной невозможностью выполнения действующих нормативов и стандартов, разработанных для крупных гостиниц, рост конкурентного давления со стороны крупного гостиничного бизнеса.

В настоящее время в федеральном законодательстве отсутствует понятие «мини-отель», упоминаются лишь «малые гостиницы» (до 100 единиц номерного фонда). В 2009г. в Санкт-Петербурге были подготовлены законопроекты «О малых средствах размещения граждан» и «О деятельности мини-гостиниц в Санкт-Петербурге», которые должны были восполнить пробелы законодательства в сфере малого гостиничного бизнеса, но они, к сожалению, до сих пор не приняты.

Целям совершенствования регулирования развития гостиничного сервиса может способствовать создание саморегулируемой организации в этом секторе экономики с привлечением действующих предпринимательских объединений мини-отелей. В соответствии с законом «О саморегулируемых организациях» саморегулируемой организацией (СРО) признается некоммерческая организация, включающая не менее 25 участников, создающая собственные стандарты и правила деятельности, принимающая на себя дополнительную имущественную ответственность перед потребителями. Основными функциями СРО являются надзорные и контрольные, осуществление сертификации, защита интересов участников. Участники СРО получают целый ряд преимуществ, связанных с обеспечением экономических интересов в сфере устойчивого бизнеса.

Для предприятий малого гостиничного бизнеса создание СРО – это реальная возможность преодоления существующих проблем развития и обеспечения стабильности функционирования в условиях кризиса.

Развитие АПК в условиях вступления России в ВТО

Туманова Яна Валерьевна,
СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 3 курс,
науч. рук. к.э.н., доц. Шмаль В.В.

Вступление России в ВТО многие политики да и население страны расценивает критично. Конечно, есть свои плюсы, но количество минусов значительно больше, и в данной статье я постараюсь объяснить почему.

Агропромышленный комплекс – это крупнейший межотраслевой комплекс, включающий одни из самых важных отраслей экономики. Одна из них – сельское хозяйство, которое обеспечивает страну продовольственными товарами. Так как же отразится на АПК вступление в ВТО?

Для интеграции отечественного сельского хозяйства в мировой рынок требуется большая подготовительная работа, отмечу именно подготовительная. России нужна подготовка, чтобы не просто быть участником ВТО на словах, а быть ее непосредственным лидером. Для этого нужно было добиться специальных условий в виде переходных периодов или возможностей таможенно-тарифного регулирования внутреннего продовольственного рынка. Но этого Россия не добилась, поэтому субсидированная западная еда станет проникать к нам в еще больших количествах, что сделает практически неконкурентоспособным отечественное продовольствие. Неизбежно будет нарушен потребительский баланс в пользу импортных окорочков, мяса, молочных продуктов.

Кроме того, одним из важных нюансов конкурентоспособности России являются госинвестиции.

Если говорить об уровнях финансовой поддержки, то цифры эти в США и в Евросоюзе – лидерах по этому показателю – составляют десятки миллиардов долларов. И это, когда практически вся инфраструктура агропромышленного комплекса в этих странах уже давно выстроена, опробована и на деле доказала свою эффективность. Что касается размера помощи государства нашему сельскому хозяйству, то это, в первую очередь, выражается, в виде субсидированных кредитов, чего явно не достаточно не только для развития, технического перевооружения, модернизации и создания современной агропромышленной инфраструктуры, но и для сохранения достигнутого уровня сельскохозяйственного производства. Поэтому без серьезных рычагов государственной поддержки отечественное сельское хозяйство не будет конкурентоспособно на мировом рынке. К тому же Россия значительно уступает развитым странам мира по объему производства не только зерна, но и птицы, говядины, свинины.

Для того чтобы повысить конкурентоспособность АПК, необходимо провести модернизацию всех сфер его деятельности. В частности, следует разработать стратегическую модель развития АПК, которая будет отражать его развитие в долгосрочной перспективе. Таким образом, основной целью модернизации АПК является создание конкурентоспособного инновационного

самодостаточного экспортно-ориентированного АПК России, который смог бы обеспечить продовольственную безопасность экономики, создал возможность для приобретения лучших мировых технологий в области агропромышленного производства. Для достижения поставленной цели необходимо решение пяти подцелей: развитие институциональной среды и институтов, инфраструктурной среды, инновационной среды, включающей создание и внедрение инноваций, улучшение инвестиционного климата, который позволил бы обеспечить доступ к «дешевым» инвестициям, развитие науки и научного обеспечения, и не малую роль нужно уделять подготовки высококвалифицированных кадров.

Модернизацию в области институционального развития следует начать с улучшения нормативно-правового регулирования деятельности субъектов АПК России, в первую очередь необходимо снять противоречия в законодательных актах, обеспечить защиту прав частной собственности, и немало важно обеспечение прозрачности в государственном управлении АПК. Эффективности государственного управления можно достичь путем автоматизации, оптимизации и компьютеризации всех процессов учета и контроля работы министерств и ведомств через создание единого реестра. Это позволит не только сократить количество справок и документов, предоставляемых пользователями, но и значительно уменьшить время рассмотрения вопросов. В современных условиях было бы целесообразно обеспечить подачу справок через Интернет. Экономический эффект от проведения данных мероприятий был бы весьма значителен, во-первых мы смогли бы добиться снижения очередей в органах учета, а во-вторых сократить штат сотрудников, занимающихся данными вопросами.

Эффективная интеграция села в рыночные процессы немыслима без информирования сельского населения и сельскохозяйственных предприятий об изменениях, происходящих в нормативно-правовых актах, конкурсах и аукционах, проводимых Министерством сельского хозяйства РФ.

Для того чтобы сделать тенденцию на модернизацию АПК более стабильной и системной, ее необходимо подкрепить четко структурированными нормативно-правовыми актами. К их числу можно отнести Доктрину продовольственной безопасности Российской Федерации.

Что касается инвестиционного климата, то главной задачей в данном направлении является создание благоприятных для инвесторов нормативно-правовых условий, путем предоставления различных льгот и преференций. Нуждается в пересмотре и ставка НДС для продуктов питания, размер единого сельскохозяйственного налога для предприятий сельского хозяйства. Таким образом, через реформирование налоговой системы можно решить проблему диспаритета цен на промышленную и сельскохозяйственную продукцию.

Развитие науки и научного обеспечения тесно взаимосвязано с развитием инновационной деятельности и обучением высококвалифицированных кадров. Наиболее значимыми проблемами в

данном направлении являются повышение привлекательности труда на предприятиях агропромышленного комплекса, а также внедрение НИОКР непосредственно в производство, для чего необходимо, безусловно, широкое привлечение инвестиций. Как отмечает профессор С.С. Ильин: «Необходимо обеспечивать интенсивное ресурсосберегающее развитие сельского хозяйства, его материально-технической базы и инфраструктуры на основе эффективного использования инноваций и инвестиций, более пропорционального и устойчивого динамичного развития АПК».

Выполнение целей по модернизации АПК должно осуществляться в условиях соблюдения некого баланса интересов общества и государства. Неизбежность и даже необходимость процесса модернизации бесспорна. Вопрос заключается в том, каким образом и как скоро мы хотим этого достичь. А это дело выбора и расстановки приоритетов.

Задача Центрального банка РФ заключается в насыщении сельскохозяйственных предприятий кредитами по приемлемым процентным ставкам и на адекватных условиях. В 2010 год государственным бюджетом было выделено 79,3 млрд. руб. на субсидирование процентных ставок. Из них 13,7 млрд. рублей отправлено на краткосрочные кредиты, 59,8 млрд. рублей – субсидирование инвестиционных кредитов. Но хотелось бы отметить, что по состоянию на 20 февраля 2010 г. ставка составляла 8,75%. К сожалению, такая ставка не способна стимулировать расширенное воспроизводство в отрасли. Следовательно, банковское кредитование реального сектора экономики в России недоступно и не способно повысить производственный потенциал предприятий АПК.

Сельское хозяйство является движущей силой развития всего агропромышленного комплекса. Но исследуя статистику, я наблюдала такие данные, что обеспеченность сельского хозяйства тракторами, комбайнами составляет лишь 46% и 49% соответственно. Притом из них уже ⅔ техники выработали свой нормативный срок службы. В пищевой и перерабатывающей промышленности лишь 20% оборудования отвечают современным требованиям. А самой важной проблемой является то, что большая часть закупаемого оборудования является импортным, т.е. сельхозпроизводитель на 80% зависит от импорта необходимого оборудования. Поэтому правительству следует приложить необходимые усилия для возрождения сельскохозяйственного машиностроения в России.

Для того, чтобы АПК мог эффективно развиваться, необходимо, чтобы государство выделяло на данную отрасль не менее 7–10% бюджетных расходов.

Научно обоснованное развитие АПК играет важную роль в условиях кризисных явлений в рыночной экономике. Для того чтобы ставить цели необходимо понять – на какой результат можно рассчитывать от функционирования комплекса. Достижение этого возможно лишь при построении стратегической модели развития АПК на федеральном,

территориальном и отраслевом уровне. Очевидно, что на федеральном уровне крайне сложно учесть потребности конкретного региона и предприятия. Поэтому руководство региона или предприятия заинтересовано в формировании бюджета на планируемый период и стимулировании активного использования планирования.

Как подчеркивает доктор экономических наук В.М. Иванченко, «только такое планирование, которое способно выработать на макроуровне оптимальные решения по узловым вопросам научно-технического, экономического и социального развития общества и соединить их с реальными интересами владельца – хозяина средств производства в любых действенных формах в основном звене может стать базой целостной системы планового управления экономикой». Стратегическая модель развития АПК должна отражать развитие в долгосрочной перспективе. За основу необходимо взять показатели в динамике, которые предложены Международным экономическим форумом в рамках реализации проекта сравнения стран в 2009 г. Макроэкономические показатели следует разделить на составляющие: страны, комплекса и отрасли. Также потребуется доработать некоторые из этих показателей с учетом особенностей АПК в целом, сельского хозяйства и сельской местности, аграрной науки с учетом земли как основного актива сельскохозяйственных предприятий.

Разработка стратегической модели позволит систематизировать проблемные вопросы и продемонстрировать взаимосвязь социально-экономического механизма и государственного регулирования АПК. Как правило, значение АПК в развитии народнохозяйственного комплекса значительно недооценивается во многом именно из-за недостаточности использования планирования для формирования стратегии развития народного хозяйства. Использование планирования на всех уровнях позволит продвинуть сельское хозяйство на более высокий качественный уровень, а также расширит возможности по привлечению частных инвестиций в отрасль. В конечном итоге, общество сможет оценить, что инвестирование средств в АПК – это вложение в будущее, которое может быть таким же высоко окупаемым, как и капитальные вложения в нефтяные и газовые компании.

Список литературы:

1. Иванченко В. М. Планирование как исторический феномен жизнедеятельности человека и общества. – М.: Наука, 2009. – 232 с.

2. Ильин С. С. Государственное экономическое регулирование аграрной сферы АПК России: история, теория и практика: монография. – М.: Социум, 2009. – 533 с.

3. Сельское хозяйство, охота и лесоводство в России. 2009: стат. сб./ Росстат. – М., 2009. – 439 с.

4. Ставка рефинансирования Центрального банка Российской Федерации, http://www.cbr.ru/print.asp?file=/statistics/credit_statistics/refinancing_rates.htm

Инвестирование в высокотехнологичный сектор здравоохранения: проблемы и пути решения

Угольников Владимир Владимирович,
СПбГУСЭ, ИРЭиУ, аспирант,
науч. рук. к.м.н., проф. Сергеев О.Е.

Взаимодействие государства и бизнеса в России в последние годы стало признаваться важнейшим инструментом повышения уровня конкурентоспособности отечественной экономики и привлечения инвестиций. Эти вопросы рассматриваются в аналитических исследованиях ведущих экспертных институтов в области инноваций [1], базовых обзорах научно-технического и инновационного потенциала, инфраструктуры, иных составляющих российской инновационной системы, политики государства в этой сфере[2], других источниках.

Актуальность привлечения частного капитала связывается с развитием национальной инфраструктуры. В России существуют застарелые проблемы в транспорте, содержании фондов в системе образования, здравоохранения, социального обеспечения, электро-, тепло-, газо-, водоснабжении, утилизации бытовых и промышленных отходов, развитии телекоммуникационных систем и т.д. Названные проблемы в экономической инфраструктуре соседствуют с проблемами социальной инфраструктуры: образовании, культуре, спорте, безопасности, здравоохранении, уходе за пожилыми гражданами.

Рассмотрим преимущества частно-государственного партнерства в развитии экономической и социальной инфраструктуры на примере особых экономических зон (ОЭЗ). Они относятся к нефинансовым инструментам развития и, наряду с финансовыми, аккумулируют, перераспределяют финансовые, интеллектуальные, трудовые и другие ресурсы для решения проблем развития и модернизации экономики. Всего в России образовано 15 федеральных ОЭЗ, из которых 13 функционирующих, а из заявленных инвестиций в 219 млрд. рублей профинансировано 24 млрд. рублей- чуть более 10% процентов. Конкурентным преимуществом ОЭЗ на территории Российской Федерации является снижение издержек инвестора до 30%. Указанный факт связан с:

- особыми налоговым, таможенным и административным режимами,
- доступом к готовой инфраструктуре и льготными условиями ее использования,
- государственными гарантиями,
- преимуществами в доступе к кадровым, другим ресурсам, совместного участия в маркетинге и т.д.

Среди ОЭЗ выделяют промышленно-производственные (ППЗ), туристско-рекреационные (ТРЗ), портовые зоны (ПЗ),технико-внедренческие (ТВЗ). Последние создаются с целью развития высокотехнологичных отраслей экономики и производства новых видов наукоемкой инновацион-

ной продукции. ТВЗ созданы в Санкт-Петербурге, Дубне, Зеленограде, Томске. Общий объем инвестиций в проекты составляет 121,5 млрд. рублей. Их главными проблемами являются медленное создание инфраструктуры ОЭЗ и отсутствие финансовых ресурсов для собственного строительства у резидентов. Территория ОЭЗ «Санкт-Петербург» составляет 129,4 га и объединяет два самостоятельных участка. «Нойдорф» – располагающийся в поселке Стрельна Петродворцового района (18,99 га) и «Новоорловская» – в Приморском районе (110,41 га). По роду деятельности резидентов ОЭЗ можно распределить на 4 кластера: информационные технологии и телекоммуникации; энергоэффективность; приборостроение и новые материалы; новые медицинские технологии[3].

Рассмотрим проекты ОЭЗ»Санкт-Петербург» в области новых медицинских технологий и производства лекарственных средств.

ОЭЗ «Нойдорф» включает следующие проекты:

- проведение исследований в области пептидных препаратов, разработка и внедрение технологий производства новых лекарственных средств на их основе (резидент ЗАО «Фарм-Холдинг);

- организация фармацевтического комплекса замкнутого цикла по разработке, производству и реализации препаратов из списка жизненнонеобходимых и важнейших лекарственных средств (ЖНВЛС), в рамках Стратегии развития фармацевтической промышленности РФ на период до 2020 года (резидент ЗАО «БИОКАД).

ОЭЗ «Новоорловская» объединяет другие 6 проектов:

- разработка и организация опытного производства средств клинической диагностики (резидент ОАО «Витал Девелопмент Корпорэйшн»);

- создание и внедрение инновационных продуктов за счет эффективного увеличения научно-исследовательских мощностей в области развития фармацевтического производства в Российской Федерации (резидент ЗАО «Вертекс»);

- разработка новых фармацевтических препаратов группы компаний «Новартис» и организация их производства на территории ОЭЗ в г. Санкт-Петербурге (резидент ООО «Новартис Нева»);

- разработка и производство противоопухолевых лекарственных препаратов (резидент ЗАО «АрСиАй Синтез»);

- разработка оригинальных препаратов, разработка технологий получения собственных оригинальных молекул (резидент ЗАО «МБНПК «Цитомед»);

- создание экспериментально-производственного комплекса по разработке и выпуску инновационных препаратов из плазмы крови человека на основе нанотехнологических решений (резидент ООО «Гем-Стандарт»).

Отметим, что за рубежом имеется большой опыт частно-государственного партнерства (ЧГП) в сфере здравоохранения. Высокий уровень деятельности демонстрируют рынки ЧГП таких стран, как Германия, Япония, США, Канада, Франция, Испания, Австралия и Великобритания [4]. В отличие от зарубежных, в отечественной экономике доминируют

так называемые «короткие» проекты, сопровождаемые «краткосрочными контрактами». Другим препятствием развития ЧГП можно назвать слаборазвитую банковскую систему и фондовый рынок.

Отметим тот факт, что частно-государственное партнерство не является исключительно финансовым инструментом, служащим выведению государственных расходов за рамки баланса. Так предложенные проекты с лучшей окупаемостью могут нанести вред здоровью людей, снизить качество и условия их жизни. Стороной ЧГП следует признать потребителей услуг. Проекты в здравоохранении являются высокозатратными, окупаемость которых достигается в долгосрочной перспективе. Это повышает риски инвестора и снижает привлекательность сферы здравоохранения для частного бизнеса. В свою очередь функционирование ЧГП в рамках ОЭЗ позволяет удешевить инвестиции и снизить риски – для инвестора, вывести государственные расходы за рамки баланса и выполнить социальные обязательства перед гражданами – для государства, получение необходимой качественной и доступной услуги – для потребителя.

Особое место среди услуг здравоохранения, востребованных в настоящее время, является оказание ВТМП, и ЧГП является наиболее приемлемым инструментом развития оказания ВТМП в отечественном здравоохранении. Надо начинать внедрение ЧГП в здравоохранении с области ВТМП. Выполненный анализ перспектив развития частно-государственного партнерства в здравоохранении при оказании ВТМП позволяет выявить преимущества всех участников.

Для бизнеса:

– ресурсоемкось (бизнес будет получать доход не дожидаясь отдачи от самого факта пролечивания по ВТМП);
– возможность быстрого внедрения и долгосрочность;
– окупаемость проектов ВТМП в краткосрочном периоде.

Для пациентов:

– высокая доступность ВТМП, в том числе – на платной основе.

Для государства:

– снижение затрат на оказание ВТМП.

Для лечебного учреждения:

– возможность оказания ВТМП на платной основе без риска потери квот для ЛПУ.

Выводы, представленные в данной статье, могут послужить повышению интереса российского бизнеса к инвестициям в высокотехнологичный сектор оказания услуг здравоохранения. В результате притока инвестиций, в среднесрочной перспективе Россия переместится по кривой зрелости ЧГП [4] и покинет список стран(Китай, Индия, Словакия), находящихся на первом этапе с самым низким уровнем деятельности ЧГП.

Особенности систем учета зарубежных стран

Уколова Ксения Игоревна,
СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 3 курс,
науч. рук. асс. Клименко М.В.

Сочетание различных учетных регистров и технических средств образуют разные формы бухгалтерского учета. Они отличаются одна от другой:

– количеством применяемых регистров, их назначением, внешним видом, содержанием;

– взаимосвязью хронологических и систематических синтетических и аналитических регистров;

– последовательностью и техникой записи в учетные регистры;

– степенью автоматизации учетно-вычислительных работ.

Технология обработки учетных данных и система применяемых регистров зависят от форм и методов бухгалтерского учета, которые формирует главный бухгалтер. Применяемая технология обработки первичной учетной информации должна помогать своевременно предоставлять отчетность, а также помогать оперативно получать информацию и формировать данные для управленческого учета. Именно система применяемых регистров позволяет наиболее оперативно переходить от данных бухгалтерского учета к управленческому учету.

Международные компании, имеющие единую учетную систему, используют различные финансовые модули, разработанные для применения в разных странах. В каждой стране есть свои особенности ведения учета, планы счетов, статьи затрат, принципы построения и периоды предоставления финансовой отчетности. Если используется система сводных внутрифирменных отчетов, то к ним также необходим интерфейс для заполнения по данным учетной системы. Сложность интернационализации отчетов часто проявляется в том, что информация, предоставляется государственным органам в различных разрезах, которые сложно учесть при первичном проектировании системы учета, поэтому при разработке специализированных отчетов необходимо учесть и согласовать изменения в основном хранилище данных.

Интернационализация отчетности решает проблемы мультиязычной отчетности, и проблему восприятия отчетности. В случае, когда менеджеры компании не способны воспринять отчетность, составленную по стандартам других стран, с учетом особенностей их законодательства, требуется только создание мультиязычных отчетов. Если же законодательство и правила ведения учета кардинально отличаются, тогда необходимы специализированные мультиязычные отчеты в необходимых разрезах. Если же требуется только периодическая, сводная отчетность, тогда возможен вариант реализации ведения учета по международным стандартам отчетности.

Системы бухгалтерского учета различных стран отличаются своим многообразием. В основе их различия лежит влияние различных факторов, к основным из которых можно отнести:

– управления, финансовой системы, уровень подготовки кадров и т.д.);
– влияние ведущих теоретиков и профессиональных организаций;
– социально-экономические условия (степень развития
– управления, финансовой системы, уровень подготовки кадров и т.д.);
– правовое регулирование бухгалтерского учета;
– национальные особенности;
– источники финансирования;
– пользователи и цели, которые они ставят перед собой;
– влияние инфляционных процессов.

Одной из наиболее распространенных классификаций систем бухгалтерского учета является классификация, предложенная Г. Мюллером, Х. Гернономи Г. Миик, которые выделяют четыре основных модели бухгалтерского учета:

– англо-американская модель;
– западноевропейская (континентальная) модель;
– южноамериканская модель;
– интернациональная модель.

В основе данной классификации лежит определенная схожесть факторов воздействия на систему бухгалтерского учета и его развитие, обусловливающее наличие многих общих черт. Относя страны к одной классификационной группе, необходимо отметить не только схожесть, но и определенные различия в бухгалтерской практике.

Интернациональная модель бухгалтерского учета вытекает из потребности в международной согласованности учета. Процессы глобализации и интернационализации экономических, финансовых, политических и общественных отношений постепенно приводят к созданию мирового рынка, для которого не существует национальных границ. Неотъемлемой чертой интернационализации экономических отношений является также создание предприятий со смешанным капиталом, привлечение в национальные экономики иностранных инвестиций и кредитов.

Все эти процессы обусловливают необходимость в едином понимании и представлении финансовой информации, прежде всего национальных корпораций и участников международных валютных рынков.

Классификация моделей бухгалтерского учета способствует более точному определению сходства и различий между странами; может помочь в становлении в стране бухгалтерского дела и выбору системы, наиболее подходящей для данного государства. Кроме того, она является превосходным познавательным инструментом, представляющим прекрасную возможность сфокусироваться на «ключевых» странах, каждая из которых является примером подхода к формированию системы бухгалтерского учета и отчетности определенного типа. Для специалистов по бухгалтерскому делу клас-

сификация моделейстановится ориентиром, позволяющим предсказывать исходя из опыта применения типовой модели, с какими проблемами может столкнуться страна, в которой действует такая же система учета.

Стратегия социально-экономического развития Краснодарского края

Ульченко Ксения Дмитриевна,
СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 3 курс,
науч. рук. ст. пр. Фугалевич Е.В.

Прежде чем начать говорить о стратегии развития Краснодарского края, хотелось бы выделить основные факторы, определяющие его значение в Российской Федерации.

1) Имея более чем пятимиллионное население, Краснодарский край обеспечивает стабильность на Северном Кавказе и влияние страны в Закавказье, на Ближнем Востоке и в Средиземноморском бассейне.

2) Краснодарский край является приграничной территорией и единственным выходом России к Чёрному морю, а через него — к важнейшим международным морским путям.

3) Краснодарский край реализует интересы России в зоне азово-черноморского и средиземноморского экономического сотрудничества.

4) При всём многообразии проживающих на территории края национальных групп и диаспор, а также близости "горячих точек" в крае отсутствуют межнациональные конфликты. Этому способствуют как устойчивый характер социально-экономического развития края, так и восстановление вековых традиций казачества, связанных с защитой Отечества.

Основу производительных сил Краснодарского края составляют промышленный, строительный, топливно-энергетический комплексы, область информационных и коммуникационных технологий, а также агропромышленный, транспортный, курортно-рекреационный и туристский комплексы. Последние три направления деятельности соответствуют приоритетам социально-экономического развития России и определяют особый статус Краснодарского края в экономике страны. Край занимает десятое место среди субъектов РФ по объёму валового регионального продукта (ВРП) и играет весомую роль в экономике страны.

Таким образом, в крае имеется мощный потенциал опережающего развития, определяющий возможности роста его вклада в реализацию целей Правительства Российской Федерации.

Правительство РФ разработало стратегию социально-экономического развития Краснодарского края. Современное положение дел и тенденции развития отраслей и направлений деятельности края рассмотрены в ходе диагностики, в результате которой сформулированы ос-

новные проблемы в их деятельности, осуществлён анализ факторов, препятствующих реализации потенциальных возможностей. Результаты анализа представлены в формате SWOT-анализа (сильные и слабые стороны, возможности и угрозы), который завершается определением целей (направлений) и действий (задач) их развития. Стратегия ориентирована на максимальное развитие межрегионального сотрудничества в первую очередь с основными регионами-соседями (Ростовская область, Ставропольский край и Республика Адыгея), в частности: взаимные поставки продуктов и услуг, кооперация в сферах промышленного производства, транспорта, строительства, научно-технической и инновационной деятельности, сотрудничество в АПК, в сфере образования и подготовки специалистов, в спортивной и туристской деятельности, реализация инвестиционных проектов, имеющих важное межрегиональное значение. Стратегический анализ сильных сторон и возможностей развития края, проблем и факторов, препятствующих реализации потенциала, проведён на уровне отраслей экономики и социальной сферы, а затем на уровне края в целом с учётом взаимного влияния отраслей друг на друга. В ходе анализа выяснилось, что сильными сторонами края является: выгодное геостратегическое положение, развитость транспортной инфраструктуры, благоприятные почвенно-климатические условия края, наличие полного спектра собственных сырьевых запасов для развития базы стройиндустрии, стабильность социальных, межнациональных и межконфессиональных отношений, высокая степень синхронизации задач, решаемых администрацией Краснодарского края, с задачами, поставленными Правительством РФ. Однако там где есть сильные стороны, обязательно найдутся и слабые.

Стратегия развития Краснодарского края имеет 2 основных направления. Первое из них: кардинальное повышение качества и продолжительности жизни, формирование условий и стимулов для развития человеческого капитала на основе повышения эффективности и конкурентоспособности здравоохранения, образования, жилищного строительства и коммунальной инфраструктуры. Снижению уровня населения с низкими доходами будут способствовать: обеспечение социальной поддержки, развитие на территории края негосударственного пенсионного обеспечения. Решение задач здравоохранения будет осуществляться в формате принятого Президентом РФ и Правительством РФ национального проекта "Здоровье". Образовательная система должна обеспечить переход к образованию по стандартам нового поколения, отвечающим требованиям современной инновационной экономики. Реальный вклад жилищного строительства в повышение качества жизни населения края будет достигнут за счёт реализации стратегических действий в рамках краевой целевой программы "Жилище": повышение доступности жилья для молодых семей и увеличение объёмов ипотечного жилищного кредитования. Вклад ЖКХ в повышение качества жизни населения края будет достигнут за счёт ликвидации аварийных многоквартирных домов. Второе направление: обеспечение высоких темпов устойчивого экономического роста края на основе реализации государст-

венной политики, направленной на формирование глобальных конкурентных преимуществ экономики края. Развитию данного направления будет способствовать: создание особых экономических зон, стимулирование спроса на научно-техническую продукцию и развитие малого предпринимательства, обеспечение реализации инвестиционных проектов в рамках подготовки города Сочи к проведению зимних Олимпийских игр 2014 года. Развитие в Краснодарском крае горноклиматического курорта мирового уровня позволит успешно конкурировать с альпийскими и иными горными курортами мира. Правительство РФ также планирует создание особой туристической зоны, состоящей из 4-х предполагаемых участков на Черноморском побережье: "Криница — Архипо-Осиповка" (город-курорт Геленджик); "Агрия" (Туапсинский район); "Новая Анапа" (город-курорт Анапа); "Малый Ахун" (город-курорт Сочи). Планируется реконструкция городов Краснодара, Сочи, Геленджика, Новороссийска, Анапы, Туапсе, Армавира.

Оценка ожидаемых результатов реализации. Стратегии осуществляется по критериям: коммерческая эффективность, определяемая величиной дополнительной прибыли, получаемой инвесторами проектов и мероприятий; бюджетная эффективность, которая характеризуется приростом суммарной величины налоговых поступлений в региональный бюджет от реализуемых мероприятий; социальная эффективность, определяемая приростом доходов населения в результате осуществляемых мероприятий; общая экономическая эффективность, которая характеризуется приростом ВРП. В качестве базы использовались результаты анализа тенденций развития базовых отраслей экономики края. Осуществлялась экспертная оценка возможных изменений трендов в результате реализации стратегических мероприятий, предусматриваемых Стратегией. Рост эффективности вновь осуществляемых инвестиционных проектов и вовлечения трудоспособного населения в экономическую деятельность позволит повысить долю производств с высокой добавленной стоимостью. Это обеспечит рост ВРП темпами, опережающими темпы роста объёма реализованной продукции, произведённой на всех основных производственных фондах.

Таким образом, ожидаемые результаты реализации Стратегии позволяют сделать вывод о высокой эффективности предлагаемых стратегических мероприятий по всем четырем критериям: коммерческая эффективность, бюджетная эффективность, социальная эффективность и общая экономическая эффективность. В результате реализации Стратегии Краснодарский край к 2020 году станет динамично развивающимся регионом с высоким промышленным, транспортным, сельскохозяйственным, рекреационным и инновационным потенциалом, в полной мере реализующим свои конкурентные преимущества и выполняющим функции опорного региона в реализации целей Правительства Российской Федерации на Юге России. Одним из важнейших факторов сохранения положительной динамики большинства макроэкономических показателей развития края является диверсифицированная экономика, и подготовка к проведению на территории

Краснодарского края XXII Зимних олимпийских игр 2014 года в городе Сочи. Залогом благополучия будущих поколений станут сформированный потенциал опережающего развития, конкурентоспособность производимых товаров и услуг, наличие условий и стимулов для развития человеческого капитала и эффективная система государственного управления.

Список литературы:

1. Груздев А.С. Стратегия развития региона: цели, преимущества, технология разработки // Общество и экономика. – 2008.
2. Гуриева Л.К. Стратегия устойчивого развития региона // Проблемы теории и практики управления. – 2007.
3. Денисов В.П. Долгосрочная стратегия социально-экономического развития региона необходима // АПК: экономика, управление. – 2008.
4. Стратегия социально-экономического развития Краснодарского края до 2020 года, http://www.krasnodar.ru

Перспективы продвижения Санкт-Петербурга на мировой рынок туризма

Харламова Анна Андреевна,
СПбГУЭФ, РИТММ, аспирант,
науч. рук. проф. Карпова Г.А.

Туризм сегодня играет все более заметную роль в мировой экономике. Эту тенденцию следует активно использовать для развития въездного туризма в Санкт-Петербурге. С точки зрения экономики, это – не имиджевый проект, а задача, решение которой позволит получить значительный экономический эффект. Это связано с созданием дополнительных рабочих мест, как непосредственно в туристических фирмах, так и в гостиницах, предприятиях индустрии развлечения, общественного питания, транспорта, связи. В результате можно ожидать увеличения валового регионального продукта, наполнения доходной части бюджета и роста доходов работников, занятых в сфере туризма и в смежных отраслях.

Сегодня федеральный и местные бюджеты имеют возможность получать значительные поступления от въездного туризма, как экспортного направления в экономике отрасли. Однако сведения о величине поступлений в бюджеты, адекватные всесторонней оценке показателя доходности туризма по мировым методикам и экспертным оценкам, в настоящее время отсутствуют. Это обусловлено рядом факторов, среди которых отмечаются особенности системы учета в туризме. При этом разумное и эффективное использование туристских ресурсов должно обеспечивать существенный доход наших городов, и прежде всего – Санкт-Петербурга.

Санкт-Петербург – культурная и туристическая столица России. В нем сосредоточены культурные ценности всемирного значения, являющиеся национальным достоянием нашей страны. Это – и европейская столица России, которая притягивает туристов со всего мира своей красотой, спокойствием, разнообразной архитектурой, которую нередко называют северной Венецией.

Сегодня Санкт-Петербург – развивающийся и экономически стабилизирующийся город, обладающий множеством культурных ценностей. Помимо того, что построены новые гостиницы, приводятся в порядок архитектурные сооружения и улицы города, сейчас разрабатываются новые экскурсионные маршруты и на постоянной основе проводятся маркетинговые исследования на предмет предпочтений гостей города и мест, интересующих туристов.

В сложных экономических и политических условиях сегодня удалось организовать работу по структурному формированию туризма в качестве важной отрасли городского хозяйства, объединяющей туристские, экскурсионные, транспортные предприятия, гостиницы, предприятия сферы услуг. Для привлечения туристов в город представители туристической сферы пытаются отыскать новые пути и возможности.

За последние четыре года зафиксирован относительно стабильный темп роста въездного туризма, который составляет 6-8 процентов ежегодно. В то же время, несмотря на комплекс принимаемых мер, среди которых – проведение международных туристских выставок в Санкт-Петербурге, участие в зарубежных выставках, издание ряда двуязычных путеводителей по городу и пригородам и другой рекламной литературы, прирост потоков может быть более значительным.

Среди конкретных шагов, которые следует предпринять в первую очередь, может быть названо развитие инфраструктуры туризма. Комитетом по инвестициям и крупным стратегическим проектам, совместно с Комитетом по строительству и Комитетом по экономике, промышленной политике и торговле, разработана Программа развития Санкт-Петербурга как туристского центра на 2011-2016 гг. Она направлена на закрепление и дальнейшее усиление позитивной лидирующей роли Санкт-Петербурга, как крупного мегаполиса, благоприятного для туризма. При ее подготовке учтен опыт реализации предшествующей Программы развития Санкт-Петербурга как туристического центра на 2005-2010 гг.

Цель новой программы – создание благоприятных условий для устойчивого развития туризма в Санкт-Петербурге, направленных на оздоровление всей экономики Санкт-Петербурга за счет формирования современного эффективного конкурентоспособного туристского рынка, обеспечивающего широкие возможности для удовлетворения потребностей российских и иностранных граждан в туристских услугах, повышение занятости, рост уровня доходов и улучшение здоровья населения, сохранение и рациональное использование культурно-исторического и природного потенциала Санкт-Петербурга.

Задачами Программы являются:

- повышение конкурентоспособности туристского комплекса в Санкт-Петербурге;
- формирование позитивного образа Санкт-Петербурга как города, благоприятного для туризма;
- снижение фактора сезонности;
- мотивация туристов к повторным поездкам путем разработки и реализации проектов, направленных на развитие различных видов туризма;
- увеличение продолжительности пребывания туристов в Санкт-Петербурге;
- совершенствование системы обеспечения безопасности туристов;
- принятие мер, связанных с изменением визового режима для иностранных туристов в целях обеспечения большей доступности для пребывания в Санкт-Петербурге;
- обеспечение развития кадрового потенциала индустрии туризма.

Любой туристский центр, и Санкт-Петербург – в том числе, будучи насыщен достопримечательностями и культурными ценностями, не может удерживать большое внимание туриста более трех-четырех дней. По мнению разработчиков Программы, нужно «закольцевать» туристский центр. В этом поможет реализация проекта «Экскурсионный мини-поезд», который позволит приблизить Санкт-Петербург к европейским городам с высокоразвитым потенциалом туристской инфраструктуры. Планируется организация экскурсионных мини-поездов в районе Адмиралтейства, Петропавловской крепости, Пушкина, Стрельны и т.д.

Необходимо также разрабатывать абсолютно новые туристские программы, создавать абсолютно новые маршруты. Например, к ним может быть отнесено развитие и поддержка водных видов туризма в Санкт-Петербурге: круизного, паромного и яхтенного.

Круизы – это один из наиболее динамично развивающихся сегментов мировой туристской индустрии. Морской пассажирский порт «Морской фасад» – единственный в России, специализирующийся на приеме круизных и паромных судов. Его общая пропускная способность – 12 тыс. пассажиров в день или 1,2 млн. пассажиров в год.

Для развития в Санкт-Петербурге яхтенного туризма потребуется создание полноценных условий для обслуживания маломерного флота. В конце 2012 г. Россия откроет свои воды для захода иностранных яхт и катеров, что приведет к увеличению въездного туристского потока и в Санкт-Петербурге.

За последние годы в Санкт-Петербурге появились крупные международные гостиничные операторы: Kempinski, Corinthia, ACCOR (бренды Novotel и IBIS), Rezidor (бренды Radisson и ParkInn), SokosHotel, Marriott (бренды CourtyardbyMarriott и Renaissance). В ближайшее время планируется выход на рынок и таких операторов, как StarwoodWFourSeasonsHotels&Resorts, и целый ряд др.

Подводя итог, можно сказать, что в период до 2016 г. продолжится развитие приоритетных для Санкт-Петербурга видов туризма: культурно-познавательного, делового, яхтенного. Это послужит основой для формирования механизма сглаживания сезонности, более равномерного распределения туристических потоков в течение года и развития экономики всего города.

БУХГАЛТЕРСКИЕ РИСКИ В МЕЖДУНАРОДНОЙ ПРАКТИКЕ И СПОСОБЫ ИХ СНИЖЕНИЯ

Целикова Евгения Петровна,
СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 4 курс,
науч. рук. к.э.н., доц. Шмаль В.В.

В современных условиях существенно возросла роль бухгалтерской информации. Для обеспечения эффективности деятельности, организация постоянно нуждается в информации о себе, о своих контрагентах и конкурентах.

Основную роль в процессе обеспечения предприятия подобной информацией играет внутренняя и внешняя финансовая отчетность предприятия. От своевременности составления и достоверности отчетности зависит эффективность принимаемых управленческих решений, определяющих безопасные условия существования предприятия. В связи с этим особую значимость приобрели проблемы управления рисками, связанными с бухгалтерской информацией.

Уделяется огромное внимание анализу группы информационных рисков. Информационный риск можно охарактеризовать как риск, связанный с утратой и искажением информации, что приводит к непредсказуемым потерям. Информацией в этом случае являются сведения, данные, значения экономических показателей, являющихся объектами хранения, обработки и передачи и используемых в процессе анализа и выработки экономических решений в целях управления. К информационным рискам следует также отнести риски, связанные с осуществлением бухгалтерской деятельности на предприятии.

В последние годы изменился сам подход к осмыслению важности понятия «бухгалтерские риски» и управления этими рисками. Теперь, для обеспечения эффективности деятельности, организация должна не только управлять своими рисками, но и информировать своих партнеров как о видах риска, сопровождающих деятельность предприятия, так и о способах управления ими.

В подходах к определению понятия «бухгалтерский риск» в российской и международной практике можно обнаружить одно существенное расхождение.

В российской практике исследования бухгалтерских рисков и системы управления ими больше направлены в область фундаментального понимания

категории бухгалтерских рисков. Уделяется много внимания классификации рисков, изучению влияния неопределенности бизнес-среды, приводящей к возникновению бухгалтерских рисков и т.д. Например, в одной из книг д.э.н. Я.В. Соколова предложена разветвленная классификация ошибок в бухгалтерской отчетности, приводящих к росту бухгалтерских рисков. В ней указываются причины появления ошибок, а значит и бухгалтерских рисков. Это и отставание методологии учетного процесса, несвоевременность корректировки учетной политики в связи с изменениями в законодательстве, изменения во внутренней и внешней среде, уровень государственного и общественно-профессионального регулирования учета, а также сама ситуация неопределенности из-за возможных расхождений в толковании законодательных норм, альтернативности способов ведения учета, предусмотренных ПБУ и МСФО и т.д.

В работах зарубежных специалистов в области исследования бухгалтерских рисков внимание уделяется лишь методологическим вопросам анализа причин возникновения риска. Чаще всего исследователи связывают бухгалтерский риск с возможными ошибками при формировании бухгалтерской службой экономической информации о предприятии.

Если рассматривать классификацию бухгалтерских рисков, предлагаемую зарубежными авторами, то в большинстве источников указывается два вида рисков:

– Риск неправильно составленной финансовой отчетности

– Риск неправильных предположений при совершении финансовых расчетов

Риск неправильной бухгалтерской отчетности подразумевает, что бухгалтерская отчетность может содержать неправильную или вводящую в заблуждение информацию по целому ряду причин: ошибок, пропусков, искажений. Это может произойти либо случайно, по недосмотру, либо из-за преднамеренного вмешательства некоторых работников предприятия. Причины возникновения риска неправильно составленной отчетности, как правило, разделяются на следующие категории:

– Ошибка вотчете – ошибка допущена при подготовке бухгалтерской информации и руководство не обнаружило это во время анализа перед публикацией (непреднамеренная)

– Упущение– часть фактов не была включена, пропущена, потому что у бухгалтера не было информации о них.

– Искажение–какие-либо данные указаны неправильно, ошибочно или ложно (арифметические ошибки, пропуски и т.д.)

– Введение в заблуждение или обман– ситуация, когда присутствует преднамеренное, умышленное вмешательство с целью представить неправильные, вводящие в заблуждение данные. Это часто связано с обращением к креативному учету, ярким примеров которого может служить способ составления отчетности «cookthebook». Этот способ предполагает преднамеренное искажение финансовой отчетности компании, часто с целью избежать уплаты налога. Деятельность, осуществляемая корпорациями для

того, чтобы фальсифицировать их финансовую отчетность. Это обычно происходит, когда руководство заинтересовано в определенном финансовом результате, предвзято, ему не хватает объективности, и существует конфликт интересов между целями руководства и других заинтересованных сторон.

Риск неправильных предположений в финансовых расчетах рассматривает возможность появления бухгалтерского риска из-за изменения обстоятельств деятельности предприятий, и событий, исход которых на последнюю отчетную дату был неопределенным. Например: кредиторская задолженность банкам исторически составляла 1% от всей кредиторской задолженности, а по итогам последнего периода этот показатель ухудшился и составил 5%;правовой спор должен был иметь благоприятный исход, но имели место потери в результате возникновения дополнительных обязательств (оценка последствий событий после отчетной даты) и т.д.

Согласно международным стандартам, в корпоративной отчетности должна быть представлена информация о хозяйственных рисках предприятия. Необходимость представлять информацию о неопределенностях и соответствующих рисках обусловлена возможностью возникновения рисков для пользователей отчетности, в отношении принятых ими инвестиционных решений.

Управление бухгалтерскими рисками является необходимым условием повышения надежности бухгалтерской отчетности, а значит и уровня оценки корпорации на международном рынке.

Необходимость анализа бухгалтерских рисков и важность наличия на предприятиях эффективной системы управления рисками подтверждается еще и тем, что ежегодно одним из крупнейших мировых аналитических агентств GMIAnalyst публикуются рейтинги 100 самых заслуживающих доверия компаний, 400 лучших крупных компаний континентов, основываясь на анализе данных корпоративной отчетности более чем 120 000 компаний.

Один из самых авторитетных рейтингов агентства GMI’sAGR (риски в учете и управлении) составляется на основе статистического исследования выявленных при проведении аудиторских проверок фактов мошенничества, неточностей, искажений. По шкале от 1 до 100 оценивается «агрессивность» практики бухгалтерского учета. В компаниях с низким рейтингом AGR наблюдается снижение прибыли и признаки финансовой неустойчивости.

Процесс учета бухгалтерских рисков подразумевает наличие способов снижения уровня неопределенности и управление рисками.

В международной практике в качестве мер регулирования бухгалтерских рисков рассматривается соблюдение следующих условий:

– все затраты предприятия, как правило, рассчитаны и в пояснениях к отчетности объясняются способы их расчета;

– информация об условных обязательствах изложена в пояснительной записке, чтобы пользователи финансовой отчетности знали о существовании риска;

– события после отчетной даты, которые расцениваются как важные и актуальные, отражаются в финансовой отчетности;

– менеджменту необходимо констатировать, что финансовая отчетность точна, достоверна, составлена без ошибок и т.д.

Также в систему управления бухгалтерскими рисками включается:

– оперативный учет изменений в законодательных актах для предотвращения возникновения неопределенности в учете;

– своевременный и достоверный бухгалтерский учет последствий бухгалтерских рисков;

– предотвращения ошибок и искажений отчетности как последствий бухгалтерских рисков;

– обеспечение своевременной подготовки и переподготовки бухгалтерских кадров предприятия для подержания профессионализма на должном высоком уровне.

Таким образом, изучение бухгалтерских рисков и способов их минимизации является одним из самых актуальных направлений исследований как для российских, так и для зарубежных ученых. Ведь категория рисков в бухгалтерском учете до сих пор досконально не изучена. В то же время в современных экономических условиях одним из основных объектов управления на предприятии должен являться именно учет, ведь чем полнее будут выявлены бухгалтерские риски, тем точнее может быть оценена будущая ситуация, тем эффективнее впоследствии могут быть выбраны методы управления риском. А значит одной из важных задач руководства и бухгалтерской службы является выявление соответствующих угроз, идентификация соответствующих бухгалтерских рисков и принятие мер по их снижению.

Список литературы:

1. Мизиковский Е.А. Аудит резервов под бухгалтерские риски: международная и российская практика // Журнал «Аудиторские ведомости», 2009. – № 6.

2. Соколов Я.В. Основы теории бухгалтерского учета. – М.: Финансы и статистика, 2000 г. с. 329 – 335.

3. Risks in Accounting and Reporting, 2010 г., http://www.accountingrisk.com/risks-in-accounting-and-reporting

4. Management accounting – risk and control strategy // the Chartered Institute of Management Accountants, Scribd Inc., 2008. – №11.

Роль и место таможенных органов в системе валютного контроля

Чиркова Мария Алексеевна,
СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 4 курс,
науч. рук. асс. Капуста Б.В.

Таможенные органы призваны обеспечить в пределах своей компетенции национальную безопасность страны, важнейшими составляющими которой являются экономическая и финансовая безопасность. Это возможно посредством осуществления валютного контроля.

Валютный контроль представляет собой деятельность государства в отношении обеспечения валютного законодательства при осуществлении валютных операций. В России валютный контроль представляет собой составную часть системы валютного регулирования, которая обеспечивает эффективность устанавливаемых государством валютных ограничений.

Валютный контроль в области таможенного дела представляет собой деятельность таможенных органов по контролю над валютными операциями, связанными с перемещением валютных ценностей, таких как иностранная валюта и ценные бумаги, и товаров через таможенную границу Российской Федерации.

Наряду с таможенным валютным контролем выступают такие организационно-правовые формы валютного контроля, как банковский валютный контроль и общий (неспециализированный) контроль, включающий в себя контроль Министерства Финансов, а также взаимодействия с ним налоговых и правоохранительных органов.

Однако в связи с выделением трех таких уровней заметен явный недостаток – наблюдается пересечение и дублирование функций, а также отсутствие единообразного и четкого правового регулирования деятельности контролирующих органов.

ФТС России, а также подчиненные ей таможенные органы осуществляют проверки соблюдения требований законодательства о валютном регулировании и валютном контроле при перемещении физическими и юридическими лицами валюты и валютных ценностей через таможенную границу Российской Федерации и таким образом, реализуя функцию валютного контроля в пределах своей компетенции.

Каждые таможенные структурные подразделения осуществляют валютный контроль в рамках своей компетенции. Так, например, на уровне таможен и таможенных постов отделы таможенного оформления и таможенного контроля, а также отделы валютного контроля выполняют такие функции как таможенное оформление товаров при их вывозе с таможенной территории РФ и контроль операций по перемещению валютных ценностей юридическими лицами через таможенную границу. А на уровне РТУ отделы валютного контроля осуществляют проведение целевых проверок участников ВЭД по вопросам соблюдения валютного законодательства; осуществляют внутриведомственный контроль соблюдения законо-

дательства; рассматривают обращения лиц по вопросам осуществления валютного контроля и, в частности, в связи с изъятиями и конфискациями валютных ценностей; осуществляют тесное взаимодействие с другими агентами валютного контроля.

Технологически схема валютного контроля строится на возможности уполномоченных банков и таможенных органов, которые в период таможенного оформления осуществляют функции агентов валютного контроля, сравнения двух информационных потоков – движения товаров и движения денежных средств – в рамках автоматизированной информационной системы.

Таможенные органы выполняют в своей компетенции валютный контроль операций, связанных с перемещением товаров и транспортных средств через таможенную границу, в соответствии с федеральным законом Российской Федерации «О валютном регулировании и валютном контроле» от 10 декабря 2003 года. В данном случае валютный контроль заключается в проверке таможенными органами соблюдения сроков перечисления валютной выручки на счета в уполномоченные банки, подписавшие паспорт сделки по соответствующим внешнеторговым контрактам.

Валютный контроль реализуется таможенными органами также с целью проверки ввоза на таможенную территорию Российской федерации товаров, в отношении которых были перечислены за рубеж денежные средства, а также для проверки возврата в Российскую Федерацию денежных средств, уплаченных нерезидентами за неввезенные на таможенную территорию Российской Федерации товары.

Итак, систему валютного контроля в таможенной сфере можно представить через 3 компонента:

1) валютный контроль экспорта товаров;

2) валютный контроль обоснованности платежей в иностранной валюте за импортируемые товары;

3) валютный контроль иных внешнеэкономических операций.

Механизм валютного контроля при экспорте товаров предусматривает участие трех категорий субъектов: юридического лица – экспортера, уполномоченного банка и таможенного органа. Целью такого контроля является предотвращение сокрытия денежных средств в иностранной валюте или в валюте РФ, переведенных или подлежащих переводу в пользу экспортера импортером-нерезидентом в качестве оплаты за экспортируемые по контракту товары. Таким образом, можно сказать, что обязательным требованием валютного контроля является зачисление валютной выручки от экспорта товаров субъектом ВЭД на свой рублевый или валютный счет в уполномоченном банке.

Валютный контроль при импортных операциях осуществляется как и при экспортных. Модель деятельности предприятия-импортера в целом выглядит так: заключение импортного внешнеторгового контракта, перечисление денежных средств в счет оплаты, ввоз товара в страну. Целью валютного контроля при применении процедуры выпуска для внутреннего потребления является недопущение утечки капитала за рубеж, которая, в

свою очередь, негативно воздействует на денежно-кредитную систему России.

Таким образом, становится ясно, что велика роль таможенной службы в борьбе с нелегальной утечкой капиталов за границу. В настоящее время разрабатывается концепция валютного контроля, осуществляемого таможенными органами. В рамках концепции валютного контроля особое место уделяется устранению лазеек для утечки капитала, используемых участниками ВЭД при выборе конкретных таможенных процедур. В последнее время разрабатываются технологические усовершенствования и доработки действующей нормативно-правовой базы, в результате которых можно было бы достичь следующих изменений:

– увеличить охват системы валютного контроля, в том числе системы контроля бартерных операций;

– повысить достоверность информации, используемой в валютном контроле;

– обеспечить увлечение взыскиваемых ежегодно сумм штрафов по делам о нарушении валютного законодательства;

– поддержать тенденцию к снижению нарушений законнодательства;

– избежать потерь, связанных с дальнейшей либерализацией ВЭД и интеграционными процессами;

– обеспечить готовность системы валютного контроля к потребностям завтрашнего дня и преемственность в технологическом плане.

Одним из направлений развития валютного контроля как технологии, которая влияет на этапы таможенного оформления, представляет собой упрощение таможенного контроля для ускорения прохождения товаров и транспортных средств через таможенную границу.

Официальное принятие процедуры валютного контроля при таможенном оформлении в то же время с ужесточением требований к исполнению этих функций со стороны должностных лиц таможенных органов позволит также снизить количество некорректных данных, вносимых в информационную систему валютного контроля.

В заключение хочу добавить, что таможенные органы играют большую роль в системе валютного контроля, а также в обеспечении экономической и финансовой безопасности России. Однако в их деятельности присутствуют небольшие недочеты и недоработки со стороны технологического исполнения и нормативно-правовой базы, которые требуют доработки для более эффективной работы таможенных органов по осуществлению валютного контроля.

Список литературы:

1. Богомолова А.А. Таможенное право: конспект лекций, М: Юрайт-Издат, 2009

2. Федеральный закон «О валютном регулировании и валютном контроле» от 10.12.2003 №173-ФЗ

3. Дроздов Г.Д., Телегин В.А., Беззубенко М.В. Таможеная статистика. Практикум для студентов специальности 080507.65 (061100) «Менеджмент организации» – СПб.: Изд-во СПбГУСЭ, 2011. – 138 с.

4. Молчанова О.В., Коган М.В. Таможенное дело: учебное пособие – 2-е изд., доп. и испр. – Ростов н/Д: Изд-во «Феникс», 2007. – 317 с.

5. Куряков С.В. Диссертация. «Проектирование системы управления в таможне по обеспечению финансовой безопасности», 2007

Экономические аспекты таможенно-тарифной политики России в условиях ВТО

Шакун Ольга Андреевна,
СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 3 курс,
науч. рук. к.э.н., ст. пр. Чамов Р.Б.

ВТО – организация, созданная с целью либерализации международной торговли и регулирования торгово-политических отношений государств-членов. Обычно переговоры и процедура присоединения к организации занимают пять-семь лет, однако Россия вела их порядка 18 лет. При этом представители российских властей неоднократно заявляли, что в ходе переговоров стране удалось добиться максимально выгодных условий. В июне 2011 премьер-министр Владимир Путин объявил, что мы войдем в международную организацию ВТО только в рамках Таможенного союза с Белоруссией и Казахстаном. Позже было объявлено, что члены таможенного союза все же будут вступать в ВТО по отдельности, хоть и на согласованных друг с другом условиях.

С 1947 года расчисткой барьеров для крупных торговых компаний США и Западной Европы в международной торговле занималось Генеральное Соглашение по Тарифам и Торговле (GATT). В 1995 году 75 участников этой организации образовали Всемирную торговую организацию. ВТО отвечает за разработку и внедрение новых торговых соглашений, а также следит за соблюдением членами организации всех соглашений, подписанных большинством стран мира и ратифицированных их парламентами. Сейчас в ВТО состоит почти 160 стран и каждая из них обязана предоставлять другим членам организации режим наибольшего благоприятствования в торговле.

Присоединение России к ВТО не изменит уровень господдержки российского АПК в 2012 году, размер которой за счет средств бюджетов всех уровней составит 5,6 миллиарда долларов, сообщил директор департамента регулирования агропродовольственного рынка и развития инфраструктуры Минсельхоза России Сергей Сухов. До 2018 года в процессе вхождения в ВТО объем господдержки сельского хозяйства в рамках "желтой корзины" должен сократиться до 4,4 миллиарда долларов и далее поддерживаться на этом уровне. Но будет ли так на самом деле? Ведь по пра-

вилам ВТО государственная поддержка бизнесу запрещается. И за этим исправно следит Специальная комиссия по торговой политике стран-участниц, призванная следить за выполнением ими своих обязательств в рамках ВТО. Свидетельством этого является спор между крупнейшими субъектами международной торговли — Европейским союзом и США относительно введенных США в марте 2002 года высоких пошлин на импорт европейской стали с целью поддержки американской сталелитейной отрасли. Европейский союз расценил это как запрещенную нормами ВТО дискриминацию и оспорил эти меры жалобой в Комиссию, которая признала меры по защите американского рынка нарушающими правила ВТО. США вынуждены были отменить дискриминационные пошлины. Как Вы считаете, в отношении России будет по – другому? Участники Общественного Совета по развитию малого предпринимательства при Губернаторе Санкт-Петербурга считают, что именнослиберализацией налогового законодательства многие представители бизнеса связывают безболезненный переход к новым экономическим реалиям, которыми обернется участие в ВТО для российского бизнеса. Одним из препятствий успешного вхождения и продвижения отечественного товара на мировой торговой арене, питерские предприниматели называют высокую стоимость организации и ведения бизнеса в нашей стране. Кроме того, смутное ощущение тревоги у малого предпринимательства вызывает тот факт, что два длительных процесса – вступление в ВТО и развитие малого и среднего бизнеса, шли параллельно, так и не став взаимопроникающими. Например, участники рынка отмечают низкую информированность субъектов малого бизнеса о вступлении в ВТО, отсутствие анализа влияния участия в ВТО на малый и средний бизнес, а также, то обстоятельство, что план развития Петербурга абсолютно не учитывает наше членство во всемирной торговой организации.

Россия в рамках присоединения к Всемирной торговой организации согласилась на ограничение экспортных пошлин по более чем 700 товарным позициям, говорится в пресс-релизе ВТО. Но Россия сейчас нуждается не в экспансии, а в защите и восстановлении внутреннего рынка. Необходимо решить, как мы сможем простимулировать и оказать поддержку легкой промышленности, тяжелой промышленности, аграрному комплексу, малому и среднему бизнесу при вступлении в ВТО. По итогам переходного периода РФ взяла обязательство снизить средневзвешенную ставку импортного тарифа на товары до 7,8% с 10% в 2011 году. Средний сельскохозяйственный тариф будет снижен до 10,8% с нынешних 13,2%, средневзвешенная импортная пошлина на промышленные товары – с 9,5% до 7,3%. Часть импортных тарифов – более трети – будет снижена с момента присоединения, еще четверть – спустя три года после него. Самый длительный переходный период – 8 лет – установлен для мяса домашней птицы, 7 лет – для автомобилей, вертолетов и самолетов. Тарифные квоты устанавливаются для говядины, свинины, мяса птицы.

По словам М. Медведкова, Россия с момента присоединения к ВТО снизит только так называемые «антикризисные» пошлины. Он напомнил,

что переговоры по тарифам в целом были завершены в 2007 году, и «если взять тариф, допустим, на середину 2007 года, то он не изменился бы при нашем вступлении в ВТО». «Но поскольку в кризис были повышены пошлины на некоторые товары, то их придется понизить до антикризисного уровня», – пояснил он. В частности, по его словам, речь идет о понижении импортных пошлин на новые легковые автомобили с 30% до 25% с момента присоединения к ВТО (далее по ним предусматривается постепенное снижение в течение семи лет до 15%). Кроме того, по его словам, с момента присоединения к ВТО снизятся некоторые пошлины в сфере металлургии, химии. Россия также снимет ограничения на импорт техники, содержащей средства шифрования (криптографии), а также обнулит ввозные пошлины на высокотехнологичную продукцию. Сейчас развивающиеся страны, члены ВТО, имеют несколько более высокий уровень таможенно-тарифной защиты своих рынков по сравнению с развитыми – именно этот же трюк используется и применительно к России. Нам обещают, что в течение первого года после вступления России в ВТО ни одна внешнеторговая пошлина не будет снижена. По разным группам товаров предусмотрены переходные периоды от 1 года до 7 лет. В течение 7 лет пошлины на промышленные товары снизятся в среднем с 11,1 до 8,2 процента. Будут полностью отменены пошлины на компьютеры и элементную базу, снижены пошлины на бытовую электронику и электротехнику, лекарства, технологическое и научное оборудование.

Кроме того, РФ обязалась в течение 4 лет после присоединения к ВТО снять ограничение на владение иностранцами более 49% в уставных капиталах российских телекоммуникационных компаний, если таковое будет введено. В настоящее время этих ограничений нет. По сути, это «мертвая» норма соглашения – Россия выторговала возможность введения такого ограничения во время переговоров с ВТО еще много лет назад, пояснил «Интерфаксу» знакомый с ситуацией источник.В итоге, под угрозой дестабилизации, по мнению деловых людей, сегодня оказалось несколько отраслей. «Это текстильная, пищевая, фармацевтическая промышленность, общепит, сельское хозяйство и услуги – консалтинговые, юридические и медицинские», – заключила председатель Общественного Совета по развитию малого предпринимательства при Губернаторе Санкт- Петербурга Елена Церетели.

Налоговых послаблений для малого бизнеса в связи со вступлением России в ВТО не ожидается, однако законодатель планирует предусмотреть определенные меры налоговой политики для снижения предпринимательских рисков. Вступающая во всемирную организацию страна обязана широко открыть ворота для импорта товаров и услуг – в том числе и финансовых. Неизбежным следствием такой политики ВТО становится деградация собственного производства аналогичных товаров и услуг, сворачивание производства, рост безработицы и, соответственно, социальных проблем.

Применительно к России это будет означать засилье на внутреннем рынке второсортных продуктов питания, в том числе генномодифицированного, включая мясо, молоко, крупы, "стеклянные" помидоры, клубнич-

ку, отскакивающую от пола и так далее, по всему списку товаров, хождение которых "в европах" ограничивается все решительнее, а понижение российских пошлин сделает их продажу у нас сверхприбыльной.

Так что, Россия и ее население, наши будущие поколения – «материал» для экспериментов? От такой интервенции на наш внутренний рынок пострадает, прежде всего, наше собственное сельское хозяйство. Министр Елена Скрынник подписалась под требованием ВТО прекратить государственную поддержку аграрного сектора экономики, сегодня едва только встающего на ноги. Понятно, что в этих условиях устроенной искусственно конкуренции с западным товаром, Российский товар, при одинаковом качестве, не выдержит конкуренции по себестоимости производства и далее по цене сбыта. Стало быть, все наше зачаточное фермерство, все мелкие и средние производители сельскохозяйственной продукции будут обречены, поскольку себестоимость их мяса или молока будет много выше, чем импортных. Конкуренции даже не будет – в живых останутся только по-западному организованные производства, снабженные не столько западными технологиями и оборудованием, сколько иностранным уставным капиталом. Таким образом, отказ от поддержки собственного аграрного сектора наносит смертельный удар не только по нашим крестьянским хозяйствам, но и по всему экономическому комплексу – деградирует все, от семеноводства до машиностроения, вся цепочка отраслей промышленности, деградирует даже система профтехобразования и высшая школа и без того понесшие ущерб от «прогрессивных» реформ.

В результате несложного анализа и, в качестве оптимистического прогноза, можно сделать основной вывод, что высокоразвитые страны, сформировавшие главный "пул" ВТО, видят в энтузиастах вступления в организацию, прежде всего, рынок сбыта для собственного товара и, грубо говоря, поставщика «дешевых» основных ресурсов и сырья. В этом и есть суть "хомута" ВТО.

Малый женский бизнес в России: проблемы и перспективы (на примере потребительского комплекса Гатчины)

Юдина Анна Александровна,
СПбГУСЭ, ИСиУСП, 2 курс,
науч. рук. проф. Давыдов С.А.

Жизнь малого предпринимателя — это богатое поле возможностей, но и огромное количество трудностей и «ловушек». Неустойчивость предприятий малого бизнеса высока, как ни в одном другом секторе рыночной экономики. Однако именно малый бизнес может заполнить те ниши, которые пустовали в плановой экономике, и выполнить те функции, которые зачастую не готов взять на себя крупный и средний бизнес. Это, прежде

всего, услуги населению (бытовые, образовательные, в сфере отдыха и т. д.) и бизнес-услуги (консалтинг, маркетинг и др.).

А что мы знаем о женском малом предпринимательстве? Становление частного бизнеса женщин в современной России идет медленно, наталкиваясь на множество социальных, экономических и юридических барьеров. Женщина, как субъект предпринимательской деятельности, сталкивается с особым классом социальных проблем: конфликты ролей, выполняемые в общественной и частной жизни, массовое сознание, деформирование в сторону патриархата и другое. Неизбежная при переходе к рыночной экономике структурная перестройка требует пересмотра концептуальных и методологических подходов к формированию женского предпринимательства. Речь идет о создании благоприятных условий для раскрытия творческого потенциала женщин. Это важно не только для формирования политики занятости женщин на перспективу, но и для решения текущих, порой весьма острых проблем их определения в области карьеры. Тем более что в числе безработных большинство по-прежнему составляют женщины [4].

Весьма важно то, что в настоящее время в России практически нельзя ограничить пространство женского предпринимательства от других сфер бизнеса. Невозможно назвать численность реально действующих фирм в России, возглавляемых женщинами-предпринимателями, или численность промышленных производств, работающих под руководством женщин. И дело не просто в несовершенстве статистики, а в незаинтересованности лиц, делающих российскую экономическую политику, рассматривать женщин как реальных субъектов экономических преобразований.

Все это еще более осложняется, когда речь заходит о российских регионах. Там знание о статистических параметрах данного процесса можно обнаружить разве что в объединениях женского предпринимательства. Где объединения отсутствуют, можно надеяться лишь на информацию, передаваемую «лицом к лицу».

Проблема малого женского предпринимательства не является новой для отечественной социологии. За последние годы социологическим сообществом получено определенное приращение знаний в вопросах оценки статуса малого женского предпринимательства в России, анализа его общественных функций, выявления перспектив его развития [2, с. 7-18; 3, с. 15-22]. Бесспорным результатом такой аналитической работы стало признание того значения, которое имеет участие женщин в предпринимательской деятельности как с точки зрения решения проблем занятости и экономического роста, так и с точки зрения преодоления гендерного неравенства в нашей стране.

Впрочем, практика показывает, что в настоящее время малое женское предпринимательство в России переживает все еще явно не лучшие времена. Разумеется, многие из проблем представительниц данной социальной группы являются общими для отечественного малого предпринимательства, так и не сумевшего избавиться от пресса чрезмерного администрирования,

непомерных налогов и высочайших трансакционных издержек. К сожалению, работающие в малом бизнесе женщины, как правило, не имеют никаких привилегий перед их собратьями по цеху – представителями сильного пола. Более того, они скорее оказываются в еще менее завидном положении. Об этом, например, со всей очевидностью свидетельствует наметившаяся тенденция маскулинизации предпринимательства и отток женщин из сферы предпринимательской деятельности в сферу наемного труда – сферу, где у них традиционно имелись худшие по сравнению с мужчинами переговорные позиции, где они заметно проигрывают в оплате труда и имеют существенно более низкий материальный статус [1, с. 57].

Все эти факты указывают на то, что, несмотря на политические декларации правящего класса о безусловном приоритете предпринимательской деятельности, малое женское предпринимательство до сих пор не сумело раскрыть своего потенциала. Эта ситуация, разумеется, явилась следствием целого комплекса причин. И, как нам представляется, одна из таких причин – неполнота восприятия анализируемого явления, вызванная отсутствием адекватной объяснительной модели малого женского предпринимательства. Одним из возможных подходов к пониманию этого явления может стать его объяснение через призму концепций маргинальности.

Исследование малого женского предпринимательства как феномена маргинальности проходило в г. Гатчина с 1 июля по 28 июля 2011 года. В Гатчине проживают 91872 человека по данным последней переписи населения. Большинство малых предприятий города – это торговля и сфера услуг. По развитию сферы потребительского рынка Гатчина является одним из лидеров в Ленинградской области. На 1 января 2011 года в регистре Росстата по МО «Город Гатчина» зарегистрировано 2461 предприятие и организация [5] (то есть на 37 жителей – 1 предприниматель), что явилось нашей генеральной совокупностью. Была использована серийная гнездовая выборка и метод опроса в форме анкетирования.

В нашем исследовании было опрошено 945 малых предпринимателей, работающих в сфере потребительского комплекса г. Гатчины. Из них 671 мужчина и 274 женщины. То есть мы видим, что в этой сфере женщин всего лишь 29%, хотя именно в потребительском комплексы представлены типично женские ниши, такие как торговля и сфера услуг, что подталкивает нас к мысли о том, что если рассматривать всю совокупность малого бизнеса, число женщин окажется еще меньше. Большинство женщин малых предпринимателей сосредоточено в возрастной группе от 31 года до 40 лет (52,2%), большинство мужчин же в возрастной группе от 25 до 30 лет (42,6%). В группе 18-24 лет женщин нет совсем, тогда как мужчины там присутствуют, из чего следует, что более молодым женщинам решиться стать предпринимателями еще тяжелее. Как у большинства женщин, так и у большинства мужчин высшее образование. Большинство мужчин состоят в фактическом и зарегистрированном браке (56,9% и 41% соответственно), женщины же в основном замужем или разведены (43,1% и 32,8% соответственно).

Почти всем женщинам было тяжело решиться открыть свое дело (87,6% от общего числа опрошенных женщин), тогда как 67,3% мужчин отмечают, что им скорее не было тяжело решиться на этот шаг. Ситуация перехода в малые предприниматели для женщин оказалась очень тяжелой в отличие от мужчин, что также подтверждают ответы на вопрос о том, испытывали ли они психологический дискомфорт, страх, неуверенность в себе в первый год занятия бизнесом. Большинство из женщин малых предпринимателей испытывали психологический дискомфорт, страх и неуверенность в себе, коэффициент корреляции Пирсона между переменными испытывали ли психологический дискомфорт и тяжело ли было решиться открыть свое дело равен 0,769, что подтверждает их зависимость, и говорит нам о том, что те, кому было тяжело решиться открыть свое дело (а это в большинстве случаев женщины), в основном те из них и испытывали страх, неуверенность в себе в первый год занятия бизнесом. Таким образом, мы видим, что в случае женщин период перехода в малые предприниматели представлялся им как кризис.

Большинство женщин считают, что им затруднен доступ к определенным сферам деятельности (83,2%), мужчины же в большинстве случаев не соглашаются с этим и отмечают, что могут открыть бизнес и в других сферах (69,3%). Большинству женщин, в отличие от мужчин ограничен доступ к капиталу для расширения и развития своего бизнеса (78,5% и 9,5% соответственно). Большинство женщин уверены, что именно семья их главный помощник в бизнесе (70,4%), мужчины же считают наоборот (68,3%). Между тем 77,7% женщин отмечают, что семейные обязанности не позволяют им уделять должное внимание своему бизнесу, чтобы сделать его более успешным, мужчины же малые предприниматели никогда не сталкивались с такой проблемой. Большинство женщин отмечает, что у них не много знакомых предпринимателей (50,4%), мужчины же говорят об обратном (77,5%). Большинство женщин практически никогда не обращается за помощью к своим знакомым предпринимателям (78,5%), и это не удивительно, ведь у них их почти нет, мужчины же прибегают к такой помощи достаточно часто (50,2%). Также интересно, что в качестве поставщиков, партнеров, консультантов женщины малые предприниматели практически никогда не используют незнакомых лично им или их ближайшему окружению людей (об этом говорят 74,1% женщин), тогда как для мужчин предпринимателей это обычное дело (80,9%). Интересно, что имеется зависимость между тем, какие связи используют малые предприниматели в бизнесе и их материальным уровнем сейчас, а также уверенностью в завтрашнем дне своего бизнеса. Так предприниматели, часто обращающиеся за помощью к своим коллегам и рискующие иметь дело с непроверенными поставщиками, партнерами, консультантами имеют материальный уровень выше среднего и высокий, и считают, что через год их бизнес продолжит успешно существовать (Коэффициенты корреляции Пирсона: r=0,554 и r=0,322 соответственно). Таким образом, мы видим, что женщины малые предприниматели используют в бизнесе сильные инсти-

туциональные связи. Мужчины же малые предприниматели имеют более обширные связи, и именно это дает им доступ к дополнительному капиталу, не ограничивает их в выборе сферы деятельности, увеличивает их материальную базу и дает уверенность в завтрашнем дне.

Интересен тот факт, что большинство женщин малых предпринимателей скорее не любят свою работу, в отличие от мужчин малых предпринимателей (48,2% и 0,6% соответственно). То есть, мы видим скептическое отношение женщин к бизнесу, их замкнутость в своей профессиональной сфере, что выражается также в отсутствии знакомых предпринимателей, к которым, если что можно обратиться за помощью.

Откуда такие диаметрально противоположные взгляды мужчин и женщин малых предпринимателей? Ответ оказался прост: большинство женщин считают, что их обращение к предпринимательской деятельности было вынужденным, в отличие от большинства мужчин (98,9% и 82,3% соответственно). То есть у мужчин в большинстве случаев предпринимательский старт осуществлялся под действием рационального выбора (рационального взвешивания альтернативных издержек и выгод), у женщин же под влиянием иных причин и обстоятельств – отсутствия альтернативных возможностей обеспечения дохода (отсутствием работы, неудовлетворенностью работой: заработной платой, возможностями карьерного роста, отсутствием гибкого графика и т. д.). Именно поэтому женщины малые предприниматели из сферы потребительского комплекса отмечают, что испытывали психологический дискомфорт, страх и неуверенность в себе в первый год занятия бизнесом, и что в Гатчине не сформирована благоприятная внешняя среда для деятельности малых предпринимателей.

Из основных проблем, с которыми сталкиваются мужчины и женщины малые предприниматели можно предположить об их установках в бизнесе. Главная установка мужчин предпринимателей – увеличение прибыли, расширение своего сегмента рынка. Об этом свидетельствует то, что главной проблемой своего бизнеса они называют конкуренцию и низкую платежеспособность населения (53,5% и 12,1% соответственно). У женщин же малых предпринимателей основная установка в бизнесе – остаться на плаву, то есть выживание. Об этом свидетельствуют их главные проблемы – высокая арендная плата и дополнительный капитал (43,1% и 24,8% соответственно).

Итак, в результате проведенного исследования мы увидели, что в женском малом бизнесе Гатчины царит достаточно депрессионное настроение относительно будущего своего бизнеса, о чем, безусловно, необходимо задуматься властям, так как очевидно, что у женщин малых предпринимателей происходит деформация трудового поведения, что естественно сказывается на эффективности как их деятельности, так и трудовой деятельности их работников, на которых также воздействует синдром выгорания их руководителей. Если эта ситуация не будет меняться, многие предпринимательницы перейдут в теневую экономику, а также возможно перейдут к нечестным и незаконным методам зарабатывания денег.

Список литературы:

1. Айвазова С., Гендерное равенство в контексте прав человека. М: ЮНИОН, 2001 – 57 с.
2. Нельсон Л. Д., Бабаева Л В., Бабаев Р. О. Перспективы предпринимательства и приватизации в России: политика и общественное мнение – М: СОЦИС, 2003, № 1.—7-18 с.
3. Смольков В.Г. Предпринимательство как особый вид деятельности – М: СОЦИС, 2007, №2 – 15-22 с.
4. Официальный сайт федеральной службы государственной статистики, данные регламентной таблицы за 2011 год, www.gks.ru
5. Социально-экономическое развитие МО «ГОРОД ГАТЧИНА» за 1 квартал 2011 года, http://www.gatchina-meria.ru/economy/social2011_1.php, 01.06.2011

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ И УЧЕТ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ПРИБЫЛИ

Якушина Елена Александровна,
СПбГУСЭ, ИРЭиУ, магистрант, 1 курс,
науч. рук. к.э.н., доц. Тимофеева О.В.

Одной из основных целей функционирования коммерческой организации является получение прибыли.

Прибыль является одной из наиболее сложных, в высшей степени разносторонних экономических категорий. Прибыль – это основа экономического развития, важнейший показатель эффективности работы организации, объект распределения между собственниками организации.

Эффективность управления прибылью зависит от степени детализации экономического анализа, организации бухгалтерского финансового и управленческого учета.

Для создания качественной системы бухгалтерского учета распределения прибыли важным является разграничение понятий «чистая прибыль» и «нераспределенная прибыль».Чистая прибыль – это категория, присущая только данному отчетному периоду, она представляет собой разность между доходами и расходами организации. Нераспределенная прибыль – это часть капитала организации, может трактоваться как прибыль, оставшаяся в распоряжении организации с начала ее деятельности за вычетом выплат собственникам, создания резервов и других изъятий, отраженных на счете нераспределенной прибыли в соответствии с законодательством.

Для обобщения информации о наличии и движении сумм нераспределенной прибыли организации или непокрытого убытка предназначен счет 84 «Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)» (активно-пассивный, финансово-результатный счет).

При многофункциональном использовании нераспределенной прибыли для системного контроля ее состояния и движения целесообразно к счету 84 «Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)» предусмотреть субсчета.

Например, к счету 84 «Нераспределенная прибыль» для каждого этапа движения средств открываются три субсчета, которым присвоены следующие наименования: «Прибыль, подлежащая распределению», «Нераспределенная прибыль в обращении» и «Нераспределенная прибыль использованная».

На субсчет «Прибыль, подлежащая распределению» зачисляется вся сумма чистой прибыли отчетного года, из которой затем начисляются дивиденды (доходы) и производятся отчисления в резервные фонды. После отражения этих операций сальдо данного субсчета переносится в кредит субсчета «Нераспределенная прибыль в обращении».

На субсчете «Нераспределенная прибыль в обращении» с течением времени собирается общая сумма нераспределенной между собственниками прибыли. По существу, сальдо данного субсчета показывает величину средств, накопленных для создания нового имущества в форме основных и других материальных ресурсов. Записи по дебету этого субсчета производятся в корреспонденции с субсчетом «Нераспределенная прибыль использованная» лишь при фактическом использовании соответствующих средств на создание нового имущества. После отражения использования средств сальдо субсчета «Нераспределенная прибыль в обращении» представляет величину свободного остатка нераспределенной прибыли.

На субсчете «Нераспределенная прибыль использованная» обобщается информация о том, какая часть средств нераспределенной прибыли превращена из денежной формы в товарную, то есть на какую сумму приобретено новое имущество.

Также может быть использован другой вариант системы субсчетов, применение которого также направлено на повышение контроля за состоянием и движением средств нераспределенной прибыли:84-1 «Полученная прибыль», 84-2 «Нераспределенная прибыль», 84-3 «Использованная прибыль» и 84-4 «Полученный убыток».

На субсчете 84-1 «Полученная прибыль» отражаются решения собственников, связанные с общепринятыми правилами по распределению прибыли, полученной за отчетный год (дивиденды, резервный капитал).

После записей по использованию прибыли сальдо счета 84-1 «Полученная прибыль» отражает сумму нераспределенной прибыли, которая переносится на счет 84-2 «Нераспределенная прибыль» проводкой по дебету 84-1 «Полученная прибыль» и кредиту 84-2 «Нераспределенная прибыль».В результате субсчет 84-1 «Полученная прибыль» закрывается, а сальдо счета 84-2 «Нераспределенная прибыль» отражает величину средств, накопленных организацией. Кроме этого, субсчет 84-2 «Нераспределенная прибыль» предназначен для формирования информации об использовании прибыли, направленной на приобретение (создание) нового

имущества. Сумма, аналогичная предварительно учтенной на дебете счета 08 «Вложения во внеоборотные активы» и в последующем списанная с кредита этого счета на дебет счетов 01 «Основные средства» и (или) 04 «Нематериальные активы», одновременно с моментом вышеуказанного списания отражается по дебету субсчета 84-2 «Нераспределенная прибыль» и кредиту 84-3 «Использованная прибыль».

Распределение прибыли – процесс формирования направлений ее предстоящего использования в соответствии с целями и задачами развития организации.

Направления использования чистой прибыли определяются организацией самостоятельно.

При распределении прибыли должна быть достигнута оптимальность в удовлетворении интересов государства, собственников и работников.

За счет чистой прибыли формируется резервный капитал, выплачиваются дивиденды (доходы) собственникам, осуществляется покрытие убытков прошлых лет, социальные выплаты персоналу организации, перечисляются средства на благотворительные и иные цели, часть прибыли может быть использована в целях развития организации.

Сложность отражения распределения прибыли в бухгалтерском учете, в части ее реинвестирования в хозяйственную деятельность, вызвана отсутствием методики отражения в учете направления части капитала на производственное развитие организации.

При осуществлении капитальных вложений оборотные средства организации постепенно переходят в состав внеоборотных активов.

Средства чистой прибыли, направленные на развитие бизнеса, представляют собой капитализацию прибыли в активы организации, соответственно, их отражение в учете осуществляется записями на счетах активов, сумма собственного капитала организации не изменяется.

Показатель «нераспределенная прибыль» является финансовым, а не денежным показателем. Важно помнить, что на счете 84 «Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)» могут числиться суммы, не имеющие отношения к денежным средствам.

Для собственников организации важна информация о сумме нераспределенной прибыли, и прежде всего эта информация интересна с точки зрения оценки возможного объема дивидендов. Выплаты участникам организации обычно производятся в денежной форме, поэтому анализируется не только нераспределенная прибыль, но и остаток денежных средств на конец отчетного периода, а также чистый денежный поток (ЧДП) за отчетный период. Как правило, ЧДП и объем заработанной прибыли не совпадают.

Система учета и анализа использования нераспределенной прибыли должна давать оценку возможности и перспективы не только ее изъятия в виде выплат собственникам организации, но и спрогнозировать возможные объемы прироста долгосрочных активов в рамках имеющихся долгосрочных источников финансирования.

Правильная организация учета нераспределенной прибылис помощью системы субсчетов – является необходимым источником информации и основой для принятия обоснованных управленческих решений.

Стратегическая задача менеджмента любой организации – максимизация богатства собственников, следовательно, политика распределения прибыли должна строиться с учетом интересов последних.

Необходимо установить обоснованность структуры распределения чистой прибыли по каждому направлению во взаимосвязи с показателями, характеризующими инвестиционную, экономическую, финансовую деятельность организации.

Исходя из конкретных условий развития организации, рекомендуется постоянно пересматривать пропорции между потребляемой и капитализируемой частями чистой прибыли, принимая во внимание факторы, оказывающие влияние на формирование политики распределения прибыли. Наиболее важными из них являются следующие: правовые ограничения, темп инфляции, рыночная норма прибыли на инвестируемый капитал, стоимость внешних или альтернативных внутренних источников формирования инвестиционных ресурсов, уровень рентабельности организации, стадия жизненного цикла организации, текущая платежеспособность организации.

Особенное внимание следует обращать на законодательное регулирование вопросов, связанных с распределением прибыли.

Например, вопрос о выплате дивидендов за счет прибыли, сформированной за периоды, предшествующие отчетному финансовому году до сих пор остается дискуссионным.

Во избежание споров с налоговыми органами рекомендуется распределять чистую прибыль организации по итогам года (в том числе и на выплату дивидендов собственникам) на общем собрании участников (акционеров), утвердив пропорции распределения в решении.

Политика организации в отношении выплаты доходов существенно затрагивает интересы участников. В этой связи в организациях рекомендуется утверждать политику по распределению прибыли, которой будет руководствоваться общее собрание участников при принятии решений. Её целесообразно сформулировать в Положении о распределении прибыли – внутреннем документе общества.

Такая политика должна отражать требования общей стратегии развития организации, обеспечивать повышение её рыночной стоимости, формировать необходимый объем инвестиционных ресурсов, обеспечивать материальные интересы собственников и персонала. Это будет способствовать повышению эффективности деятельности организации и снижению вероятности возникновения корпоративных конфликтов.

Список литературы:

1. Климова Н.В. Бухгалтерский финансовый и управленческий учет в анализе формирования и использования экономической прибыли// Экономический анализ: теория и практика. – 2009, № 1.

2. Косова Д. Делим дивиденды //Консультант. – 2010, N 15.

3. Новоселов К.В. Изменения в порядке выплаты дивидендов и распределения прибыли между участниками общества//Российский налоговый курьер. – 2011, № 6

4. Орлова Е.В. Распределение чистой прибыли: правовые и бухгалтерские аспекты//Финансовый вестник: финансы, налоги, страхование, бухгалтерский учет. – 2010, № 7.

5. Щербинина Ю.В. Проблемы определения «денежной» составляющей нераспределенной прибыли// Финансовый вестник: финансы, налоги, страхование, бухгалтерский учет. – 2010, № 1.

БЮДЖЕТИРОВАНИЕ ПРОЦЕССА ПРОДАЖ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Ячменева Юлия Станиславовна,
СПбГУСЭ, ИРЭиУ, магистрант, 1 курс,
науч. рук. к.э.н., доц. Тимофеева О.В.

В современных условиях хозяйствования и нестабильности спроса, продажи предприятия являются ключевым объектом управления, который напрямую влияет на финансовые показатели и эффективность работы предприятия. Если ранее, в плановой экономике главная задача управления состояла в организации процесса производства и закупок, так как спрос на продукцию был гарантирован, то сейчас для достижения положительного финансового результата деятельности следует исходить от обратного: сначала спланировать что и в каких объемах можно продать, а затем выбрать наилучший способ производства этой продукции. Наиболее востребованным на практике инструментом, предоставляющим комплексную информацию для принятия управленческих решений, является бюджетирование.

Под бюджетированием понимают процесс разработки плана предприятия на будущий период, в результате которого хозяйственная деятельность представляется в разрезе финансовой структуры предприятия по центрам финансовой ответственности. Роль бюджетирования состоит в предоставлении информации, необходимой на всех этапах управления хозяйственной деятельностью предприятия: на этапе принятия решения, организации его выполнения, контроля за процессом выполнения и обратной связи для корректировки решения и его реализации. Экономическая сущность бюджетирования заключается в согласовании прогнозных результатов деятельности с целями предприятия и контроле за их достижением.

Внедрение бюджетирования на предприятии во многом зависит от его специфики, однако в целом оно осуществляется в несколько этапов, сходных для предприятий любой отрасли и любого масштаба.

Во-первых, требуется проверить корректность и эффективность организационной структуры предприятия и сформулировать финансовые це-

ли для различных уровней управления, то есть определить состав центров финансовой ответственности (ЦФО).

Во-вторых, необходимо выбрать и обосновать бюджетные показатели и методы их прогнозирования и планирования, сформировать бюджетную структуру предприятия. Затем следует установить персональную ответственность ЦФО за исполнение определенных бюджетов или бюджетных статей. По результатам анализа исполнения бюджетов принимаются управленческие решения. Алгоритмы разработки бюджетов должны учитывать особенности предприятия, а также опираться на те данные, которые возможно получить силами управленческого учета.

Методологию бюджетирования на сегодняшний день нельзя считать устоявшейся раз и навсегда – разные авторы указывают на различные принципы данного процесса. Так, одни выделяют принципы единства и целостности (вовлечение всех сотрудников в модель бюджетирования), непрерывности, гибкости (заключается в обеспечении возможности изменять направленность планов, в связи с возникновением непредвиденных обстоятельств), точности (любой план должен быть составлен с той степенью точности, какая только возможна и достаточна для достижения целей). Другие авторы добавляют принцип соблюдения единых стандартов при составлении бюджетов, принцип детализации расходов (в зависимости от утвержденного уровня существенности).

Центральным бюджетом на предприятии является бюджет продаж – операционный бюджет, содержащий информацию о запланированном объеме продаж, цене и ожидаемом доходе от реализации каждого вида продукции. Роль этого бюджета настолько велика, что приводит к необходимости создания отдельного подразделения, занимающегося изучением рынка и анализом портфеля продукции. Как правило, это отдел маркетинга. Качество составления бюджета продаж непосредственным образом влияет на процесс бюджетирования и успешную работу компании.

При составлении бюджета продаж нужно ответить на следующие вопросы: какую продукцию выпускать, в каких объемах она будет реализована (с разбивкой на определенные промежутки времени), какую установить цену продукции, какой процент продаж будет оплачен в текущем месяце, какой в следующем, и стоит ли планировать безнадежную задолженность.

На объем реализации продукции влияют макроэкономические показатели (средний уровень заработной платы, темп роста производства продукции по отраслям, уровень безработицы и т.д.), долгосрочные тенденции продаж для различных товаров, ценовая политика, качество продукции, сервис, конкуренция, сезонные колебания, объем продаж предшествующих периодов, производственные мощности предприятия, относительная прибыльность продукции, масштаб рекламной кампании и другие факторы.

Порядок и методические приемы составления бюджета продаж разнообразны и на практике часто зависят от особенностей предприятия. Прогноз продаж может быть составлен по способу «от достигнутого», при ко-

тором за основу плановых показателей на следующий период берутся показатели, полученные в предыдущем периоде, проиндексированные на соответствующий рост цен, инфляцию, сезонность и другие показатели, которые существенны для предприятия. Этот способ относительно прост и подходит тем предприятиям, деятельность которых стабильна во времени.

В случае отсутствия статистики продаж и при выпуске уникальной продукции иногда применяется метод «от производства», при котором за основу бюджетного планирования может быть взят желаемый или возможный рост объемов производства, измеряемый в натуральных единицах. Доходная часть при этом формируется на основе предполагаемой реализации в средних отпускных ценах за единицу продукции.

В случае необходимости описания различных вариантов развития рыночной ситуации рекомендуется использовать сценарный подход, цель которого состоит в моделировании нескольких сценариев при разных уровнях продаж. Так, рассматриваются самый оптимистичный, самый пессимистичный и некий средний варианты, и для каждой модели готовится соответствующий бюджет продаж. Таким образом, руководство предприятия более подготовлено к принятию решений и лучше представляет их последствия.

Практическая польза бюджетирования на предприятии состоит в получении информации, необходимой для принятия управленческих решений, однако ввиду большого объема получаемой информации рекомендуется ввести систему показателей для управленческого анализа, подходящую для конкретного предприятия. Так как эффективно управляемое предприятие имеет конкретную систему целей (они должны быть определены на начальном уровне постановки бюджетирования), оценить их достижение можно через соответствующий им ограниченный набор показателей, тогда как остальные показатели несут излишнюю для управления информацию и усложняют процесс обработки данных.

Применительно к бюджету продаж по результатам отчетного периода могут быть проанализированы такие показатели, как фактический объем реализации всего и по направлениям деятельности, товарным группам, основным видам продукции в сравнении с бюджетными данными. Факторный анализ покажет влияние изменения цен и объема продаж на полученную выручку и причины расхождения с бюджетными значениями. Таким образом, руководство предприятия может принять решение о мотивации сотрудников в связи с достижением запланированного уровня продаж, об отказе от производства убыточной продукции, о расширении объема выпуска продукции, пользующейся повышенным спросом, а также анализ расхождении план-факт поможет скорректировать бюджетную модель для получения более достоверных данных на следующий период.

Список литературы:

1. Войко Д. Система бюджетирования при формировании учётной политики организации // Финансовая газета. – 2005, №30

2. Батрин Ю.Д. Бюджетное планирование деятельности промышленных предприятий. – М.: Высшая школа, 2001 г., – 205 с.

3. Добровольский Е., Карабанов Б., Боровков П., Глухов Е., Бреслав Е. Бюджетирование: шаг за шагом. 2-е изд., дополн. – СПб.: Питер, 2011. – 480 с.

4. Липчину Н.В., Шевченко Ю.С. Проблемы формирования конечных финансовых результатов деятельности организаций // Экономический анализ. – 2007, №7 – 13-16 с.

Влияние Олимпийских игр 2014 на развитие туристско-рекреационной зоны Сочи

Бородина Дарья Юрьевна,
Псковский филиал СПбГУСЭ, 4 курс,
науч. рук. Федюкова Н.В.

Победа в борьбе за право принимать XXII Олимпийские зимние игры в Сочи представляет собой грандиозное по своим масштабам и значению событие в новейшей истории России в 21 столетии. Являясь комплексным многофункциональным проектом, определяемым в качестве национального приоритета государственного развития на ближайшие 6 лет, Олимпиада 2014 призвана оказать беспрецедентное влияние на современное состояние и перспективы различных сфер общественной жизни страны.

Сочи – самый крупный курортный город России. Город неофициально именуется летней и курортной «столицей» России. Муниципальное образование – городской округ Сочи (Большой Сочи), простирается от реки Шепси (начиная с поселения Магри), до государственной границы по реке Псоу и занимает общую площадь 3 502 км^2(в пределах городской черты 250 км^2) с населением 411,0 тыс. чел.

Необходимо отметить, что туристско-рекреационный потенциал Сочи недооценен. С позиции психофизиологической комфортности для туристов период с мая по октябрь включительно – идеальные рекреационные условия. Большинство туристов ассоциируют свой отдых в этом регионе исключительно с пляжно-купальным видом отдыха. При этом богатейшие природные ресурсы Северного Кавказа практически не используются[3].

Снижение совокупного спроса населения на рекреационные услуги, предоставляемые в Сочи, наглядно иллюстрируется следующими цифрами. К середине 90-х годов поток туристов снизился в 3-4 раза, а с учетом неорганизованных – еще значительнее. Минимальный поток был зарегистрирован в 1997 г. Поток иностранцев с 1988 по 1998 гг. упал в 16 раз. Доля иностранцев в общем туристском потоке в годы максимальной популярности Сочи достигала 10,4 %, снизившись до 3 % в 1998 г[4].

Рост стоимости рекреационного продукта на внутреннем рынке обусловил сокращение средней продолжительности пребывания на россий-

ских курортах с 20 дней в середине 80-х гг. до 12,4 дней в 1997 г. Сезонная диспропорция туристских потоков в летний и зимний периоды, привела к ежегодному закрытию в зимний период значительного числа санаториев, пансионатов и других баз размещения.

Анализ статистики потоков отдыхающих и состояния туристской инфраструктуры показал высокую сезонность в использовании туристско-рекреационного потенциала Большого Сочи, что связано с тем, что геоморфологические и культурно-исторические ресурсы играли второстепенную роль и были лишь в незначительной степени вовлечены в сферу туристско-рекреационной деятельности.

Природный потенциал позволяет городу Сочи привлекать туристов в течение всего года. Тем не менее, наибольшую рекреационную нагрузку в настоящее время курорт испытывает в теплое время года. [3].

Концепция «Сочи-2014» заключается в том, чтобы предложить спортсменам, туристам, а также всему миру проведение исключительных зимних Олимпийских и Параолимпийских Игр и в дальнейшем превратить Сочи в один из самых современных горноклиматических курортов мира.

Заявка «Сочи-2014» дала новый мощный толчок к созданию условий для развития зимних видов спорта.

Долговременный положительный эффект от реализации планов «Сочи-2014» включает:

1.Создание необходимой инфраструктуры, что создаст условия для организации в России горнолыжных соревнований общенационального и мирового уровня.

2.Создание круглогодичной туристской индустрии, что будет способствовать улучшению экономического положения местного населения и поддержит уровень занятости в течение круглого года.

3.Создание современных возможностей для развлечений, проведения выставок, гарантируя превращение Сочи в курорт мирового уровня.

4.Совершенствование условий для соблюдения экологических стандартов и расширение охраняемых территорий в сочинском регионе[2].

Вопросы экологической безопасности являются приоритетными при реализации олимпийских проектов на территории Большого Сочи, Очевидно, что любое крупное строительство неизбежно затрагивает растительный мир участка строительства. Так, объекты олимпийского строительства располагаются в бассейне р. Мзымта, на землях Сочинского национального парка.

Сочинский национальный парк, расположенный на южном макросклоне Северного Кавказа, обеспечивает стабильную экологическую ситуацию санаторно-курортной зоны Черноморского побережья.

При лесоустройстве 1996-1997 гг. было выделено пять функциональных зон:

- зона заповедного режима 51 060 га (26,4 % общей площади);
- зона с режимом заказника 36 585 га (18,9 % общей площади);

- зона регулируемого рекреационного использования 75 ПО га (38,8 % общей площади);

- зона обслуживания посетителей 11 882 га (6,1 % общей площади);

- зона хозяйственного использования 19 100 га (9,8 % общей площади)[1.стр312].

При планировании размещения олимпийских объектов было проведено новое функциональное зонирование территории Национального парка, при котором пострадала зона с режимом заказника: часть ее была переведена в зону рекреационного использования (рис.1).

В результате подготовки к проведению Олимпийских Игр будет создан уникальный круглогодичный курорт международного класса для россиян и иностранных гостей. Планируется увеличение туристического потока к 2015 г. до 6 млн. человек в год. Развитие Сочи станет импульсом к развитию всего региона, способствуя укреплению политической, экономической и социальной стабильности, в частности через создание дополнительных рабочих мест. Масштабные инвестиции приведут к диверсификации экономики, повысив конкурентоспособность страны[5].

Проведение в Сочи олимпиады полностью совпало с планами региона по развитию города. Такое совпадение довольно редкое, но, в свою очередь, существенно сокращает расходы и затрачиваемое время. Благодаря всем этим факторам город, помимо морского курорта, может стать мировым центром горнолыжного туризма, мировым тренировочным и подготовительным центром молодых спортсменов.

Список литературы:

1. Гордон К.А. Доклады Сочинского отдела географического общества СССР – М:Прогресс, 2007. – 312 с.

2. Леонов В.А. Сочи курорт – Краснодарское книжное издательство, 2007. – 321 с.

3. История олимпийских игр, http://www.olympiad. good-cinema.ru

4. Народная энциклопедия городов и регионов России « Мой город», http://www.mojgorod.ru/krasnod_kraj/sochi/index.html

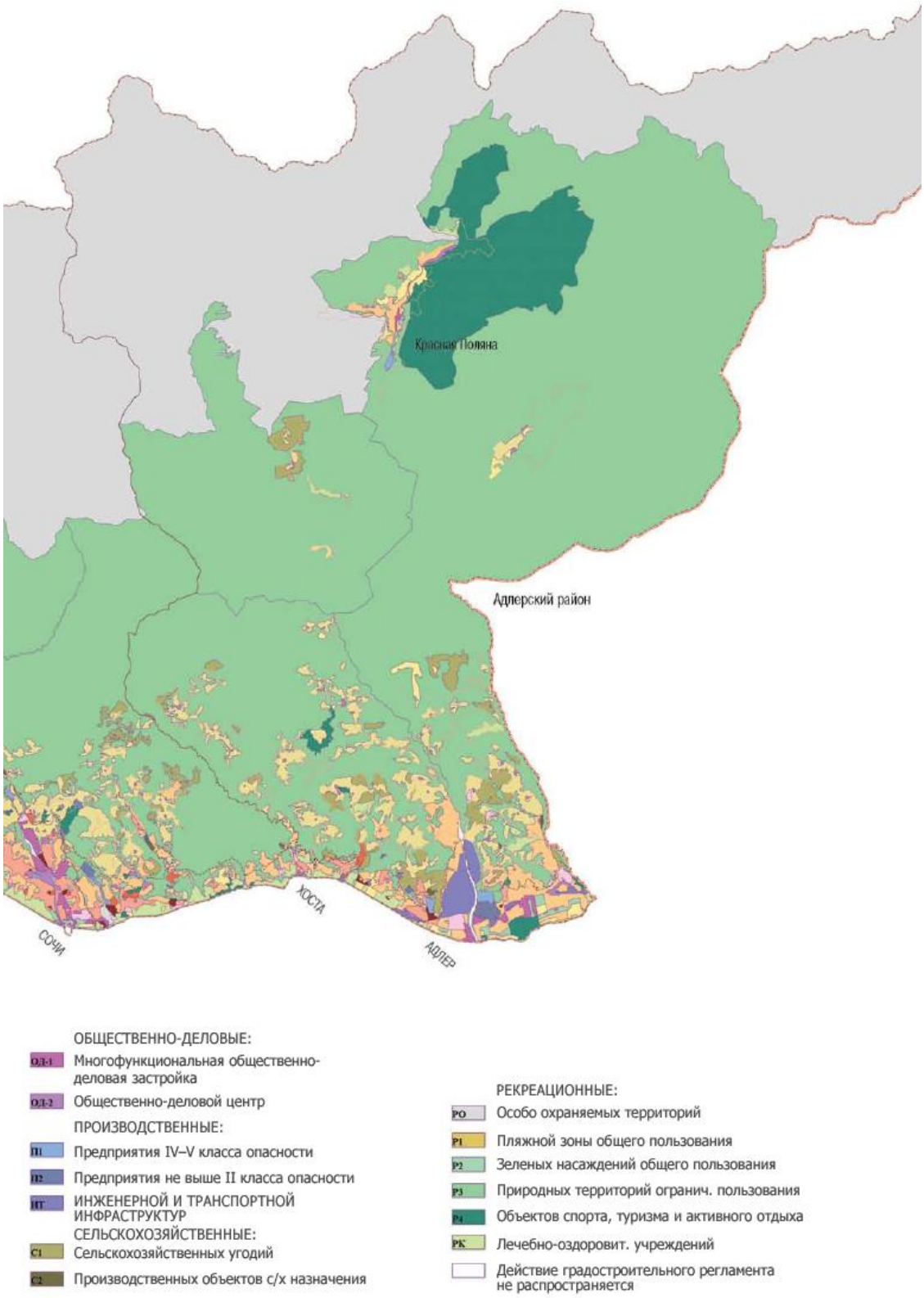


Рис. 1. Схема рекреационного зонирования Сочи

Особенности формирования себестоимости платных услуг в ЖКХ

Литвинова Любовь Анатольевна,
Новгородский филиал СПбГУСЭ, ИРЭиУ, 5 курс,
науч. рук. ст. пр. Иванова Ю.Н.

Услуги ЖКХ – это услуги, оказываемые населению, связанные с поддержанием и обеспечением бытовых условий в местах домашнего пребывания людей.

Производственная структура ЖКХ в настоящее время интегрирует более 30 видов деятельности, ведущие из которых жилищное хозяйство, теплоснабжение, холодное и горячее водоснабжение, водоотведение, пропуск и очистка сточных вод.

Актуальность темы заключается в том, что в настоящее время бесплатных услуг ЖКХ не существует. Дело в том, что жилищное законодательство провозглашает принцип платности оказываемых в коммунальной сфере услуг и работ.

Себестоимость услуг жилищно – коммунального хозяйства представляет собой стоимостную оценку используемых в процессе производства и реализации услуг природных ресурсов, сырья, материалов, топлива, энергии, основных средств, трудовых ресурсов, а также других затрат на их производство и реализацию.

Объектами калькулирования себестоимости являются услуги по каждому виду деятельности жилищно – коммунального хозяйства, а калькуляционной единицей – соответствующие измерители.

В себестоимость услуг жилищно – коммунального хозяйства включаются все затраты организации ЖКХ, обеспечивающие выполнение договорных обязательств по реализации услуги потребителю.

Расходы, связанные с выполнением работ, оказанием услуг, Методика рекомендует группировать по элементам, статьям затрат, объектам учета, планирования и калькулирования себестоимости.

Объектом исследования является филиал ООО «МП ЖКХ НЖКС» «Шимский межрайонный филиал». У предприятия себестоимость калькулируется из следующих видов работ и услуг:

- услуги водоснабжения и канализации;
- центральное отопление;
- подогрев воды;
- вывоз твердых и жидких бытовых отходов.

Затраты, образующие себестоимость услуг, группируются в соответствии с их экономическим содержанием по следующим элементам:

- материальные затраты;
- отчисления на социальные нужды;
- амортизация основных средств
- прочие затраты, включая ремонтный фонд.

Для определения фактической себестоимости сгруппировать затраты по элементам недостаточно, так как такое разделение расходов носит общий характер и не учитывает специфики деятельности.

Согласно Методике затраты разделяются на основные и накладные. Первые непосредственно связаны с производством работ и оказанием услуг, вторые – с обслуживанием и управлением отдельных подразделений. В свою очередь, основные затраты подразделяются на прямые и косвенные. Рассмотрим каждый из этих видов затрат.

Прямыми затратами являются расходы, которые можно включить в себестоимость конкретных услуг. В их числе оплата труда, стоимость материалов, топлива, электроэнергии, другие расходы, связанные с конкретным объектом калькулирования. Для обобщения информации об этих затратах используется.

Затраты на счете 20 "Основное производство" формируются отдельно про видам услуг(водоснабжение, пропуск стоков, теплоснабжение и т.д.) с последующим отражением услуг для нужд собственного производства через внутрихозяйственные расчеты.

На предприятии выделены подразделения транспортного обслуживания. Учет затрат таких подразделений ведется на счете 23 "Вспомогательные производства" Затраты данного счета распределяются на счета учета затрат согласно объемам потребляемых услуг в соответствии с производственными отчетами.

Косвенные затраты невозможно прямо включить в себестоимость определенного вида услуг, поэтому они распределяются пропорционально выбранному организацией показателю

К косвенным затратам относятся расходы, собранные на счете 25 "Общепроизводственные расходы". Распределение происходит между объектами калькулирования пропорционально заработной плате основных работников.

Накладные затраты собранные на счете 26 "Общехозяйственные расходы" субсчета головного предприятия, распределяются на филиалы пропорционально заработной плате производственных работников с отнесением сумм расходов в дебет счета учета затрат 20 "Основное производство".

В конце отчетного периода все общехозяйственные расходы списываются на себестоимость услуг, при этом происходит их распределение между видами услуг.

Нужно ли распределять накладные затраты так же, как косвенные? Очевидно, что при расчете полной себестоимости выполняемых работ, оказываемых услуг организации следует распределить накладные затраты. Но их можно списать сразу на счет 90 "Продажи" как условно-постоянные расходы, тогда себестоимость будет включать только прямые и косвенные расходы. Какой вариант предпочесть предприятию ЖКХ? Организации, у которых не так много направлений деятельности, могут составить калькуляцию себестоимости без распределения накладных расходов между выполняемыми работами.

В фактическую себестоимость выполненных работ, оказываемых услуг осуществленные затраты включаются ежемесячно. Для целей бухгалтерского учета все расходы признаются методом начисления, который подразумевает отражение расходов в том отчетном периоде, в котором они были осуществлены, независимо от фактической выплаты денежных средств.

При этом расход может быть признан только в том случае, если выполнены следующие условия, установленные п. 16 ПБУ 10/99:

- расход производится в соответствии с договором, требованием законодательства, обычаями делового оборота;
- сумма расхода может быть определена;
- имеется уверенность в том, что уменьшатся экономические выгоды организации.

Большинство затрат предприятия ЖКХ соответствует этим условиям, за исключением предварительной оплаты по договорам аренды и иным аналогичным договорам, по которой до момента оказания услуг в бухгалтерском учете признается не расход, а дебиторская задолженность.

Калькулирование себестоимости единицы услуги необходимо для обоснования уровня тарифов, определения прибыли, а также оценки эффективности технологических, организационных и экономических мероприятий по развитию и совершенствованию производственно-экономической деятельности организаций, предоставляющих жилищно-коммунальные услуги.

При расчете цен на тепловую энергию, предприятие ООО «МП ЖКХ НЖКС» «Шимский межрайонный филиал» руководствуется:[1,5]

- Федеральным законом от 27 июля 2010 года № 190 – ФЗ «О теплоснабжении» (в ред. Федеральных законов от 04.06.2011 N 123-ФЗ, от 18.07.2011 N 242-ФЗ, с изм., внесенными Федеральным законом от 07.12.2011 N 417-ФЗ)
- Постановление Правительства Российской Федерации от 26 февраля 2004 года № 109 «О ценообразовании в отношение электрической и тепловой энергии в Российской Федерации»
- Приказом Федеральной службы по тарифам от 6 октября 2011 года № 242 э/7 «Об установлении предельных максимальных уровней тарифов на тепловую энергию, предоставляемую теплоснабжающими организациями потребителям, в среднем по субъектам Российской Федерации на 2012 год» и т.д.
- При расчете цен на холодное водоснабжение, водоотведение и горячую воду предприятие ООО «МП ЖКХ НЖКС» «Шимский межрайонный филиал» руководствуется:
- Федеральный закон от 30.12.2004 N 210-ФЗ (ред. от 19.07.2011, с изм. от 07.12.2011) "Об основах регулирования тарифов организаций коммунального комплекса" (с изм. и доп., вступающими в силу с 01.01.2012)
- Постановление правительства Российской Федерации от 14 июля 2008 года №250 «Об основах ценообразования и порядке регулирования

тарифов, надбавок и предельных индексов в сфере деятельности организаций коммунального комплекса» и т.д.

Услуги бани, вывоз жидких и твердых бытовых отходов являются не регулируемыми видами деятельности, тарифы на данные услуги установлены внутри предприятия.

ТУРИСТИЧЕСКАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ СЕЛА

Серко Юлия Сергеевна,
Старорусский филиал СПбГУСЭ, 4 курс,
науч. рук. Сельскова О.А.

Согласно «Концепции социально-экономического развития Старорусского муниципального района на 2012-2014 гг.», одними из приоритетных направлений деятельности органов власти, ориентированных на достижение целевых параметров развития, являются развитие туризма и рекреационной деятельности, а также малого и среднего бизнеса. Эти направления развиваются в основном в городе, но не в районе. Чтобы узнать как привлечь инвестиции, повысить уровень жизни населения, а заодно и разнообразить досуг, работники «Отдела по культуре и делам молодежи» проводили со студентами, многие из которых выросли в селе, различного рода мероприятия: семинары, конкурсы, День самоуправления в администрации города и др. В ходе проведенных мероприятий было получено много свежих и оригинальных идей, к реализации одной из которых уже приступили.

Проект «Глубинка» представляет собой комплексное развитие одного из поселений Старорусского района, а именно Залучского. Совместную работу на каждом этапе Проекта ведут: сельские дома культуры, школы, библиотеки, администрация и местное население (далее участники Проекта). Профиль Проекта является комплексным, т.е. работающим по нескольким направлениям: краеведческому, историко-археологическому, этнографическому, экологическому, сельскохозяйственному и др. и определяется направлением работы культурных учреждений поселения.

Реализация проекта предполагает создание туристического продукта на базе поселения, состоящего из перевозки, размещения, питания, экскурсионных, досугово-развлекательных и бытовых услуг, спортивных программ, туристских походов.

Перевозкой занимаются: арендованный микроавтобус, школьный и рейсовый автобусы, личные автотранспортные средства в зависимости от предпочтения гостей.

Размещение производиться в гостевых домах или в отдельных комнатах. Большая часть приспособленного для приёма туристов жилого фонда оформлена в стиле этнографических традиций той или иной местности.

Исходя из предпочтений гостя, услуга питания оказываются в столовой: комплексное, по выбору, по предварительному заказу, либо в гостях у хозяев домашней кухней.

Осуществляется организация информационной, культурно-просветительской, экскурсионно-массовой и иной работы с гостями края.

Имеющийся комплекс туристических ресурсов даёт возможность воспользоваться услугами самого разного направления.

Культурно-познавательное направление широко представлено возможностью посещения многочисленных сопок, курганов, селищ и жальников, разбросанных по р. Ловати, р. Поле и рекам Робьям. В процессе прохождения маршрута «Расселение славян» и др. ведется ознакомление гостей, как с историей расселения славян, так и с историей возникших здесь сел.

Паломники смогут посетить святой источник в деревне Сорокопенно, увидеть арку церковных ворот в первозданном виде в д. Ляховичи и стены старой Благовещенской церкви в д. Погостище, действующую церковь Вознесения Христова в с. Залучье. Экскурсовод расскажет историю распространения православия на Залучской земле, строительства церквей, храмов и часовен, истории о жизни священнослужителей, прихожан, ясновидящей Манюшки из д. Гадово и многое другое.

Лечебно-оздоровительное направление представлено посещением: многочисленных родников, например, близ д. Избитово, Шумилкино, в оз. Дехино и др.; притока р. Робьи Великосельской – Капуниха, вода из которого помогает в лечение заболеваний кишечно-желудочного тракта; соленого руч. Бытец и впадающее в него небольшое озеро с лечебной грязью. Одни можно посетить, отправившись по маршруту «Природою сильны», другие индивидуально с сопровождающими в силу большой удаленности от населенных пунктов (лесники, охотники).

В рамках Проекта завершается создание музеев: этнографического «Живая старина» в д. Коровитчино, эколого-краеведческого «Лесная нечисть» в с. Залучье, историко-археологического «В глубь времен» в д. Пинаевы Горки, размещение музейных экспозиций которых предполагается и под открытым небом. Здесь имеется возможность ознакомится с культурой, бытом, ремеслами и говором людей Залучского края. Посещение музеев является частью многих разработанных маршрутов.

Любители этнического туризма смогут принять участия в организуемых массовых гуляниях в дни народных и престольных праздников: Новогодних, Рождественских, Крещенских, Ивана Купала, Ильи Пророка, Маковей, Яблочный Спас, Покрова Господня и др. Традиционный набор развлечений в эти дни включает посещение ярмарочных гуляний, посиделки у костра, катание с горок, колядование, кутья, святочные гадания, купание в проруби, реке, деревенскую баню, приобретение продукции местного промысла: мед, ягоды, травы, сувениры тряпичные, глиняные, деревянные и др.

Здесь будет интересно любителям экстрима, спорта и приключений. Летом, когда реки приобретают свою «постоянную» глубину, обнажая многочисленные «препятствия», наступает возможность осуществления такого вида водного туризма как сплав по реке (летний вариант маршрута «Из варяг в греки»). Любители рафтинга встретят на пути разбросанные старицы и озерки, косы и заводи, слани и пороги, перекаты и мели. Путешествие по долине р. Ловать – это продвижение по днищу древнего Среднеловатского озера, где можно наблюдать его следы на местами обрывистых берегах в виде обнаженных отложений, разноцветных полос напластований девонских красных и зеленых песчаников на подстилке из пестроцветной глины. Любители дайвинга могут изучить вымощенное брусчаткой местами дно, затонувшие во время ВОВ немецкие танки или укрытые слоем ила остатки старого корабля на р. Ловать, якорь которого извлекли в 2007г. Р. Робья Великосельская скрывает клад с картой, выточенной на камне.

Военно-исторический направление представлено маршрутом «Тропа памяти». Участники смогут не только посетить воинские захоронения, часовни, военные музеи, памятники и обелиски, но и оказать помощь, принять непосредственное участие в поиске погибших и незахороненных бойцов в составе поисковых отрядов «Долина» и «Рубин», работающих на Залучской земле.

Любителей рекреационного и экологического туризма здесь ждет успокаивающая и расслабляющая обстановка среди богатого цветущего леса и разнотравных полей, чистейших озер и извилистых рек. Любители экологических вылазок смогут освоить туристические маршруты: «Знакомьтесь – Заильменье!», «Природою сильны» и др.

С приехавшими самостоятельно туристами, участники работают по индивидуальной программе.

Реализация Проекта нацелена на:

- привлечения инвестиций на территорию края;
- повышение уровня жизни населения;
- снижение показателя безработицы
- пропаганду и формирование туристического имиджа края;
- охрана и пропаганда памятников истории, культуры и природы родного края;
- воспитание у населения патриотизма, гражданственности, бережного отношения к окружающей среде, традициям, культуре, истории своего народа и края;
- приобщению населения к историческому, духовному и природному наследию родного края через практическое участие в сборе и хранении документов, изучении и благоустройстве территории и исторических и культурных памятников.

Большие усилия приложены для создания информационных потоков, рекламы, обустройства территории с целью создания положительного

имиджа, который в плане социально-экономического развития территории имеет решающее значение в привлечении частного капитала.

Демографические особенности развития Новгородской области[17]

Якименко Ирина Ивановна,
Новгородский филиал СПбГУСЭ, аспирант,
науч. рук. д.э.н., проф. Безденежных Т.И.

Абсолютно бесспорно, что состояние демографии в нашей стране находится в глубочайшем системном кризисе. Все последние тенденции говорят о том, что он нарастает и усугубляется. Положение дел настолько серьезно, что в последнее время все чаще слышны заявления о том, что Россия уже прошла так называемый рубеж «невозврата», и восстановить численность населения уже не удастся.

И хотя мы, россияне, категорически не согласны с такой точкой зрения, нельзя не замечать, что состояние демографии несет прямую угрозу существованию нашей страны. Если нынешние тенденции не будут переломлены, жить в стране и производить ее национальное богатство будет попросту некому. И это – вопрос не отдаленного будущего, а ближайших десятилетий.

Таким образом, решение демографических проблем является одной из главных задач России на сегодняшний день.

В чем же выражаются нынешние демографические проблемы в России?

Это прежде всего низкая рождаемость, которая давно уже не обеспечивает даже простого воспроизводства населения. По данным переписи населения 2010 года она составила 1,469 на женщину, что не обеспечивает даже простого воспроизводства населения.

Во-вторых – это крайне высокая смертность россиян. Ее уровень в 1,6 раза превышает показатели развитых государств. Мужская смертность в 4 раза превышает женскую. Крайне высокой в нашей стране остается и младенческая смертность – она более чем в 1,5 раза выше, чем в Европе.

В-третьих – это низкая продолжительность жизни в нашей стране. По данному показателю Россия опустилась с 35-го места в мире, которое она занимала в 1975 году, до 129-го места в настоящее время.

Все вместе это ведет к общему сокращению численности населения в России. За последние 20 лет мы потеряли свыше 5 миллионов человек, или 4.1% населения.

---

[17] Статья подготовлена в рамках государственного задания на выполнение НИР на тему: Формы и методы управления социально-демографическими процессами и развитием рынков труда с учетом их региональной специфики. Задание Минобразования РФ (тема № 6.4517.2011).

И даже официальные прогнозы в этом вопросе отнюдь не утешительны – уже к 2050 году население России может сократиться до 77 миллионов человек, что в 2 раза меньше нынешнего уровня.

Среди других острых демографических проблем следует отметить следующие:

- заметное снижение доли детей и молодежи в структуре населения;
- рост доли граждан пенсионного возраста;
- рост числа инвалидов в стране. По данным Минздрав соцразвития РФ, ежегодно численность инвалидов в стране увеличивается на 1 млн. человек. Предполагается, что к 2015 году их количество может превысить 15 млн. человек.
- нарастание доли мигрантов, в том числе нелегальных, отношения которых с местным населением нередко складываются как конфликтные, а временами и откровенно враждебные.

В Новгородской области сложилась серьезная демографическая ситуация, которая отражает общие закономерности демографического развития России.

Демографическая ситуация в области характеризуется высоким уровнем общей смертности, относительно низким уровнем рождаемости, превышением смертности над рождаемостью и отрицательным естественным приростом населения. Следует отметить, что в последние годы в ее развитии наметились некоторые позитивные тенденции.

По численности населения область занимает 10-е место в Северо-Западном федеральном округе и 69-е место по России.

Плотность населения – 11,6 человека на кв. км (55-е место в России).

Великий Новгород концентрирует в себе 34,6 процента населения области.

Область относится к числу регионов с пониженным уровнем урбанизации – 70,6 процента при среднем по Российской Федерации – 73,8 процента (39-е место в России).

С начала 1990-х годов численность населения области постоянно уменьшается. Если на начало 1991 года в области проживало 751,9 тыс.чел., то на 14 ноября 2010 года (по данным итогов переписи населения 2010 года) – только 634,1 тыс.человек, а уже на 1 января 2012 года – 629,5тыс.человек. По прогнозу Федеральной службы государственной статистики, население области будет ежегодно сокращаться на 0,8%. К 2031 году число жителей области уменьшится на 94 тысячи человек и составит 546 тысяч человек.

В демографической половозрастной пирамиде Новгородской области присутствуют поколения как более многочисленные (поколения 50-х, 80-х годов), так и менее многочисленные (поколения 60-х, 90-х годов). Различия в численности возрастных категорий предопределяют современный процесс воспроизводства. Согласно шкале демографического старения по этапам старения и уровне старости населения (с учетом доли лиц в возрасте 60 лет и старше) население области относится к категории очень высо-

кого уровня демографической старости (более 18 процентов), что характеризует тип воспроизводства, как депопуляционный. Депопуляция, как процесс, окончательно сформировалась в области с 1995 года, так как превышение умерших над родившимися стало носить устойчивый и долговременный характер.

Снижение численности населения области происходит в результате его естественной убыли (число умерших превышает число родившихся), не компенсируемой миграционным приростом)В 2011 году в области родилось 7222 человека умерло 11627 человек. Естественная убыль составила 4405 человек), уровень смертности составил 18,4 на 1000 человек населения. Одной из главных причин этого является крайне низкая рождаемость. В 2011 году коэффициент рождаемости (число родившихся на 1000 человек населения) составил 11,5(в 1990 году – 12,3), коэффициент естественной убыли составил 6,9.

В числе главных последствий демографических процессов в регионе Новгородстат называет старение населения. Число жителей в возрасте 60 лет и старше к началу 2031 года возрастет до 27%. Доля трудоспособного населения сократится с 60% до 54%. "Такое значительное сокращение произойдет по причине того, что в данную категорию будут входить родившиеся на рубеже XX-XXI веков, когда наблюдалось самое низкое число рождений, выходить – более многочисленные поколения тех, кто родился в 1950-1960-х годах", – пояснили в Новгородстате.

По данным статистики, мужчины в Новгородской области живут в среднем 58,9 лет, женщины – 73,3 (в среднем 66,1). В целом по России люди живут в среднем 68,8 лет.

В 2011 году в области зарегистрировано 6225 браков (108,2% к 2010 году) и 3052 развода (102,3%). В 2011 году на 10 официально зарегистрированных браков приходилось 5 распавшихся, что соответствует тенденции последних 10 лет.

Положительное сальдо миграционного обмена со странами СНГ в 2011 составило 1615 человек. В основном в область прибывали граждане из Узбекистана, Таджикистана, Азербайджана, Украины, Армении и Молдовы.

Миграционный прирост со странами дальнего зарубежья составил в 2011 году 128 человек. Наибольший прирост обеспечили граждане Эстонии, Латвии, Грузии, Вьетнама.

Число выбывших из области в другие регионы России в 2011 году превысило число прибывших в область. Межрегиональная миграционная убыль составила – 277 человек.

Превышение числа прибывших жителей над выбывшими из области произошло за счет пополнения сельского населения.

Сфера общественных отношений, связанных с воспроизводством населения традиционно является достаточно деликатной.

Основные меры в указанной сфере воплощены в приоритетных национальных проектах, имеющих комплексный характер: «Здоровье»; «Жилище»; «Образование»; «Развитие агропромышленного комплекса».

Помимо мер общегосударственного характера в регионе реализуются меры по решению демографических проблем, разрабатываемые самостоятельно.

В 2009 году областной думой принята «Концепция демографической политики Новгородской области на период до 2025 года». Она представляет собой систему принципов, целей, задач и приоритетов в сфере государственного регулирования демографических процессов. Необходимость разработки Концепции обусловлена наличием кризисных явлений в демографическом развитии Новгородской области, а также взаимной обусловленностью решения демографических и социально-экономических проблем.

Концепция является основой для разработки мер, направленных на повышение рождаемости, охрану здоровья населения области, увеличение средней продолжительности жизни, оказание поддержки семье, регулирование миграции и иные аспекты демографического развития области.

Концепция учитывает особенности демографического развития Новгородской области и исходит из того, что в силу взаимообусловленности социальных, экономических и демографических процессов любые действия в социально-экономической сфере должны учитывать цели, задачи и приоритеты демографического развития области.

Концепция разработана с учетом Концепции демографической политики Российской Федерации на период до 2025 года, положений Послания Президента Российской Федерации Федеральному Собранию Российской Федерации от 5 ноября 2008 года, Устава Новгородской области, Концепции социально-экономического развития Новгородской области на 2009 год и плановый период 2010 и 2011 годов.

РАЗДЕЛ 2. «ЭФФЕКТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА И ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА В СОВРЕМЕННОЙ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПРАКТИКЕ»

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ МЕТОДИКИ АНАЛИЗА ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ТУРИСТСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Кириченко Анастасия Владимировна,
ОГИС, аспирант,
науч. рук. д.э.н., проф. Шапошников А.А.

В России в настоящее время постепенно формируется реалистичный подход к туризму и понимание его как сферы экономики, обладающей значительными выгодами для социально-экономического развития регионов страны.

Сегодня эта сфера динамично развивается и оказывает влияние на многие смежные секторы экономической деятельности – от промышленного производства до сельского хозяйства, включая транспортные коммуникации, гостиничное хозяйство, общественное питание и пр., способствует созданию значительного количества рабочих мест, увеличению налогооблагаемой базы и поступлений средств от налогов в бюджеты различных уровней. Следует отметить, что важнейшими факторами, оказывающими влияние на доходность туризма в экономике страны, являются природно-климатические и историко-культурные ресурсы, а также политический климат и уровень благоприятствования государственной политики в отношении туризма.

Формирование инновационной экономики в России в значительной степени определяется уровнем инвестиционной привлекательности и инвестиционной активности предприятий, расположенных на территории ее регионов и принадлежащих различным отраслям. Несмотря на то, что собственные средства предприятий имеют наибольший удельный вес в структуре инвестиционных ресурсов, их явно недостаточно для реализации новых целевых установок. Таким образом, привлечение различных источников для осуществления инвестиционной деятельности предприятий становится первоочередной задачей. Желание инвесторов вкладывать свои средства в значительной мере зависит от инвестиционной привлекательности хозяйствующего субъекта. У каждого уровня управления свои подходы и приоритеты в области инвестирования, поэтому требуются разные порядки (алгоритмы) и методики оценки инвестиционной привлекательности предприятия.

Исследование процессов и тенденций инвестирования в сферу туризма в условиях формирования и функционирования программ развития туризма предполагает разработку соответствующих принципов (исходных положений), на которых должен базироваться процесс управления инве-

стициями в сфере туризма и которые отражают специфику этого явления в силу объективно сложившихся в настоящее время условий. К основным концептуальным принципам инвестирования в туризме относятся:

– системность — необходимость использования элементов ситемного анализа при принятии решения об инвестировании в сфере туризма с учетом того, что туризм — большая открытая система, имеющая свойства неаддитивности, эмерджентности, связности, самоорганизации, синергичности и др.;

– комплексность — обеспечение сочетания стратегического, текущего и оперативного управления инвестиционной деятельностью в сфере туризма;

– предпринимательство — преимущественная ориентация на предпринимательский стиль стратегии управления инвестиционной деятельности;

– адаптивность — обеспечение приспособления инвестиционной стратегии к изменениям факторов внешней и внутренней среды, которые могут обеспечить корректировку целей развития туризма в регионе, приоритетов и механизмов их реализации;

– непрерывность — процесс инвестирования должен осуществляться постоянно в рамках установленного цикла;

– альтернативность — обеспечение альтернативами стратегий инвестиционного выбора при принятии стратегических инвестиционных решений в области туристских проектов и программ;

– учет риска — учет уровня риска в процессе принятия инвестиционных решений, обусловленный спецификой туристской деятельности в регионе;

– инвестиционная культура.

Особое внимание следует уделить механизмам привлечения инвестиционных ресурсов на базе широкого использования принципа проектного инвестирования, который уже применяется в туризме в качестве альтернативы инвестиционному кредитованию. Необходимо также более активно использовать принцип многоканального привлечения инвестиций (государственных, частных, смешанных).

Кроме того, рассмотрение проблемы формирования конкурентоспособной сферы туризма с точки зрения комплексного, системного подхода предполагает необходимость формулирования основополагающих принципов анализа, диагностирования и прогнозирования вложенных инвестиций в создание и развитие новых организационных форм, продвижение и сбыт туристских продуктов и услуг и др.

Основными принципами анализа являются научность, комплексность, системность, объективность, точность, достоверность, действенность, демократизм, эффективность, вариантность, целенаправленность, согласованность и др.

Анализ инвестиционной привлекательности должен носить научный характер, т. е. основываться на законах и закономерностях развития природы и общества, учитывать требования экономических законов в области инвестирования, при этом он должен быть комплексным. Комплексность исследования требует охвата всех звеньев, всех сторон инвестиционной деятельности и всестороннего изучения причинных зависимостей.

Оценка инвестиционной привлекательности должна быть объективной, конкретной, точной, основываться на достоверной информации, реально отражающей объективную действительность, а ее выводы должны подтверждаться точными аналитическими расчетами. Действенность анализа проявляется в активном воздействии на процесс инвестиционных вложений и их результаты и своевременном выявлении недостатков. При этом анализ должен быть плановым, систематическим, отсюда вытекает необходимость планирования аналитической работы в ходе подготовки и проведения инвестиционных вложений, распределения обязанностей по ее выполнению между исполнителями и контроля за ее проведением. Оперативность анализа означает умение быстро и четко проводить анализ, принимать управленческие решения и претворять их в жизнь. Демократизм анализа инвестиционных вложений предполагает участие в проведении анализа широкого круга заинтересованных лиц, что обеспечивает гласность в инвестиционной деятельности. Затраты на проведение анализа должны давать многократный эффект.

Диагностика инвестирования базируется на четырех видах измерений параметров системных характеристик: физических, динамических, контрольных (сравнительных) и прогнозных — и состоит из двух объектов анализа: диагностики результатов туристской деятельности за период и ее состояния на текущий момент и диагностики управления (диагностики бизнес-процессов). Финансовые показатели должны анализироваться в комплексе с остальными показателями деятельности.

Исходя из принципа разумной достаточности, следует использовать только те показатели, которые являются информационной основой для принятия инвестиционных решений. Принцип сравнимости должен быть реализован при условии сопоставимости, а для его реализации необходимо применение специализированных методов. Согласно принципу временной согласованности финансовой диагностики и принципу законченности рассчитываются все финансовые коэффициенты, делается горизонтальный и вертикальный анализ финансовой отчетности, и описываются ее особенности, характерные для анализируемого периода, делаются выводы, ради которых и были выполнены все предыдущие вычисления.

Следует отметить, что среди экономистов не существует единого подхода к анализу исследуемой экономической категории, а также мнения относительно направлений, количества и структуры показателей оценки, которые характеризуют инвестиционную привлекательность субъектов хозяйствования.

Методы оценки инвестиционной привлекательности предприятия рассмотрены в работах таких авторов как: А. Шилова, Л. Философова, В. Теплицкого и Ю. Костюковского, С. Г. Ерошенкова, Л. Бравермана и А. Саулина, М. Крейниной, У. Шарпа, А. Д. Шеремета и Р. С. Сайфулина, Г. Игольникова и Е. Патрушевой. Рекомендации других авторов, на наш взгляд, являются модификациями методик, представленных в названных работах.

Изучив научные источники по вопросам оценки инвестиционной привлекательности предприятия, можно отметить, что в науке не выработан единый подход к решению этой проблемы. Опубликованные в широкой научной печати методики оценки инвестиционной привлекательности предприятия достаточно общи и не дают возможности точно оценить интересующую многоаспектную экономическую категорию.

Научные разработки по вопросам методологического обеспечения оценки инвестиционной привлекательности предприятия, учитывающие отраслевые особенности деятельности субъектов хозяйствования, не позволяют применять их повсеместно в российской экономике в силу значительной производственной специфики, разной организационно-правовой формы субъектов хозяйствования, масштабов их деятельности, целевых дифференциаций интересов инвесторов и других объективных причин. В этой связи автор считает, что оценку уровня инвестиционной привлекательности предприятия не стоит ограничивать использованием общего методологического подхода. Многообразие и сложность российской экономической действительности определяют необходимость использования именно частных отраслевых моделей оценки инвестиционной привлекательности предприятия.

Методологические аспекты всестороннего, комплексного подхода к оценке инвестиционной привлекательности предприятия в настоящее время мало разработаны учеными-экономистами. Таким образом, для получения реальной и достоверной информации должны разрабатываться и получать распространение частные методики измерения этой экономической категории, учитывающие не только общепринятые критерии, но и привлекательность отрасли, экономические реалии в том или ином секторе народного хозяйства, отраслевые особенности условий ведения деятельности предприятиями, стратегические намерения и текущие интересы инвесторов.

Проблемы гостиничного сервиса в России

Клепцова Ольга Игоревна,
ОГИС, соискатель,
науч. рук. доц. Кулагина Е.В.

XXI век характеризуется быстрым развитием международного туризма. В последние десятилетия он приобрел массовый характер, чему способствовали как объективные факторы (в частности, рост благосостояния населения во многих странах), так и деятельность международных, региональных туристских организаций, развитие гостиничного бизнеса и аналогичных средств размещения для туристов. Индустрия туризма и гостеприимства взаимозависимы друг от друга. Бурное развитие одной отрасли по умолчанию развивает другую и наоборот.

Выделим наиболее острые проблемы, характерные для отечественного гостиничного сервиса, и предложим возможные пути их решения.

Ключевой проблемой большинства российских несетевых гостиниц является качество обслуживания. В настоящее время в России насчитывается около 4000 гостиниц, из которых более 70 % по качеству обслуживания не подходят ни под одну из действующих категорий. Не все гостиницы и средства размещения в России могут предоставить качественное и комфортное размещение своим постояльцам.

Четырех и пятизвездочные российские гостиницы преимущественно относятся к международным гостиничным цепям и управляются международными компаниями: их собственниками являются совместные предприятия с участием частных инвесторов и местных органов власти. Здесь высокое качество обслуживания диктует высокие цены, доступные для крупных бизнесменов, деловых туристов, известных артистов, спортсменов. Тогда как гостиницы туристского класса с хорошим уровнем сервиса для туриста со средним достатком практически отсутствуют. Формально в России есть гостиницы категории три звезды, но большинство из них не соответствует заявленной категории ни по качеству обслуживания, ни по уровню подготовки персонала. Поддерживать соответствующий уровень в каждодневном режиме позволяет строгая рабочая дисциплина, безоговорочное следование практическим правилам, а также постоянный контроль со стороны управляющих. Поэтому для менеджмента гостиницы важно иметь профессиональный штат, осуществлять его постоянную поддержку и стимулирование, чтобы предотвратить притупление качества исполняемых обязанностей сотрудниками гостиницы.

Другой серьезной проблемой развития гостиничного хозяйства в России является нехватка квалифицированных кадров, что, в частности, объясняет неэффективную организацию труда. Уровень профессиональной подготовки персонала, занятого в обслуживании иностранных туристов не всегда соответствует квалификационным требованиям сотрудников туристской индустрии. Российская система подготовки специалистов сферы

туризма находится на стадии становления. В настоящее время образованием в сфере туризма в России занимаются более 150 средних и высших учебных заведений (государственные и коммерческие) [1, с. 110]. Видимое благополучие профессиональной образовательной отрасли скрывает следующие проблемы: качество подготовки выпускников, соответствие преподаваемых теоретических знаний практике туристского и гостиничного бизнеса, востребованность выпускников высших учебных заведений в туристской и смежных отраслях. Большинство работодателей и исследователей, анализирующих проблемы высшего профессионального образования, одним из серьезнейших противоречий подготовки специалистов в системе высшего профессионального образования считают отрыв теоретических знаний, умений и навыков от реальной практики.

Материально-техническая база учебных заведений в большинстве российских городов не позволяет студентам получить необходимые практические навыки в течении учебного процесса. Показателен в этой плане небольшой городок Туке на севере Франции, где проживают 5 тыс. человек, а поток туристов в летний сезон достигает 100 тыс. Самое высокое здание в городе – Lucee Hotelier le Touquet (Гостиничный лицей г. Туке) [2, с. 18]. Данный лицей представляет собой прекрасно оборудованное просторное здание, в котором осуществляется подготовка персонала для гостиниц и ресторанов. Лицей развивается и реконструируется, действуют технологические лаборатории, учебные рестораны, без которых не представляется возможным подготовить грамотный персонал. В России нет учебного заведения такого высокого уровня. Потенциал у наших учебных заведений есть, но материально-техническая база не развивается с нужной скоростью.

Анализ зарубежного опыта подготовки специалистов по сервису и туризму позволяет сделать следующие выводы. Подготовка кадров осуществляется крупными туристскими и гостиничными предприятиями, имеющими свои учебные центры. Финансирование на 60-80 % осуществляется данными организациями. Будущий специалист должен обязательно проходить все уровни профессиональной подготовки: ученик (стажер) – студент – бакалавр – магистр – специалист, повышающий свой профессиональный уровень. Практика является составляющей частью учебного процесса. При этом соотношение числа теоретических и практических занятий является равным. Обучение будущего специалиста начинается в том случае, если выявлена потребность нем конкретного предприятия.

Основываясь на международной практике подготовки специалистов гостиничной индустрии, можно предложить следующие рекомендации для разрешения проблем в системе подготовки специалистов индустрии гостеприимства в России.

1. Необходимо формирование партнерских отношений между учебными заведениями и предприятиями гостиничной индустрии путем создания союзов ученых и специалистов в области гостеприимства.

2. Следует разработать новые подходы к организации практик и обучения студентов при участи представителей гостиничной отрасли.

3. Проведение работы по модернизации профессионального образования специалистов гостиничного сервиса в соответствии с Болонской конвенцией.

4. Предоставление возможности прохождения краткосрочной стажировки для преподавателей.

Рассматривая проблемы российского гостиничного хозяйства, следует отдельно выделить проблему взаимодействия гостиниц и туроператоров, связанные в основном с нарушением договорной дисциплины.

Гостиницы терпят убытки из-за того, что туроператоры, практикующие предварительное бронирование мест для своих групп, не всегда выкупают забронированные номера. Поздняя аннуляция заказов (т. е. отказ от ранее произведенных бронирований в предельно короткие сроки, что не позволяет повторно выставить номера на продажу) является одним из факторов риска в гостиничной индустрии в целом. В качестве противодействия таким неблагоприятным факторам гостиницы включают в договоры различные положения о предварительной оплате и залогах, т. е. стандартный набор мер, используемых всеми отелями независимо от страны базирования для снижения потерь от срывов предварительных финансовых планов.

Туроператоры в свою очередь также имеют претензии к партнерам – средствам размещения. Нередки случаи, когда гостиницы занимают выжидательную позицию и не подтверждают заявки на бронирование в сроки, оговоренные в контрактах. Особенно часто так поступают отели накануне крупных событий, праздников, вызывающих высокий спрос на услуги размещения. Поскольку отелей, принимающих иностранные туристские группы, не так много, туроператоры не идут на расторжение контрактов с гостиницами-нарушителями. Некоторые гостиницы сознательно отсекают групповой туризм, выставляя для туристских групп цены выше, чем для корпоративных клиентов, или предлагая размещение без скидок. Туроператорам бывает достаточно сложно защитить свои позиции, особенно в условиях превышения спроса над предложением.

Другой серьезной проблемой в гостиничном бизнесе России является избыточное бронирование – продажа большего количества номеров, чем имеется в наличии. Происходит это вследствие нескоординированной работы автоматических компьютерных систем бронирования, либо из-за неаккуратной работы служащих гостиниц. Во избежание подобной ситуации рекомендуется связываться с гостиницей накануне прибытия, а также всегда иметь при себе номер бронирования. Номер отмены бронирования также рекомендуется хранить, чтобы его можно было предъявить в случае ошибочного снятия денег с пластиковой карточки клиента (за «неприбытие»).

Рассмотренные проблемы характерны для большинства российских несетевых гостиниц. Подобные проблемы решаемы и требуют корректировки менеджмента в гостинице, взаимодействия с ВУЗами при подготовке специалистов по гостиничному сервису, поиска взаимовыгодных усло-

вий в работе с турфирмами, а также налаживания и четкого контроля всех бизнес-процессов, протекающих в российской гостинице.

Список литературы:

1. Сакун Л.В. Теория и практика подготовки специалистов сферы туризма в развитых странах мира. – К.: МАУП, 2004. – 399 с.
2. Седова Н.Н. И вновь о проблемах образования // Гостиница и ресторан. – 2006, № 6. – 18-19 с.

РАЗРАБОТКА КОМПЛЕКСА МЕРОПРИЯТИЙ ПО ПОВЫШЕНИЮ КАЧЕСТВА РАБОТЫ СЛУЖБЫ ПРИЕМА И РАЗМЕЩЕНИЯ В ГК «КАМЕЛОТ»

Николаева Ольга Николаевна,
ОГИС, 5 курс,
науч. рук. Клепцова О.И.

В ходе прохождения практики в ГК «Камелот» нами было проведено анкетирование сотрудников службы приема и размещения, в результате которого были выявлены следующие особенности:

1. Весь коллектив службы приема и размещения представлен женским составом.
2. Возраст персонала службы приема и размещения колеблется в диапазоне от 31 до 50 лет: 50% сотрудников находятся в возрасте от 31 до 40 лет, вторая половина – в возрасте от 41 до 50 лет.
3. 75% сотрудников имеют высшее образование, оставшаяся часть – среднее специальное.
4. 50% сотрудников владеют французским языком, 50% – немецким и английским языками.
5. 50% сотрудников оценивают свой уровень знания иностранного языка как удовлетворительное, 25% оценивают его на «отлично» и «неудовлетворительно» соответственно.
6. Никто из сотрудников службы приема и размещения не испытывает сложностей при обслуживании иностранного гостя.

Из полученных данных можно сделать вывод, что, несмотря на то, что у администраторов гостиницы не возникает проблем в общении с иностранными гостями (поскольку в большинстве случаев иностранных гостей сопровождают переводчики), сотрудники оценивают свои знания иностранного языка не так высоко. На наш взгляд, необходимо проведение курсов иностранного языка на базе гостиницы для контактного персонала для восполнения пробелов и повышения качества разговорной речи при общении с иностранным гостем.

Также нами был изучен журнал регистрации иностранных гостей. С деловыми целями приезжают из таких стран, как Германия, Италия, Франция, Испания, Финляндия, Китай. С туристической целью приезжают

из США, Кореи, Турции. По результатам опроса выявлено, что 75% сотрудников не знает специфики обслуживания иностранных клиентов. На наш взгляд, владение технологией обслуживания иностранных клиентов позволит обеспечить правильное обслуживание гостя, правильный подход, стиль общения и знание нюансов той или иной нации. Таким образом, необходимо разработать памятку для сотрудников службы приема и размещения по специфике обслуживания иностранных гостей.

Также была проанализирована база данных постоянных клиентов, которые имеют скидку при обслуживании в гостинице. На сегодняшний день база данных представлена в гостинице печатным вариантом в количестве 10 страниц. Гости расположены не в алфавитном порядке, а в порядке нумерации карт, которыми они пользуются. Работа с таким документом очень неудобна и занимает много времени у работника и у гостя. Следовательно, следующий акцент – это создание качественной базы данных клиентов.

Также нами было проведено анкетирование клиентов с целью изучения их удовлетворенности качеством обслуживания службы приема и размещения. Результаты анкетирования продемонстрировали следующие данные:

1. 65% проживающих гостей составляют мужчины и 35% – женщины соответственно.

2. 85% гостей имеют возраст от 31 до 40 лет, 5% – от 20 до 30 лет, 5% – от 41 до 50 лет, 5% гостей – старше 50 лет.

3. 70% гостей замужем/женаты, 30% – холостые.

4. 80% клиентов ГК «Камелот» являются гражданами РФ, 20% клиентов составляют иностранцы.

5. 75% проживающих посетили город с деловыми целями, 25% имеют туристскую цель посещения города.

6. 50% гостей при бронировании номера пользовались телефоном, вторая половина воспользовалась услугами службы бронирования.

Ответы на вопросы о качестве предоставляемой по гостинице информации, о культуре общения персонала, о внешнем виде и доброжелательности сотрудников ресепшена варьировались от «хорошо» до «отлично». Рекомендации клиентов были сведены к наличию новой стойки ресепшен и запрете курения в номерах.

В результате проведенного исследования были предложены следующие мероприятия по улучшению качества работы службы приема и размещения:

1. Были подобраны наиболее подходящие курсы обучения иностранному языку, учитывая график работы сотрудников, уровень их знаний и специфику процесса обслуживания.

2. Была создана более удобная и эффективная электронная база данных постоянных клиентов, позволяющая оперативно найти необходимую информацию о клиенте.

3. Была составлена памятка для сотрудников ресепшен по специфике обслуживания иностранных клиентов.

Критерии успешной карьеры специалиста гостиничного сервиса

Тринц Юлия Владимировна,
ОГИС, 4 курс,
науч. рук. Клепцова О.И.

Индустрия гостеприимства является быстро развивающейся сферой бизнеса в мире. Именно она лидирует по количеству предоставляемых рабочих мест. В ближайшие 10 лет отрасль будет развиваться в среднем на 4,4% в год, постоянно увеличивая количество предоставляемых рабочих мест.

Мировой пассажиропоток постоянно растет, и это не может не сказаться на росте гостиничного бизнеса и индустрии гостеприимства в целом. По оценкам специалистов Международного совета по туризму доля рабочих мест в сфере гостеприимства увеличится с 8,1% в 2010 году до 9,2% в 2020 году от общего числа, а их количество увеличится с 236 млн. чел. в 2010 году до 303 млн. чел. в 2020 году.

Стоит также отметить, что эта индустрия не только самая быстро развивающаяся, но и самая большая. Среди предлагаемых рабочих мест в этой сфере рестораны, огромное количество туристических агентств, компаний сферы здоровья и SPA, различных парков, казино. По оценкам специалистов отрасли количество руководящих позиций только в верхнем секторе индустрии составляет 600 тыс. чел.

Неудивительно, что с развитием отрасли растут и требования к специалистам. Крупные компании стараются нанимать тех специалистов, которые получили хорошее образование в этой области и обладают не только достаточной академической базой, но и отличным знанием и чувством индустрии.

Но не менее интересным является то, что именно привлекает людей работать в индустрии гостеприимства. Во-первых, это имидж гостиничного бизнеса. Молодые люди, только окончившие школу и выбравшие специальность «Гостиничный сервис» в качестве будущей профессии, часто бывают слишком очарованы внешней красотой и роскошью высококлассных отелей. Это побуждает их думать, что работа в сфере гостеприимства обязательно является интересной и многообещающей.

В России туризм и гостиничное дело начали активно развиваться около 10 лет назад, т. е. эта отрасль является достаточно новой для нашей страны, отсюда и повышенный интерес к ней со стороны трудоспособного населения. Кроме того, для будущих студентов гостиничного сервиса наличие зарубежных стажировок в этой сфере является отличной возможностью посмотреть мир и построить карьеру не только в России, но и за рубежом.

Для изучения главных критерий, определяющие выбор специализации «Гостиничный сервис», нами было проведено

анкетирование среди студентов Омского государственного института сервиса 1, 4 и 5 курсов данной специализации. Всего было опрошено 40 человек в возрасте от 17 до 22 лет. Половой состав респондентов составил 62,5% – девушки, 37,5 % – юноши.

Исследование показало, что студенты 1 курса более позитивно настроены по отношению к своей будущей специальности, чем студенты старших курсов. На вопрос о выборе специальности, студенты всех курсов почти единогласно (75%) выразили свое желание построить карьеру в индустрии гостеприимства, лишь 10% студентов поступили на данную специализацию потому, что не знали куда поступить. 15% студентов выбрали гостиничный сервис по рекомендации родственников и знакомых.

Почему же они выбрали именно ОГИС? 12,5% студентов выбрали данный институт из-за его престижности, 17,5% студентов послушали своих родителей или знакомых, и 70% опрошенных студентов выбрали ОГИС из-за наличия специализации «Гостиничный сервис».

Вопрос о критериях успешной карьеры в индустрии гостеприимства показал следующие результаты. Студенты 1 курса полагают, что внутренние личные качества и высшее образование в первую очередь помогут им получить хорошую работу, в то время как студенты старших курсов считают знание иностранного языка и наличие опыта работы самыми главными критериями при устройстве на работу.

ТЕМАТИЧЕСКИЕ ОТЕЛИ КАК ФАКТОР УСИЛЕНИЯ ТУРИСТСКОГО ИНТЕРЕСА

Червонная Марина Витальевна,
ОГИС, 5 курс,
науч. рук. Клепцова О.И.

Наряду с существующими отелями со стандартным набором предоставляемых услуг в настоящее время все шире распространяется строительство тематических отелей. Главными особенностями тематических отелей являются оформление и дизайн. Тематические (или необычные) отели различаются размером, оборудованием, ассортиментом предлагаемых услуг и ориентированы на определенные группы туристов.

Тематическим отелям не присваивается категория «звездности», уровень комфорта, сервиса и цены могут соответствовать как пятизвездочной гостинице, так и весьма скромному мотелю. Каждый тематический отель – единственный в своем роде. Например, философский отель в Амстердаме, каждый из 38 номеров которого посвящен одному из великих философов; отель, в котором можно почувствовать себя «хоббитом» на Гавайях, рассчитан на проживание двух человек; небольшой отель в румынских Карпатах в замке Бран XIII века (Замок Дракулы); бывшая королевская тюрьма в Стокгольме, а ныне – отель «Лангхольмен». Наибольшей известностью из тематических отелей

пользуется концепция «холодного отеля» или так называемые «ледяные иглы». Также популярны отели в транспортных средствах, оснащенных удобствами (самолет образца 1950 г., железнодорожный вагон, индийский дворец на колесах). К низкобюджетному специфическому варианту отдыха относится японское изобретение – отель-капсула. На глубине 6 метров шведского озера Маларен расположен коттедж «Утер Инн». Гостиница «Жюль» в Ки Ларго во Флориде предназначена для дайверов – в нее можно попасть через подводный люк. Наибольшим разнообразием представлены отели на деревьях, которые можно найти в джунглях, в гуще тропических лесов. Единственный в мире подземный отель находится в австралийской пустыне КуберПеди в районе месторождений опала.

При написании данной статьи было проведено анкетирование клиентов туристской фирмы «MaxTravel». Половой состав респондентов составил: 80% – женщины, 20% – мужчины. Возраст опрашиваемых клиентов составляет от 20 до 40 лет. Уровень дохода респондентов колеблется в следующем диапазоне: 50% – средний, 30% – выше среднего, 20% – высокий. Большая часть респондентов (70%) совершает путешествия раз в год, 20% и 10% клиентов совершают путешествия часто и редко соответственно.

В ходе исследования было выявлено, что 60% опрошенных знают, что такое тематические отели. У всех опрошенных туристов есть желание посетить этот необычный вид размещения.

Наиболее привлекательными категориями отелей для посещения оказались: ледяные отели (30%), подводные отели (20%), отель-замок и экологические отели (15%), передвижные отели (10%), а также отели на деревьях (10%).

Так же было проведено интервью с менеджерами туристкой фирмы «MaxTravel», в ходе которого выяснилось, что клиентам в основном предлагают стандартные виды отелей с обычным набором услуг. Мы предложили разработку вспомогательного пособия по тематическим отелям, который можно использовать в работе менеджеров по туризму для консультации клиентов, предпочитающих необычный вид отдыха. В данном каталоге предполагается представить виды тематических отелей с краткой характеристикой и услугами. Руководство туристкой фирмы поддержали нашу идею, поскольку данный каталог будет полезен для работы с клиентами, представляя им широкое разнообразие тематических отелей.

К ВОПРОСУ О РАЗВИТИИ НОСТАЛЬГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА

Ионкина Полина Александровна,
ЮРГУЭС, 4 курс,
науч. рук. доц. Елисеева О.В.

К настоящему времени среди теоретиков и практиков туризма нет единства во мнении относительно определения понятия «ностальгический туризм». Часть специалистов сферы путешествий подразумевают под ностальгическим туризмом путешествия в места непосредственного проживания в прошлом самих участников или их предков, включая встречи с родственниками. Другие склонны толковать ностальгический туризм более широко: как путешествия с целью посещения территорий исторического проживания представителей «своих» народов.

Согласно принятому в международной классификации определению, ностальгический туризм (nostaligie tour) рассматривается как понятие, синонимичное этническому туризму. При этом не ясно, как в рамках этой дефиниции можно характеризовать туристскую активность, связанную с посещением родных мест туристами. Этимологическое несоответствие обнаруживается при попытке использовать указанную дефиницию для обозначения туристских потоков, направленных в пределы одного и того этнического ареала.

В действительности, этнический туризм подразумевает не только приобщение к собственным истокам, своим этническим корням, но и познание культуры других этнических групп, в т.ч. посредством личных контактов с жителями посещаемых территорий. Чаще сами профессиональные организаторы туризма предпочитают объединять под этим понятием путешествия в места, связанные с жизнью самих участников, либо их предков.

Таким образом, можно сказать, что ностальгический или этнический туризм – путешествия на места своего рождения или родителей, своего исторического проживания, посещение родственников или изучение определенной этнической группы населения (их жизнь, особенности культуры, быт и т. д.).

Ностальгический туризм в настоящее время существует благодаря переселенцам. Мировые войны принесли многочисленные бедствия и генерировали новые потоки переселенцев, военнопленных и интернированных, которые из страха гонения не возвратились на свою родину. По причинам обстоятельств переселенцы бывают:

вынужденные, по каким-либо личным причинам;

покидающие места своего исторического проживания насильственно в силу выселения по религиозным, политическим или военным причинам;

добровольные, покинувшие свою родину в поисках наилучшей доли в других краях и землях (это экономические переселенцы).

Россия участвовала в великих межконтинентальных миграциях конца прошлого – начала нынешнего века. С 1861 по 1915 год из Российской империи выехало 4,3 миллиона человек. Две трети эмигрантов направились в США. Правда, большая часть эмигрантов выезжала не из России в ее нынешних границах, а из других частей бывшей империи – Украины, Белоруссии, балтийских губерний.

Далеко не ничтожной была и эмиграции из СССР. Она распадается на три главных потока, называемые обычно «первой», «второй» и «третьей» эмиграцией. Все три потока были обусловлены преимущественно политическими причинами. «Первый» и «второй» потоки – это в основном вынужденные «волны» эмиграции периодов Первой мировой, Гражданской и Второй мировой войн, «третий» поток – добровольная, преимущественно «этническая» эмиграция времен холодной войны. Конечно, такое деление условно, потоки эмиграции, то ослабевая, то усиливаясь, не иссякали почти никогда.

Ярким образцом рождения ностальгического туризма можно считать массовый поток финнов на Карельские перешейки Ленинградской области и в прочие местности Ладожского озера. Финны, приблизительно около пятисот тысяч человек, вынужденно оставили эти места в периоды военных действий с 1939 по 1945 года и компактными колониями разместились на различных районах Швеции и Финляндии. В 1989 по 1990 годы прошлого столетия финнам было позволены туристские визиты этих мест. И для осуществления мечты, были созданы турфирмы, которые специализировались именно на этом. Первые в списке фирм, которые предоставляют подобные поездки для финнов, это Matka Maailma OY, FinnSovtours. Большой вклад внес «Совет по туризму и экскурсиям Санкт-Петербурга».

Для развития ностальгического туризма в Российской Федерации особую практическую значимость представляет зарубежный опыт. Классическим примером тому может служить Израиль. Самое разнообразное по формам и содержанию взаимодействие с еврейскими общинами, проживающих в других странах, традиционно рассматривается в Израиле не только как один из главных направлений внешней политики, но и важнейший фактор стабильного существования еврейского государства.

Ведущими странами-донорами туристского трафика являются страны, куда в прошлом устремлялись потоки переселенцев – США, Канада, Австралия, Израиль, отчасти государства Латинской Америки.

В СНГ и мире выделяются следующие потоки ностальгического туризма:

1) приезд граждан Финляндии на территорию так называемой Старой Финляндии 1811–1945 гг;

2) приезд граждан Японии на Сахалин и Курильские острова (бывшие японские северные территории в 1905–1945). В 1945 году на Курильских островах проживало 17,3 тысячи японцев. Большая часть вынужденных переселенцев (около 10 тыс. чел) – это туристы третьего возраста;

3) приезд граждан Германии на территорию Калининградской области (ядро бывшей земли Восточная Пруссия), в частности, г. Калининград (Кёнигсберг);

4) приезд граждан Польши в Западную Украину, Белоруссию и Литву;

5) поездки бывших русских жителей Казахстана и Средней Азии в современные независимые республики;

6) поездки этнических евреев в места своего проживания в СНГ и странах Балтии после массовой эмиграции в Израиль, США, Канаду, Германию и т. д;

7) возвращения или поездки иммигрантов и/или их потомков из стран Американского континента в страну исхода (италоамериканцы и др.);

8) поездки греков в ныне турецкие Стамбул и Измир.

В России ностальгический туризм представлен тремя основными направлениями:

– финский этнический туризм в Карелии и Ленинградской области;
– немецкий ностальгический туризм в Калининградской области;
– японский ностальгический туризм на Сахалине.

Отличительной особенностью ностальгических туров является состав участников, в основном, это пожилые люди, которые ранее проживали в данной местности, поэтому и требования, предъявляемые к программам тура у таких туристов, существенно отличаются от требований обычных туристов. Участники ностальгических туров, совершив долгожданную поездку на родину или в места, где прошла памятная часть жизни, чаще всего, воздерживаются от многократного их повторения.

Можно сказать, что ностальгические туры, в основном, являются заказными и практически все туроператоры современного туристского рынка предлагают свои услуги по их формированию. Стоимость таких туров зависит от количества услуг, оказываемых туристской фирмой. Самыми распространенными услугами, которые предлагают турфирмы при формировании ностальгических туров являются:

– встреча в аэропорту/автовокзале/ж/д вокзале;
– трансфер и сопровождение в отель;
– проживание, питание;
– подбор экскурсионных программ;
– содействие в поисках родственников и родственных связей.

В последние годы во внешней политике России четко проявился акцент на формирование тесных всесторонних связей с многочисленными соотечественниками, расселенными в различных регионах земного шара. В нынешних условиях ностальгический туризм призван сыграть немаловажную роль в поддержании и активизации разнообразных контактов с зарубежными странами.

Таким образом, развитие ностальгического туризма оказывает непосредственное влияние на развитие международного туризма. Несмотря на

свою специфику, основными целями разработки ностальгических туров является получение прибыли и удовлетворение потребностей туриста.

Данный вид туров является одним из эффективных и уникальных способов патриотического воспитания для молодежи, помогает вырабатывать толерантное отношение к нациям и культурам.

Список литературы:

1. Туризм России. Ностальгический туризм, http://sokolov33.ru/index.php/vidy-turizma/61-nostalgicheskij-turizm, 15.03.2012
2. Этнический туризм, http://ru.wikipedia.org/wiki, 15.03.2012
3. Ностальгический туризм, http://koleso4x4.ru/ forum/viewtopic.php?f=24&t=188, 15.03.2012
4. Этнический туризм. География этнического туризма http://travelluxtour.info/vidy-turizma/etnicheskii-turizm, 10.03.2012
5. Эмиграция в дальнее зарубежье, http://www.archipelag.ru/ ru_mir/volni/4volna/out-migration/, 10.03.2012

СПЕЦИФИКА ПРИНЦИПОВ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЯМИ, ОКАЗЫВАЮЩИМИ ЮРИДИЧЕСКИЕ УСЛУГИ НАСЕЛЕНИЮ

Королевская-Коротаева Елена Петровна,
СПбГУСЭ, ИТиМЭО, 5 курс,
науч. рук. доц. Шемякина Е.Ю.

В современном российском обществе идут активные процессы, направленные на воплощение в жизнь идеалов правового государства. В связи с этим, естественно, постоянно возрастает роль и значение организаций, оказывающих юридические услуги населению, поскольку эти организации не только помогают разобраться в сложных законодательных актах, отстоять права и обязанности каждого гражданина Российской Федерации, но и защитить честь, достоинство людей, их право на свободу и жизнь. Поэтому актуальной является проблема эффективного управления организациями, оказывающими юридические услуги. Обратимся к выявлению и анализу некоторых специфических особенностей юридических организаций и принципов управления ими.

Для более полного освещения темы также необходимо показать моральную сторону деятельности юридических организаций, которая заключается в следующих моментах: 1) ликвидации юридической безграмотности; 2) содействии гражданам в реализации их законных прав и интересов, предоставлении им информации правового характера; 3) развитии сети консультационных пунктов по оказанию юридической помощи населению; 4) содействии в организации приемных на базе действующих или вновь образованных организаций в регионах РФ; 5)

повышении качества оказания юридических услуг; 6) содействии в формировании правовой культуры населения; 7) разъяснении населению действующего законодательства, политической и экономической деятельности органов управления на местах; 8) способствовании повышению авторитета государства; 9) обеспечении граждан необходимыми разъяснениями по правовым вопросам; 10) консультировании о возможном пути реализации законных прав конкретного гражданина (с указанием перечня необходимых документов для решения его проблемы, государственных, муниципальных структур, куда необходимо обратиться по конкретному вопросу, направленность обращения, заявления); 11) статистической обработке обращений и анализ проблем, изучении характера обращений, основного круга вопросов граждан, выявлении болевых точек для получения независимой информации и оперативного решения социально-значимых вопросов.

Особенности профессиональной ответственности стимулируют юристов, адвокатов и партнеров предельно внимательно следить за качеством работы всех своих сотрудников и содействовать повышению их квалификации. Ответственность, уровень которой прямо пропорционален репутации фирмы, что, в свою очередь, является залогом конкурентоспособности на рынке юридических услуг, стимулируют руководство юридической фирмы предельно внимательно следить за качеством работы всех своих сотрудников и содействовать повышению их квалификации.

В теории управления организациями принято выделять по крайней мере две группы принципов управления: общие и частные. В группу общих принципов управления относят принципы применимости, системности, многофункциональности, интеграции, ориентации на ценности; группа частных принципов управления такие наиболее важные принципы как принцип научной обоснованности управления, принцип мотивации, принцип оптимального сочетания централизации и децентрализации в управлении; принцип сочетания прав, обязанностей и ответственности; принцип устойчивости и мобильности системы управления; принцип коллегиальности управления; принцип государственной законности и другие.

В обществе с ограниченной ответственностью Юридическая группа «Юрист» г. Кирова нами было проведено исследование с целью выявления особенностей управления данной организацией, оказывающей юридические услуги населению и выявление отношения сотрудников к этому. Анкетирование, опрос и наблюдение показали, что ООО «Юрист» – эффективная, конкурентоспособная организация с высокомотивированными сотрудниками, большинство из которых удовлетворены своей профессиональной деятельностью в этой организации, а также тем, как осуществляется руководство ею.

Обобщение результатов исследования, а также анализ специальной литературы позволило сформулировать основные принципы управления,

важные для менеджмента таких специфических организаций как юридические.

Принцип наименования юридической организации проявляется в том, что в ее названии должен отражаться характер деятельности фирмы и, кроме того, необходимо исключить возможность использования этого наименования иными хозяйствующими субъектами, чтобы не вводить потребителя юридических услуг в заблуждение в отношении характера деятельности фирмы. Недопустимо использование «фантазийного» по своей природе наименования юридической фирмы.

Принцип профессионального управления заключается в том, что руководство юридической фирмой могут осуществлять только лица, обладающие специальным профессиональным образованием – юридическим. Они участвуют в принятии решений, входят в руководящие органы, действуют от имени юридической фирмы в формах, относящихся к осуществлению адвокатской практики и так далее. Это связано также и с тем, руководитель организации фактически несет ответственность за результаты деятельности сотрудников и всегда должен быть в курсе всех юридических нюансов дел с тем, чтобы оказывать при необходимости помощь сотрудникам.

Более того: важно, чтобы сотрудниками (участниками) юридической фирмы были только профессиональные и практикующие юристы, один юрист должен работать только в одной фирме, с тем, чтобы не возникали случаи конфликта интересов. В реестре уполномоченного органа должна быть осуществлена специальная регистрация с указанием обязательного набора информации, носящей открытый характер для профессионального сообщества и третьих лиц.

Принцип профессиональной ответственности: фактически неограниченная имущественная ответственность юридических фирм, связанная с ее профессиональной деятельностью перед потребителями юридических услуг за нарушения, связанные с ненадлежащим осуществлением юридической практики.

Принцип стремления к консенсусу: руководители юридической фирмы должны, во-первых, обеспечить возможность для каждого сотрудника или участника выразить свои мысли по вопросам, с которыми сталкивается фирма, и, во-вторых, попытаться достигнуть консенсуса при избрании направления дальнейшего развития фирмы.

Принцип мониторинга рынка: руководители юридической фирмы следят за изменениями рыночных трендов, которые могут оказать влияние на развитие фирмы, и, как следствие, реализуют грамотный маркетинг юридических услуг фирмы.

Принцип синергии «Вы работаете на фирму, а не наоборот». Руководители юридической фирмы должны противостоять соблазну воспринимать ситуацию так, будто остальные сотрудники фирмы работают на них. Дело следует организовать так, чтобы сотрудники считали, что они работают в целях наиболее полной реализации общих интересов фирмы.

Принцип финансового планирования, который называют «33:33:33». Этот принцип подразумевает, что все доходы юридической фирмы распределяются следующим образом: одна треть идет на оплату труда профильных специалистов – юристов, вторая треть — на покрытие накладных расходов фирмы (сюда же относится зарплата технических сотрудников и другого вспомогательного персонала), и последняя треть – это прибыль, которая распределяется между собственниками фирмы и направляется на развитие бизнеса.

Таким образом, эти специфические принципы управления, которые должны лежать в основе менеджмента юридической фирмы, наитеснейшим образом взаимосвязаны с общими и частными принципами управления организациями, но при этом имеют собственную специфику, вытекающую из специфики деятельности организации, оказывающей юридические услуги населению. Знакомство с ними может быть полезно при разработке соответствующих принципов управления для конкретных организаций, специализирующихся на оказании других услуг населению.

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Кошура Юлия Владимировна,
СПбГУСЭ, ИТиМЭО, 5 курс,
науч. рук. доц. Печерица Е.В.

В современных условиях успех любого гостиничного предприятия, как и предприятия любой другой сферы деятельности, зависит от уровня его конкурентоспособности. Чем выше конкурентоспособность, тем выше будут финансовые показатели предприятия. Поэтому гостиницам крайне важно объективно оценивать свою конкурентоспособность по отношению к конкурентоспособности других предприятий отрасли.

В современном понимании конкурентоспособностью объекта гостеприимства является его способность успешно соперничать с аналогичными организационными единицами, которые функционируют в определённом, строго очерченном, сегменте потребительского гостиничного рынка. При этом конкурентоспособность также может проявляться и в части управленческих процессов гостинично-ресторанной организационной структуры (ГРОС), а также и в части её департаментов, иерархических ступеней и пр. При этом совокупность таких составляющих как конкурентоспособность гостиничного продукта, конкурентоспособность организационной единицы, конкурентоспособность географического региона, конкурентоспособность страны будет определять возможности конкретного объекта гостеприимства в ведении конкурентной борьбы.

Наиболее актуальными на сегодняшний день является концепции конкуренции, основанные на понимании сущности конкуренции как процесса управления конкурентными преимуществами компании в рыночном пространстве. При принятии управленческих решений на стратегическом

уровне для комплексного и эффективного анализа конкурентоспособности необходимы специальные методики анализа, связывающие различные уровни конкурентоспособности и учитывающие отраслевые факторы и международную конкуренцию.

Конкурентоспособность – это многоликая экономическая категория, которая может рассматриваться на нескольких уровнях (рисунок 1):

I уровень – конкурентоспособность продукции;

II уровень – конкурентоспособность предприятия;

III уровень – конкурентоспособность региона (отрасли);

IV уровень – конкурентоспособность страны.

Рис. 1. Иерархия уровней конкурентоспособности

В настоящее время отсутствует общепринятая методика оценки конкурентоспособности организаций. В развитых странах действуют различные методики оценки конкурентоспособности фирм и компаний, имеющие преимущественно конкретно-экономические и количественные характеристики. Они базируются на системном анализе фирмы, отражают ее деятельность по всем ведущим параметрам. В российских условиях из-за сложностей информационного обеспечения рассчитать показатели конкурентоспособности компании крайне сложно. Многие показатели составляют коммерческую тайну.

В связи с этим встает насущная проблема разработки методических рекомендаций по эффективному управлению гостиничным бизнесом, отличающихся целостностью, системностью, универсальностью и в то же время пригодных для использования в оригинальных гостиничных проектах.

Рассматривая гостиничные услуги в их альтернативной реализации различными гостиничными объектами, клиент исходит из необходимости учета целого спектра конкурентных предложений, начиная от качества гостиничных услуг и кончая исторической ценностью гостиничного объекта в целом.

Таблица 1

КЛАССИФИКАЦИЯ МЕТОДОВ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

ВИДЫ МЕТОДОВ	ПРИМЕРЫ МЕТОДОВ
Качественные методы	SWOT- анализ, матричные методы, рейтинго-экспертные методы
Количественные методы	индексный метод и его производные, методы оценки по доле рынка, продукции и показателям состояния предприятия

В зависимости от характера данных, взятых для проведения оценки, все методы можно подразделить на две группы: методы, использующие документально подтвержденные данные (обзор статистических данных, оценка отчетности) и методы, основывающиеся на чьем-либо мнении (социологические исследования, экспертная оценка). Оценку конкурентоспособности можно провести с учетом интересов покупателей, инвесторов, государственных органов и других. Кроме того, сами методы не ограничивают выбор объектов, критериев, определений весомости показателей.

Оценка конкурентоспособности предприятия представляет собой ряд действий, включающий выработку метода, посредством которого и будет проведена оценка.

Таблица 2

ОСНОВНЫЕ МЕТОДА ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

НАИМЕНОВАНИЕ МЕТОДА	СУТЬ МЕТОДА	ПРЕИМУЩЕСТВА МЕТОДА	НЕДОСТАТКИ МЕТОДА
Дифференциальный	Основан на сопоставлении единичных параметров анализируемого и аналогового предприятия.	Позволяет установить: достигнут ли уровень параметров исследуемого предприятия параметров базового; по каким параметрам не достигнут; какие из параметров наиболее отличаются от аналога; может использоваться на всех этапах жизненного цикла продукции, особенно при ее сравнении с гипотети-	Позволяет лишь констатировать факт конкурентоспособности анализируемой продукции или наличия у нее недостатков по сравнению с товаром – аналогом; не учитывает влияние на предпочтение потребителя при выборе товара весомости каждого параметра.

Наименование метода	Суть метода	Преимущества метода	Недостатки метода
		ческим образцом	
Комплексный	Основан на применении групповых, интегральных, смешанных показателей. Оценка конкурентоспособности осуществляется путем сопоставления показателей анализируемого предприятия с аналогичными показателями эталона.	Простота расчета и возможность однозначной интерпретации результатов.	Неполная характеристика деятельности предприятия; может искажать общую оценку конкурентоспособности организации, так как единичные показатели конкурентоспособности отдельных показателей не всегда будут одинаково важны для общей оценки.
Смешанный	Сочетание дифференциального и комплексного методов. Используется часть параметров рассчитанных дифференциальным методом и часть параметров рассчитанных комплексным методом.	Широко распространен.	Потребительские свойства товара и их набор определяются без учета мнения потребителя.

Рассмотрим пример расчета конкурентоспособности гостиничной услуги дифференциальным и комплексным методами.

Дифференциальный метод основан на использовании и сопоставлении единичных параметров качества анализируемой продукции и базы сравнения путем построения для каждого из них соответствующего параметрического индекса (IGi):

$$J_{Gi} = \frac{G_i}{G_i^э}, \tag{1}$$

где $i = 1,....n$; G_i – значение i-го потребительского параметра оцениваемой услуги; $G_i^э$ – значение i-го потребительского параметра оцениваемой услуги-образца.

Комплексный метод применяется в случае, если для характеристики качества услуги используется совокупность параметров, описывающих какое-либо свойство. Тогда параметрический индекс (Ii) рассчитывается с учетом удельного веса отдельных составляющих:

$$I_i = \sum_{j=1}^{m} I_{ij} \cdot a_{ij} \tag{2}$$

При этом, $I_{ij} = \frac{q_{ij}}{q_{ij}^э}$, где j = 1,... m – характеристики i-го показателя качества; qij, qijэ – значение j-ой характеристики i-го показателя качества

соответственно оцениваемой услуги и услуги-образца; aij – весовой коэффициент j-ой характеристики в i-м показателе качества.

Определение уровня конкурентоспособности гостиничного предприятия является важнейшим параметром в конкурентной борьбе. Выбор метода расчета конкурентоспособности зависит от того, нужно ли оценить конкурентоспособность всего предприятия или конкурентоспособность конкретной услуги.

СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СОВРЕМЕННОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ

Суворова Елизавета Викторовна,
СПбГУСЭ, ИТиМЭО, 2 курс,
науч. рук. доц. Королева Н.И.

Менеджмент в современном мире переходит на новую парадигму-клиентоориентированности.

Это означает, что менеджеры сервисных организаций должны обладать «мышлением, центрированном на клиенте». Личность клиента и удовлетворение его потребностей становятся смыслообразующим понятием современной сервисной деятельности.

Современный менеджмент — нечто большее, чем сумма функций менеджмента. Современный менеджер должен знать и организацию, и финансовый контроль, и маркетинг, и работу с персоналом, но плюс «кое-что еще». Назовем это «еще», чем должен владеть современный менеджер:

- умение решать слабо структурированные проблемы, когда практически не известны ни цель, ни условия (задачи типа «пойди туда — не знаю куда, принеси то — не знаю что», которыми полна практика современного менеджмента);
- умение рисковать, организовывать проведение нововведения;
- быть обаятельным, умело представительствовать.

Необходимость этих качеств можно проверить «обратным счетом»: если ты не вызываешь симпатии у окружающих (подчиненных и партнеров), то твои идеи либо не будут поддержаны, либо будут восприняты с (иногда бессознательным) сопротивлением и неприятием, а значит — за тобой не пойдут, нововведение не состоится, риск окажется неоправданным, проблема не будет определена и решена. Современный менеджер оказывается прежде всего медиатором.

Да и практический опыт показывает, что если менеджер подобрал хорошую команду, поставил работу, в которой каждый знает свой участок общего дела и свой маневр, то самому менеджеру остается, собственно, в основном, создание благоприятных внешних условий для успешной деятельности фирмы, установление необходимых контактов, уяснение пер-

спектив деятельности, разъяснение итогов и планов этой деятельности инвесторам, партнерам, персоналу и т. д., другими словами, подготовка благоприятных условий для продвижения и осуществления новых проектов и программ.

Социально-гуманитарные технологии в современном менеджменте – это и есть технологии, ориентированные на клиента.

В предыдущие десятилетия преобладала «продуктоориентированная» стратегия, когда наличие нужного клиенту продукта лежало в основе взаимодействия клиента и сервисной организации.

Сегодня условием успешности сервисной организации является формирование лояльности клиента. Это предполагает, что клиент становится приверженцем именно данной организации (с ее товарами и услугами), поэтому сервисная организация должна устанавливать персонифицированные отношения со своими клиентами.

Технологии должны носить гуманитарный характер (human-человек), т.е. обладать гуманистической направленностью и соответствовать следующим характеристикам:

1. Взаимодействие носит личностно-ориентированный характер.

Это означает, что необходимо не только определить психологический тип конкретного клиента, но и его глубинную потребность. Очень часто именно ради этой потребности и совершается взаимодействие (кто-то хочет купить престижную вещь, чтобы подтвердить чувство собственной значимости; кому-то просто нужна доброжелательная поддержка и внимание). Если сервисодатель понял эту глубинную потребность – тогда клиент будет доволен и захочет вновь вернуться в эту организацию.

2. Необходимо расширять познавательную картину мира клиента.

Это означает, что сервисодатель должен не просто «реагировать на запрос», а показать новые «грани», возможности своего продукта и обосновать, как этот продукт может улучшить качество жизни клиента.

Тогда сервисодатель (менеджер) выступает в роли «образователя», «просветителя», который не просто удовлетворяет, а формирует потребности клиента, способствует улучшению их жизни.

3. Важно учитывать психологическую составляющую самого контакта с клиентом.

Современный менеджер должен обладать развитым «эмоциональным интеллектом», т.е. умением почувствовать актуальное психологическое состояние другого человека и перевести его в более комфортное состояние. Для этого он должен обладать таким качеством, как эмпатия (умение встать на позицию другого человека, увидеть ситуацию его глазами). Тогда контакт сервисодателя и клиента (потребителя) пройдет успешно.

4. Современные организации все чаще прибегают к «персонифицированному маркетингу»:

- уведомление постоянных клиентов о готовящихся мероприятиях (новых товарах, акциях, скидках);

- организация праздничных мероприятий, на которые приглашаются клиенты с семьями;

- поздравления клиентов с Днем рождения, календарными праздниками – с выражением благодарности за сотрудничество и пожеланиями дальнейшего сотрудничества;

- регулярные опросы (анкетирования) клиентов о степени их удовлетворенности качеством предоставляемых товаров и услуг и самого обслуживания;

Эти действия организации по отношению к клиентам должны носить целенаправленный и систематический характер, формируя у клиентов ощущение постоянной «поддержки» и внимания к ним со стороны сервисной организации.

Это означает, что сервисные организации выходят на новый этап своего развития: не просто удовлетворение потребностей клиентов, а сотрудничество с клиентами, в котором клиенты рассматриваются, как значимые партнеры в дальнейшем производстве товаров и оказании услуг.

Современная компания во все большей степени предстает как культура — в буквальном, терминологическом смысле слова: со своими ценностями, нормами, традициями, ритуалами, героями, мифами, легендами, фольклором, субкультурами и т. д. Фирменный стиль, организационная культура, дух корпорации из метафор очень быстро превратились в конкретные технологические требования. Более того, современный бизнес предстает в качестве мощного фактора культурной динамики и даже — культурогенеза и развития новых культур. Речь идет не только об обеспечении поддержки разнообразных молодежных, досуговых, профессиональных и прочих культур, порождаемых городским образом жизни. Сам бизнес способен порождать культуры, выходящие, выходящие за рамки деловой активности (Harley Davidson, Coca-Cola, Mc Donalds). Все большее число ведущих зарубежных специалистов по менеджменту склонны рассматривать современный менеджмент как «культурологический» по преимуществу.

Это обстоятельство еще раз заставляет констатировать особую актуальность и особое значение технологии менеджмента в сфере культуры — с одной стороны, и, с другой, то, что опыт современного менеджмента весьма и весьма приложим в сфере культуры. Это обусловлено не какой-то особой продвинутостью этой сферы (отставая, вдруг оказалась «впереди паровоза»), а просто ее природой, в наибольшей степени предрасположенной к восприятию наиболее современных технологий менеджмента.

Роль кластеров в превращении территорий в привлекательные туристские центры и повышении их конкурентоспособности

Бевзик Екатерина Евгеньевна,
СПбГУСЭ, ИТиМЭО, 5 курс,
науч. рук. доц. Печерица Е.В.

Одним из важнейших видов экономической деятельности в мировом масштабе является современный туризм и многие государства рассматривают его как важный инструмент достижения устойчивого развития и диверсификации региональных экономике. Не смотря на это, Россия, обладающая мощнейшими природно-климатическими, социально-экономическими, культурно-историческими и туристскими ресурсами, существенно отстает в развитии туризма от других стран.

Доля туристских услуг в валовом внутреннем продукте России составляет 2,5 %. Однако в станах с развитым туристическим сектором его доля составляет не менее 6-8%. Чтобы туризм стал прибыльным бизнесом и способствовал развитию экономики, необходимо осуществлять его развитие в соответствии с новой парадигмой конкурентоспособности, основанной на кластерном подходе.

Кластер – это группа географически соседствующих взаимосвязанных организаций и связанных с ними высших учебных заведений, научно-исследовательских институтов, инжиниринговых, сервисных и иных организаций, взаимодействующих в определенной сфере и взаимодополняющих друг друга в целях повышения конкурентных возможностей отдельных организаций и кластера в целом.

Структуру кластера можно представить в следующем виде:

Экономические условия

Административный блок

Инфраструктура

Поддерживающие фирмы

Ядро

На основе данной схемы структуру туристского кластера можно представить в следующем виде:

Инфраструктура

Финансово-юридический блок	
Банки	Юридические конторы
Страхование	Нотариальные конторы
Аудит	

Сопутствующий блок:
Промышленные предприятия
Медицинские предприятия
Образовательные организации
Информационные организации
Финансовые организации
Юридические фирмы

Административный блок:
Органы гос. власти

Экономические условия
Ядро

Фирмы-производители тур услуг:
Туроператоры
Турагенты
Лечебницы
Санатории
Здравницы
Поддерживающие фирмы
Средства размещения
Предприятия питания
Транспортные компании
Предприятия досуга в туризме
Фирмы, предоставляющие услуги связи
Торговля товарами для туристов

Таким образом, кластер – значительно более сложное явление, чем простое объединение фирм для совместной маркетинговой деятельности или проведения согласованной политики закупок. Он предполагает более глубокую их технологическую кооперацию на основе участия в системах накопления стоимости.

Добавленная стоимость – это часть стоимости товаров, услуг, приращенная непосредственно на данном предприятии, в данной фирме.

В туристском кластере система накопления стоимости включает четыре типа цепочек добавленной стоимости: поставщиков (прежде всего транспортных компаний), средств размещения и развлечений, каналов сбыта туристских продуктов, цепочки туристов.

Цепочки туристов
Цепочки каналов сбыта
Цепочки средств размещения и развлечений
Цепочки поставщиков
Результирующая подсистема
Предшествующая подсистема
Центральная подсистема

В индустрии туризма находят подтверждение как общие закономерности образования и функционирования кластеров, так и специфика их проявления в этой сфере.

Главное отличие кластера в туристской сфере от всевозможных прочих (производственных, агропромышленных, сервисных и др.) – в его маршрутной территориальной организации. Туристский маршрут и соответствующий ему туристский поток связывают объекты, превращая их из конкурирующих во взаимодействующие элементы системы. Благодаря туристскому потоку формируется кластер.

Доминантой туристского кластера может быть как объект инфраструктуры (средство размещения), так и объект туристского интереса (горнолыжный комплекс), но в любом случае главное условие развития туристского кластера – это наличие или появление маршрутов и туристских потоков.

Основным мотивом и причиной участия людей в туристских поездках, и как следствие причиной формирования тур потоков являются туристские ресурсы, им принадлежит решающая роль в развитии туризма и соответственно тур кластеров.

Необходимость использования кластерного подхода для развития туризма объясняется, с одной стороны, уникальными характеристиками туризма и туристского продукта, а с другой – преимуществами, возникающими вследствие реализации кластерных проектов.

Таким образом, формирование туристско-рекреационного кластера, основанного на взаимодействии организаций туристского бизнеса и других организаций, функционирующих в индустрии туризма, необходимо, так

как позволяет преодолеть их замкнутость на внутренних проблемах, инерционность, повысить адаптивность их поведения; содействует росту более интенсивному обмену информацией, росту конкурентоспособности, инвестиционной активности, взаимной поддержке и взаимодействию.

Кластеры играют важную роль в превращении территорий в привлекательные туристские центры и повышении их конкурентоспособности.

Конкурентоспособные кластеры — это опора устойчивого регионального развития туризма и освоения новых рекреационных пространств через создание туристского продукта. Что в результате укрепляет и развивает экономическую ситуацию в регионе, содействует экономическому росту региона. Поэтому кластеры имеют политическую значимость для органов власти, в первую очередь, в связи с выполнением социальных обязательств перед населением и созданием благоприятных возможностей для экономического развития региона.

ПОТЕНЦИАЛ МОЛОДЕЖНЫХ СУБКУЛЬТУР КАК ОСНОВА РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА

Боброва Надежда Юрьевна,
СПбГУСЭ, ИТиМЭО, 4 курс,
науч. рук. к.п.н., доц. Триодина И.М.

Культура мегаполиса сегодня – это сложное, многогранное явление, в рамках которого создаются различные подсистемы, субкультуры, имеющие свои особенности и черты.

«Субкультура (лат.sub — под и cultura — культура; подкультура) в социологии и культурологии — часть культуры общества, отличающаяся от преобладающей, а также социальные группы носителей этой культуры. Субкультура может отличаться от доминирующей культуры собственной системой ценностей, языком, манерой поведения, одеждой и другими аспектами». Субкультура, это особый образ жизни, в котором участники реализовывают свои потребности в самовыражении и коммуникации. Объектом данного исследование выступают молодежные субкультуры вообще и СПб в частности. Термин «молодежные субкультуры» – определяет некую часть культурного пространства, которую занимают люди, объединенные определенным признаком – возраста, что является главной демографической характеристикой этой общности. "Молодёжь – поколение людей, проходящих стадию социализации, усваивающих, а в более зрелом возрасте уже усвоивших, образовательные, профессиональные, культурные и другие социальные функции; в зависимости от конкретных исторических условий возрастные критерии молодёжи могут колебаться от 16 до 30 лет"[18]. Доля молодежи в общей

[18]. Лисовский В.Т. / Социология молодежи / – СПб.: Изд-во СПбГУ, 199. – С.12

численности населения России по данным Росстата на 2010 год составляет около 25% [19]. Что делает эту группу неотъемлемой и весомой частью общества.

Для каждой субкультуры характерен набор определенных признаков и отсутствие одного из них ставит под сомнение целесообразность выделения того или иного социально-культурного явления в отдельную субкультуру. Это такие признаки как:

- специфический стиль поведения;
- специфические ценности, нормы и мироощущения;
- наличие в более или менее выраженной форме инициативного центра.

Субкультура, как особое социальное явление выполняет ряд функций.

1. Социализация – (от лат. socialis — общественный), процесс усвоения человеческим индивидом определённой системы знаний, норм и ценностей, позволяющих ему функционировать в качестве полноправного члена общества.[20] Результатом пребывания подростка в определенной молодежной субкультуре, является его возвращение во взрослое общество.

2. Эмансипация – уход от контроля, отмена ограничений и зависимости детей от родителей.

3. Организация досуга.

«Средний срок нахождения подростков в субкультурном неформальном молодежном движении составляет 3+/-1 год. За период пребывания подростка в неформальном сообществе, подросток принимает нормы поведения взрослых, после чего происходит либо постепенный, либо взрывной отход от подростково-молодежной субкультуры»[21].

Но перейдем непосредственно к субкультуре ролевых игр и возможностям ее влияния на развитие туризма. В настоящее время эта субкультура одна из самых многочисленных из неформальных объединений Санкт-Петербурга. Главным культурным феноменом этого сообщества, является феномен ролевой игры. Ролевая игра предполагает принятие на время действия определенной роли, которая может быть отлична по личностным характеристикам от внеигровой социальной роли участников.

Основными аспектами повседневной культуры ролевиков помимо ролевых игр, которые носят характер основополагающих для этой культуры, являются: спорт, творчество и рукоделие.

---

[19]. Молодежь в России. 2010: Стат. сб./ЮНИСЕФ, Росстат. М.: ИИЦ «Статистика России», 2010. – 166 с.

[20]. Прохоров М.А./ Большой энциклопедический словарь. 2-е изд., перераб. и доп./-Спб Норинт, 2004; с 987

[21]. Козлова А.А., Канаяна В.А. / Неформальные молодежные сообщества Санкт-Петербурга: теория, практика, методы профилактики. профилактики экстремизма/ – Спб, 2008, с.7

Внешне представители данной субкультуры, если это не игровое пространство, не сильно отличаются от рядовых жителей города, но им свойственно ношение неких предметов символического значения: фенечки, повязки на голове, подвески, кольца. Как у девушек, так и у юношей распространено ношение длинных волос и кос. Весь внешний облик призван поддерживать определенный образ. Эта субкультура принадлежит к числу интеллектуальных и не конфликтных, агрессия реализуется участниками сообщества в пространстве игры и редко выходит за его рамки. Ролевая игра, как форма досуговой деятельности, обладает большой притягательностью. На фоне обыденности повседневной жизни, ролевые игры оказались крайне востребованным в молодежной среде. Но данный вид досуга может влиять на людей по-разному: один решит, что в вымышленном мире слишком хорошо и начнет удаляться от реального. Другой поймет, что и в будничную жизнь можно привнести элемент игры, что сделает ее ярче и интереснее. Эта проблема с применением её для субкультуры ролевых игр является главным негативным аспектом данного явления. Так как людям, в особенности молодым, присуще воспринимать сконструированные в воображении образы и события как реальные, именно поэтому игровые события могут переживаться так же остро, как настоящие.

Ролевая игра обладает огромным потенциалом для личностного развития участников, но как любом мощном инструменте, в ней сочетается как полезные для индивида свойства, так и разрушающие его.

Возможности использования потенциала данной субкультуры в туризме, видятся автору в достаточно широком наборе общественно-полезных навыков, которые можно применить в организации такой деятельности. Возможности этой субкультуры заключаются в том, что многие из представителей данного движения являются высокоинтеллектуальными и талантливыми людьми в различных видах искусства. Эти способности можно использовать путем организации разного рода представлений, шоу-программ, состязаний, аттракционов с их участием. А также в *образовательных турах* – путем предоставления возможности общения с представителями этой субкультуры во время путешествий и дополнительного творческого образования, возможности создания под их руководством каких-либо видов художественных и технических произведений. В *организации спортивных туров рекреационном и физкультурно-спортивном сервисе* потенциал этой субкультуры заключается в возможности предоставления услуг в сфере активного отдыха и развлечений, непосредственного участия в игре людей, не состоящих в субкультуре, а так же в освоения ими, например, основ фехтования, танцев и других форм. Такую работу можно осуществлять на базе историко-культурных комплексов, развлекательно-игровых заведений, в парковых и клубных учреждениях.

Таким образом, можно сделать вывод, что рассматриваемая субкультура оказывает положительное влияние на современное общество.

Сложно не заметить, как сильно влияет на современный мир это сообщество, ведь оно породило множество других произведений культуры, как печатных, так кинематографических и музыкальных, что в свою очередь повлияло на умы людей, воспитав несколько поколений. А раз это интересно не только тем, кто являются приверженцами этой субкультуры, но и тем, кто к ней отношения не имеет. То знания и умения представителей этого движения можно и нужно применять во благо общества, путем вовлечения их и ролевую игру, как инструмент в социально-культурную жизнь страны в целом и Санкт-Петербурга, в частности.

Развитие международного экологического туризма

Шарова Анастасия Евгеньевна,
СПБГУСЭ, ИТиМЭО, 3 курс,
науч. рук. ст. пр. Страхов В.А.

Экологический туризм в настоящее время является одним из приоритетных направлений путешествий и уже сегодня этот сектор охватывает более 10% туристского рынка, а темпы его роста превышают темпы роста всей индустрии туризма в 2-3 раза. [1]

Такой повышенный интерес к экотуризму обусловлен рядом причин, главными из которых можно назвать следующие:

– во-первых, из-за массовости туризма антропогенная нагрузка на культурно-исторические и природные ресурсы резко возросла, поэтому у большинства стран возникла необходимость принятия мер по сохранению благоприятной окружающей среды;

– во-вторых, всё большее количество людей ввиду возросшей урбанизации и индустриализации испытывают потребность в общении с природой.

Таким образом, главной целью экологического туризма можно назвать стремление к минимальному влиянию на окружающую среду, следовательно, это и сохранение природного потенциала, а также удовлетворение потребности людей в общении с природой. Но безусловно экологический туризм, как и любая другая деятельность, своей целью видит получение экономической выгоды.

При составлении экологического тура надо учитывать те факторы, которыми руководствуется клиент при выборе тура. Согласно маркетинговым исследованиям к таковым факторам относятся:

– уникальность и экзотичность района путешествия;
– профессионализм гидов, оказывающих экскурсионные услуги;
– возможность активного отдыха (например, прогулки, занятие спортом);
– экологическая безопасность территории будущего пребывания.

Следует также отметить, что в результате маркетингового исследования, проведённого в США, были получены данные, характеризующие современного экотуриста. Так было выявлено что:

1. Как правило, экотурист – это человек 35-55 лет.

2. 50% экотуристов – это мужчины, соответственно остальные 50% – женщины.

3. 60% людей, отправляющихся в экологический тур – это люди, которые любят путешествовать вдвоём, 15% – с семьёй, 13% – в одиночку.

4. Предпочтительно продолжительность экотура составляет от 8 до 14 дней.

5. Наибольший интерес у опытного экотуриста вызывает возможность знакомства с дикой природой, с культурой и историей местных жителей, а также пешие прогулки и другое. При этом интерес к туру возрастает, если клиент имеет возможность посетить древние руины, музеи, раскопки, или может иметь более тесный контакт с местным населением (например, присутствовать на обряде данного народа или познать его традиции «при личной встрече»).

6. Опытные экотуристы любят совмещать в туре несколько видов активного отдыха, отдавая часто предпочтение путешествиям по воде.

7. Если же говорить о средствах размещения, то 35% туристов – предпочитают останавливаться в деревнях, 22% – в палаточных лагерях, 16% – в фешенебельных гостиницах, а оставшиеся 27% – в других отелях. [2]

Интенсивное развитие экологического туризма обусловлено его делением по нескольким направлениям. Так, в настоящее время принято выделять 4 вида экологического туризма:

1) научный туризм

Этот вид туризма предполагает участие туристов в различных исследованиях природы и полевых наблюдениях. Объектами при этом могут выступать охраняемые природные территории, научные заповедники, заказники и национальные парки.

2) путешествия в заказники и природные резервации – это ещё один популярный вид экотуризма. Интерес к этому виду путешествий объясняется высокой привлекательностью уникальных и экзотичных мест. Эти путешествия получили наибольшее развитие в Австралии, также они популярны в Латинской Америке.

3) приключенческий туризм

Целью данного вида туризма является получение новых ощущений, а также улучшение физической формы и достижение спортивных результатов. К приключенческому туризму можно отнести например: скалолазание, рафтинг, дайвинг, альпинизм, парапланеризм, горный и пеший туризм и другие. Главная особенность приключенческого туризма, отличающего его от спортивного и других видов туризма – это повышенный риск.

4) Ещё один вид экотуризма – это туры истории природы.

Соответственно в этой поездке турист знакомится с окружающей средой и местной культурой. Такие путешествия проходят через специаль-

но созданный экологический маршрут. И, как правило, эти поездки организуются на территории национальных парков или заповедников. Также сюда можно отнести и походы школьников, во время которых они ведут беседы о природе. Таким образом, туры истории природы могут проводиться в виде учебных, научно-популярных и тематических экскурсий.

Данный вид туризма наиболее популярен в Германии, поэтому зачастую его называют «немецкой моделью развития экологического туризма».

При организации экотура надо учитывать основные принципы экологического туризма. К таковым относятся:

– бережное отношение к природе и использование преимущественно природных ресурсов;

– минимизация ущерба для окружающей среды;

– нацеленность на повышение экологической культуры и образования участников экологической деятельности, на формирование равноправного отношения человека к природе;

– забота о сохранении местной социо-культурной среды, то есть сохранение этнографического статуса рекреационной территории, которое предполагает бережное отношение к культуре и традициям народов, населяющих местность, где проходит экологическая экскурсия;

– создание экономической устойчивости регионов, связанных с экотуризмом.

Для дальнейшего благоприятного развития экологического туризма должны быть приняты определённые меры.

1. Во-первых, необходимо чёткое планирование туристической деятельности, а также создание «убедительной» нормативно-правовой базы по регулированию туристской деятельности с точки зрения экологии.

2. Политика по охране окружающей среды должна быть нацелена на долгосрочный период для обеспечения продолжительности туристской деятельности.

3. Экологическое состояние окружающей среды должно стать приоритетной сферой «вливания» финансовых средств.

4. Особое внимание надо уделить охране и реставрации исторических памятников; созданию национальных парков, заповедников; защите берегов и рифов; сохранению лесов; охране подземных вод и минеральных ресурсов.

5. Следует повышать экологическую культуру людей и вовлекать их в решение местных экологических проблем.

В заключении хотелось бы сказать о том, что экологический туризм должен быть направлен не на получение дохода, главным образом он должен учить людей любить и уважать природу, оберегать её, понимать её законы и относиться к ней с трепетом.

Список литературы:

1. Дроздов А. В. Основы экологического туризма: учебное пособие – М.: Изд-во «Гардарики», 2005. – 272с.
2. Егоренков Л.И. Экология туризма и сервиса: Учебное пособие. – М.: Изд-во «Финансы и статистика», 2003. – 208 с.
3. Ледовских Е.Ю., Моралева Н.В., Дроздова А.В. Что такое экотуризм?// Экотур. – Тула: Изд-во «Гриф и К», 2002. – №2.
4. Чудновский А.Д. Экологический туризм как вид туризма. Учебник. – М.: ЭКМОС, 2003.

АНТРОПОЛОГИЧЕСКИЕ ПАРАМЕТРЫ СОВРЕМЕННОСТИ: К ВОПРОСУ О ПОИСКАХ "ГЕРОЯ НАШЕГО ВРЕМЕНИ"

Прокофьева Наталья Сергеевна,
СПбГУСЭ, ИТиМЭО, 4 курс,
науч. рук. проф. Дробышева Е.Э.

Объектом исследования будет выступать пространство современного российского кинематографа как та сфера, которая наиболее полно репрезентирует все основные социальные тенденции. В первую очередь, следует сказать, что герой (в рамках данного исследования) – это тот, кто «является предметом восхищения, подражания, уважения для людей; персонаж, который совершает подвиги и склонен к самопожертвованию». То есть мне интересны такие герои, которые «воплощают в себе характерные, типические черты какого-либо времени» [22].

Анализировать я буду *Героев* современного массового кино. Именно *Героев* с заглавной буквы [23], которые, вероятно, сегодня в кино очень редки.

Современный российский кинематограф богат неинтересными и ненастоящими *героями. «*Сейчас в кино нет ни одного убедительного военного, пролетария или интеллигента, не говоря уже о киллерах с "ментами"» – Дмитрий Быков отвечает журналу «Сеанс» на вопрос: «Каких персонажей фильмов Вы можете назвать «героями нашего времени» и почему?». Нет таких *Героев*, в которых верило бы все общество, которые были бы уважаемы и любимы всеми.

«Современный «герой» совершает не поступки, а действия в предлагаемых обстоятельствах. В том, ушедшем кино … на третьем плане обитали персонажи, мелькавшие рядом с Героем, мучеником науки, в курилке заштатного НИИ. Мешали бетон на стройке, где герой в каске

[22] Толковый словарь русского языка под редакцией Т. Ф. Ефремовой; Толковый словарь русского языка под редакцией С. И. Ожегова.
[23] Дробышева Е.Э. Аксиосрез российской современности: герои и Герои нашего времени (в рукописи).

мужественно и самоотверженно боролся с приписками, захребетничеством и очковтирательством. Застывали мышиной массой на групповых фотографиях среди "и других". … Одно было непреложно: маленький человек обитал на обочине сюжета и действия. Нынешний первый план, каким его захватил расплодившийся герой нового времени, – это взбесившийся план третий», – рассуждают современные кинокритики на страницах того же журнала «Сеанс» [24].

Самым знаковым и ярким *Героем* постсоветского кино стал Данила Багров. И то он не был *Героем* в светлом, добром смысле этого слова. Он отнюдь не добрыми, а именно бандитскими, жестокими и антигуманными (по отношению к *злым*, так сказать, – бандитам) способами старался защищать свои идеалы Дружбы, Чести, Достоинства и даже Патриотизма. Данила, собственно, никем не трудится, ничего не созидает, этот план его жизни как бы неважен для авторов. *Герои* труда были популярны и воспеты советским кинематографом и небезосновательно – в том обществе действительно труд и отношение к труду были показателями успешности и заслуг рядового гражданина.

Вернусь к фильму «Брат»: как известно, были сняты две части в конце-начале 2000-ых годов. Оба фильма были очень популярны, что не отразилось в сборах от кинопроката, ведь современные кинозалы тогда только начали активно строиться в России. Но зато эти фильмы показывали на ТВ такое количество раз, чтобы с ними смогли познакомиться зрители от мала до велика. Итак, получается, уже прошло более 10 лет, а появления другого – столь же запоминающегося *Героя* – мы не видим. Сам этот трудный поиск *Героя* наводит на мысли, что его просто нет, иначе не стоило бы так долго думать над этим вопросом. За неимением сильных примеров будем искать попытки создания образов настоящих Героев.

В фильмах постсоветского периода очень много бандитов, так же, как и милиционеров [25], но среди милиционеров *Героев* можно найти все-таки больше (тут, по всей видимости, имеет место спор о возможности госзаказа на «справедливых ментов»). Очень популярны сериалы с нашей доброй милицией[26].

Следующий тип фильмов: об армии и военных. И эта тема едва ли не самая распространенная в российском кино (впрочем, как и в советском). Но сегодня зачастую эти члены общества представлены в неприглядном для них свете. Современные сериалы и фильмы стараются показывать ту самую жизнь со злыми людьми, наделенными властью. Те стороны жизни, которых нам достаточно в реальном мире, режиссеры переносят на экраны.

---

[24] Герой нового времени. Андрей Панин в его экранных воплощениях // URL: http://seance.ru/n/23-24/portret-andrey-panin/geroy-novogo-vremeni/

[25]Например: «Бригада», «Оборотни в погонах», «Антикиллер».

[26] Например: «Убойная сила», «Улицы разбитых фонарей», «Глухарь», «Участок» и многие другие.

Они не стремятся создать образы *Героев*, готовых защитить жителей страны, что-то изменить в лучшую сторону. Пусть бы это были и собирательные образы, если уж современных *Героев* почти не найти. Безусловно, есть и обратные примеры, «72 метра» Владимира Хотиненко очень популярен, но тут опять-таки рисуются не ярко выделенные *Герои*, а больше *героические* обстоятельства.

Воюют в кино много и особенно на двух войнах — на Великой Отечественной и Чеченской [27]. В 1990-х годах появились слабые упоминания об Афганской войне в кино[28]. А Великая Отечественная доживала свои экранные дни в виде римейков на тему ветеранов[29]. Пожилым героям этих лент режиссеры – не без скуки, так сказать, – отдавали должное, а от лица молодого поколения вяло сетовали: «Богатыри — не мы».

Самыми яркими примерами фильмов об Афганской войне стали, пожалуй, «Кандагар» и «9-я рота». Более подробно следует рассмотреть фильм «9-я рота» Федора Бондарчука (2005 год). Фильм является показательным с точки зрения бюджета, сценария и, конечно, *Героев*, а точнее отсутствия правдивых героических персонажей. Повторюсь, в основу фильма легли реальные события Афганской кампании, хотя фильм и был снят спустя целых 15 лет после этих событий. Но популярен этот фильм, скорее всего, был лишь у 20-летних. Тех, кто постарше, просто возмущает эта – который раз – переписанная история. Да, эти десантники – обычные парни, которые стойко защищают свою Родину. Да, народу был нужен такой свой (т.е. российский) фильм с современными на тот момент спецэффектами – взрывами, нужно было понимать, что «лихие 90-ые» не заставили отказаться от любви и преданности своей стране. Да, они герои в фильме, но серьезные искажения реальных фактов не дали полюбить этот фильм россиянам, хоть и практически все его посмотрели [30]. Судя по художественной ценности фильма, 10 млн. долларов потрачены грамотно, но в плане смысла такая ложь не годится для создания фильма с *Героями*, претендующими на всенародную любовь. Мне кажется, что это оскорбительно. Ожидание фильма «Сталинград» этого же режиссера, который выйдет на экраны в 2013 году, сопровождается надеждой, что хоть там будут *Герои*.

В связи с темой армии также вспоминаются сериалы «ДМБ», «Спецназ», «Мужская работа» (два последних упоминают о Чеченском конфликте), которые обрели серьезную популярность. Но все персонажи

---

[27] Например: «Блокпост», «Война», «Кавказский пленник», «Личный номер».

[28] Например: «Пешаварский вальс», «Нога», «Афганский излом».

[29] Например: «Сочинение ко Дню Победы», «Ворошиловский стрелок».

[30] События в фильме происходят в 1989 году, а не в 1988, как было на самом деле. Потери советской армии в этой битве по фильму составляют почти 100 %, а на самом деле погибло 6 из 39 человек. Возмутительное искажение: в фильме десантники оказались «забыты» на высоте и приняли бой в одиночку (без командования и поддержки).

этих сериалов неотличимы друг от друга, они трагикомичные, но не героичные.

Также важными персонажами в современном кино России являются олигархи и "новые богатые". Характерный пример: «Олигарх» Павла Лунгина — это сага о магнате, вознесенном на пирамиду общества талантом, но также и о новой ситуации, сложившейся в стране. Прототип главного героя фильма Платона Маковского – пресловутый Борис Березовский.

Герои, зарабатывающие на свою жизнь честным трудом, представлены на экранах, «как бессмысленные толпы обезумевшего, оскотинившегося пролетариата, которые ходят по ночам биться «стенка на стенку» перед закрытыми воротами остановившихся заводов, защищая интересы местных миникапиталистов. А невзрачные и одинаковые дяденьки в деловых костюмах эти заводы между собой делят» [31]. То есть честно трудящихся персонажей на экранах почти нет, а есть наоборот такие, кто не работает вообще, а притязает, например, на наследство богатых родственников [32]. Но, впрочем, приятно, что такой фильм, как «Гоп-стоп», в котором персонажи представлены «быдлом», хоть и борющимся с несправедливостью и богатыми, не стал популярен.

Мы не видим сегодня в кино таких *Героев*, как раньше, таких, которых бы знали по именам все[33]. Но народу необходимы такие современные *Герои*, а они всё не появляются. Советский киносценарист, режиссер Валентин Черных говорит: «Сейчас востребован удачливый герой. Интересен трезвый, разумный, преуспевающий человек, которому везет, фортуна ему улыбается»[34]. Но и такого *Героя* мы тоже не видим…

Что интересно – не хватает в кино так же и гендерных *Героев*: неких идеальных Мужчины и Женщины. Характерно, что женскими качествами сегодняшние режиссеры наделяют мужчин и наоборот.

Не хватает современному кино умного, честного, интеллигентного и в то же время влиятельного *Героя*, который бы своими силами, как Брюс Уэйн («Бэтмен») защищал бы Готем-Сити, т.е. в нашем случае – всю Россию. Так и просятся сравнения Готем-Сити и России. Ну а как популярен Бэтмен у себя на Родине, да и вообще во всем мире, даже доказывать не надо. А Бэтмен, кстати говоря, не убивал своих врагов, а лишь обезвреживал, чего не скажешь о Даниле Багрове… "За державу обидно" – сказано совсем в другом фильме и в другом контексте, но, как мне кажется, очень подходит и к данной, без преувеличения, масштабной теме.

---

[31] Операция «С новым веком!» // URL: http://seance.ru/n/19-20/sujets_and_heroes/operatsiya-s-novyim-vekom/

[32] К примеру, фильм «Елена», но он не относится к массовому кино.

[33] Например: «Председатель», «Калина красная», «17 мгновений весны», «Офицеры», «Неуловимые мстители», «Три мушкетера», «А зори здесь тихие».

[34] № 19/20. После паузы » Сюжеты и герои. Социальные группы на экране // URL http://seance.ru/category/n/19-20/sujets_and_heroes/sujets_and_heroes-social-groups/

Общество потребления (точнее – тотального сервиса) озадачено тем, как успешнее продать тот или иной свой аспект, как эффективнее перенести интересы людей из области высоких рефлексий в конкретную плоскость рынка/цирка/экрана. В этом круговороте просто нет места для истинных *Героев*. Как говорят известные кинематографисты – "не формат"…

ТУРИСТСКАЯ УСЛУГА В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Лубашева Алина Евгеньевна,
СПбГУСЭ, ИТиМЭО, аспирант,
науч. рук. проф. Черненко В.А.

Индустрия гостеприимства исторически сформировалась из сектора средств размещения, представленного различными типами гостиничных предприятий. Впоследствии к ней присоединилось множество дополнительных услуг, таких как питание, транспорт и трансферты, экскурсионные программы, конференц – структура, IT- технологии и другое. В последние годы гостиничный и туристский рынок характеризуется преобладанием предложения над спросом, что порождает достаточно сильную конкурентную среду в данной отрасли. Одним из важных аспектов на сегодняшний день является привлечение международного туристского сектора, приносящего денежные потоки как в индустрию туризма и гостеприимства, так и в смежные отрасли государства. Все это влечет за собой необходимость соответствия определенным стандартам качества предоставляемых услуг на международном уровне.

Услуга – это любые мероприятия или выгода, которые одна сторона может предложить другой, и которые в основном неосязаемы, и не приводят к получению чего-то материального. Определение по ГОСТ 50690-2000, туристская услуга- результат деятельности организации (туристского предприятия) или индивидуального предпринимателя по удовлетворению соответствующих потребностей туристов в организации и осуществлении тура и его отдельных составляющих. Наиболее полным считаю следующее определение туристской услуги, как деятельности (или процесса) неосязаемого характера, которую одна сторона-поставщик может предложить другой стороне-потребителю, либо предоставляет по его заказу с целью получения определенной выгоды, при этом туристская деятельность не разделяет производство, реализацию, потребление услуг ни во времени, ни в пространстве.

Природа услуги весьма специфична и неоднородна. Туристские услуги, как и любые другие типичные услуги, нематериальны, неосязаемы. Неосязаемость туристских услуг весьма важное свойство, своеобразно проявляющееся в результатах сервисной деятельности. Полезный эффект

туристского сервиса может быть охарактеризован субъективным восприятием его потребителей. Неосязаемость этого эффекта и его неотделимость от процесса производства осложняют не только его потребление, которое происходит непосредственно на месте нахождения туристско-рекреационных ресурсов. Неосязаемость создает такие условия, когда неопределенность полезного эффекта туристских услуг сопряжена с особым риском потребительного выбора. Потенциальный турист имеет возможность лишь косвенной оценки потребительных свойств приобретаемых услуг, используя для этого общественное мнение, рекламу, фирменный знак и т.п. Материальный субстрат (в виде каталогов, проспектов, видеокассет, кинолент и др.) позволяет осуществлять выбор посредством аналогии, так как собственные ощущения и эмоциональное восприятие у туриста появляются лишь после непосредственного потребления услуг, когда выбор станет практически необратимым.

Неосязаемость услуг, невозможность их накапливать, сохранять, как, например, товары, усиливает предпринимательский риск в туризме. Вследствие этого нереализованный туристский продукт, а следовательно и туристские услуги по гостиничному, транспортному, экскурсионному и иному обслуживанию, не проданные по причинам сезонности или другого характера, ведет к невосполнимым издержкам. Уменьшить потери дохода из-за несохраняемости, ненакапливаемости туристского продукта можно посредством согласования спроса и предложения туристских услуг. Для этого применяют гибкую систему цен, учитывающую сезонность потребления туристско-рекреационных ресурсов, предварительное бронирование мест размещения, гибкие формы занятости работников в индустрии туризма и т.д.

В зависимости от политэкономического содержания различают услуги нематериального и материального характера. Услуги нематериального характера не принимают предметной формы и не воплощаются в стоимости материальной продукции. Многие экономисты подчеркивают, что услуги нематериального характера не создают валовой общественный продукт, или национальный доход, наоборот, для их предоставления используется часть национального дохода. При этом потребитель получает не продукт труда, а труд в виде деятельности руководителя группы, гида, экскурсовода, инструктора и т.п.

Туристские услуги представляют крупный сегмент сферы услуг, обеспечивающих удовлетворение потребностей людей и реализацию их деятельности в свободное время: отдых, развлечения, путешествия. В экономической литературе классифицируют туристские услуг материального характера следующем образом:

- услуги туристско-экскурсионных учреждений (проведение экскурсий, услуги экскурсовода и т.д.);
- услуги транспорта (организация перевоза пассажиров из одной точки в другую);
- услуги санаторно-курортных учреждений;

- услуги здравоохранения (оказание отдыхающим медицинской помощи при первой необходимости);

- услуги просвещения (ознакомление туриста с историей страны в которой он намерен отдыхать);

- услуги общественных организаций;

- услуги государственного управления.

Услуги материального характера реализуются в сфере обращения продукта и выступают как услуги производственного назначения.

Услуги туристские материального характера:

- услуги непассажирского транспорта;

- услуги торговли (то, что может предложить местный рынок);

- услуги жилищно-коммунального хозяйства (обеспечение тепла, света, воды и т.д.).

Удовлетворение потребностей и спроса на туризм предполагает наличие множества туристских услуг. Эти услуги могут быть полностью потребляемыми, например еда и напитки, или частично потребляемыми, например услуги размещения в отеле. В последнем случае, требуются дополнительные услуги: кондиционеры, центральное отопление, телефон и т.п. Многое из того, в чем нуждается турист, образуется естественным путем, например солнечный свет, кислород и т.д. Эти элементы обычно характеризуют как свободные услуги, и они не являются предметом специального изучения и анализа для экономики туризма в целом. Для экономики туризма представляют интерес и материальные, и нематериальные туристские услуги. Иногда материальные услуги выступают в форме товара. Их главной характеристикой является то, что они не ограничены количественно.

На сегодняшний день совершенно очевидно огромное позитивное воздействие индустрии туризма на уровень экономического развития национальных экономик многих государств. Логика развития рынка показывает, что в современных условиях спрос на туристические услуги настолько дифференцирован, что практически каждая страна может сформировать эффективное предложение на данном рынке. Основной мотив потребления туристических услуг – желание получить новые впечатления, является практически неудовлетворимым, создавая константные предпосылки для устойчивого роста спроса на них.

Бурное развитие массового туризма в мире в последние десятилетия вызвало адекватное развитие индустрии туризма и смежных отраслей хозяйства, науки и культуры, системы образования. В соответствии с прогнозом экспертов WTO, в ближайшие 10 лет ежегодные темпы роста международного туризма превысят 4%. При этом, по прогнозам, уже к 2020 г. лидером среди стран по количеству принятых иностранных туристов может стать Китай.

Исследование динамики развития сферы туристических услуг дает веские основания считать, что туризм в XXI веке станет двигателем мировой экономики и основной статьей экспорта. В общем числе

потребителей количество туристов растет наиболее быстрыми темпами. Согласно прогнозам WTO в 2020 г. в выездном туризме примут участие 1,6 млрд. чел. Исследование географической структуры, проведенное на основании опубликованных данных Всемирной Организации Туризма, показывает, что наиболее активным является потребительский рынок Европы – 55% от общего числа туристов. За ними следуют выездные туристы из Азии – 20% и Америки – 16%.

В целом необходимо отметить возрастание интенсивности конкуренции между регионами и странами в области международного туризма. На развитие мирового рынка туристических услуг продолжают влиять социально-демографические изменения, состояние экономики, политическая ситуация. В связи с этим характерной тенденцией со стороны потребительского рынка является повышение спроса на услуги, гарантирующие высокую степень реагирования на возникновение каких-либо осложнений, например, угрозы теракта. А способность гарантировать эти услуги, в основном, зависит от усилий государства принимающей страны, правительство и туриндустрия должны работать согласованно и на партнерской основе брать на себя решение «проблемы непредвиденных обстоятельств» с целью минимизации последствий многообразных осложнений.

Таким образом, можно сделать вывод, что туристические услуги способны стать катализатором социально-экономического развития практически каждой страны мира, что делает их все более важной частью внешнеэкономической деятельности многих государств. Туризм все больше превращается в фактор мультипликативного воздействия на экономику и социальную сферу. Возрастающая информированность потребителя увеличит значение таких характеристик турпродукта, как индивидуальный подход, стандарты здоровья, безопасность. Главным условием создания благоприятной среды для развития национального сектора туристических услуг станет создание адекватного механизма взаимодействия субъектов отрасли и государства. Именно государство, благодаря целенаправленным действиям, сосредоточенным на обеспечении ключевых требований к безопасности, экологии, состоянию основных туристических объектов внутри страны, а также на формирование позитивного имиджа и продвижение бренда страны в целом, способно оказать существенное воздействие на усиление конкурентоспособности туристического сектора.

Список литературы:

1. Квартальнов В. А. Туризм: Учебник. 2-е изд., перераб. М.: Финансы и статистика, 2007. – . 155 с.

2. Новиков В. С. Характерные черты туризма XXI века — устойчивое и инновационное развитие, URL: http://www.intacadem.ru/content/view/272/261/1/0/

3. Фролова М.В. Системный подход к изучению рынка туристских услуг, URL: http://mir.spbu.ru/ index.php?option=com_k2&view=item&id=77:mns-15-5-25&Itemid=32

АНТРОПОЛОГИЧЕСКИЕ ПАРАМЕТРЫ СОВРЕМЕННОСТИ: К ВОПРОСУ О ПОИСКАХ "ГЕРОЯ НАШЕГО ВРЕМЕНИ"

Давыдова Дарья Петровна,
СПбГУСЭ, ИТиМЭО, 3 курс,
науч. рук. доц. Дробышева Е.А.

Современную действительность зачастую называют «эпохой без героев». Как так? А куда делись герои и как можно без них жить? Не абстрактные герои Древней Греции, а живые люди. Люди с большой буквы, а не собирательный образ эпохи. Как точно сказал Достоевский про такого героя – «положительно прекрасный человек». Вот так сразу, не раздумывая ни секунды назвать героев нашей страны? С этим возникают проблемы.

Сразу припоминается слоган фильма «Бумер»: «Не мы такие. Жизнь такая». Отчасти так. Изменились условия и изменился сам человек. Человек нового тысячелетия – политически активный субъект, желающий перемен, в то же время это «стадное животное». Наглядными иллюстрациями являются «Арабская весна», многочисленные политические митинги в России и акция в США "Оккупируй Уолл-стрит!". Он хочет перемен. Но всегда ли он понимает последствия этих перемен и готов ли он нести ответственность?

В нашем сверхтехнологичном веке индивид постепенно переходит в новое пространство жизни — виртуальное. Общение, обучение, занятие шопингом и многое другое переходит в пространство Всемирной паутины. Зона, где ответственность персоны зачастую минимальная, особенно в России. Пользователь, с никнеймом, не дающим реальной информации о человеке и IP-адресом, который можно при желании и небольшом умении изменить, нередко не отвечает как за свои слова, так и за действия. Он готов писать в блогах, но не готов в одиночку и открыто действовать. В реально существующей действительности человек далеко не всегда отвечает за свои поступки, как например дочь иркутской экс-чиновницы Анна Шавенкова, задавившая двух женщин, снова получившая отсрочку приговора на 13 лет.[35] Можно ли говорить о контроле виртуального пространства, если не удается в реальной среде изменить положение дел? Отсюда вытекает социальная безответственность.

---

[35] Кондратьев Р. «Глубоко раскаиваюсь, прошу извинить» // http://www.gazeta.ru/auto/2011/03/11_a_3552065.shtml.

Кто такой герой в мифах и легендах? Человек или полубог, готовый сражаться с чудовищами, преодолевать хитроумные препятствия, даже идти против устоявшейся системы, до него же никто на такое не пошел. Такой субъект находится за определенными рамками, за которые не готовы или не могут выйти остальные. По идее, он несет на себе социально-значимую миссию спасителя или просветителя. Но с другой стороны чувство самосохранения у него нивелировано. Он готов пожертвовать собой ради других. Герой рассказа Максима Горького «Старуха Изергиль» Данко, вырвавший свое сердце из груди и осветивший им дорогу другим демонстрирует именно это. Такой человек чувствует высокую степень ответственности перед обществом, такое поведение — его моральный долг. В обыденности такая жертвенность ради других — редкое явление.

Изменился сам человек. В наше время все более и более проявляются аутические тенденции. Человек как бы захлопывается, не тяготеет к взаимодействию с обществом, он «человек в себе и для себя».

Постепенно происходит подмена понятий. Теряется подлинность слов и действий. Часто можно услышать, что героем называют человека популярного или медийного персонажа. В эпоху пиара навязывается равнозначность данных понятий. В любой сфере жизни общества существуют лидеры – будь то политическая, культурная или любая другая сфера. Наблюдая за политической жизнью Российской Федерации, можно с уверенностью сказать, что Владимир Путин или Алексей Навальный – бесспорно лидеры, но являются они *Героями*? Можно ли их без иронии и сарказма назвать «героями нашего времени» или «положительно прекрасными людьми»?

Если раньше людей, занятых в определенных профессиях, априори называли героями, то сейчас здесь произошел коренной перелом. Педагоги, врачи, космонавты, милиционеры ранее имели некий ореол героизма. Это собирательные образы, с яркими личностями. Всем известный и всеми уважаемый Дядя Степа – всего лишь литературный персонаж, а не конкретный человек.

Все чаще и чаще мы сталкиваемся с коррумпированностью, ненадлежащим исполнением своих обязанностей и беспределом, особенно это заметно в органах государственного правопорядка. Здесь появляются антигерои. Далеко ходить за примером не надо. «В ночь на 27 апреля 2009 года начальник ОВД "Царицыно" Денис Евсюков открыл стрельбу в супермаркете "Остров", расположенном на юге Москвы. В результате погибла кассир, семь покупателей были ранены. Кроме того, майор милиции застрелил водителя, который подвез его к магазину»[36] Это не единичный случай.

Теперь дети мечтают стать не космонавтами, а бизнесменами. В Советском Союзе каждый мечтал о полете на Луну. Для многих Юрий

[36] Стрельба в московском супермаркете "Остров" // http://lenta.ru/story/ostrov/

Гагарин в подлинном смысле является *Героем*. Все изменилось. Тогда была всесоюзная идея построения светлого будущего. Идея — один из важнейших факторов развития любого явления или процесса.

Так, почему же нет *Героя* – человека ориентированного на социально-положительные явления? Возможно, общество просто не нуждается в нем сегодня? Ему нужны "эффективные менеджеры", "звезды", селебрити… Герой – прежде всего ответственный человек, а брать на себя ответственность за общество, в котором отсутствует хотя бы приблизительная национальная идея, ценностно-нормативный каркас – непростая задача, в лучшем случае это назовут "дон кихотством"…

Проблемы и перспективные направления развития гостиничного кластера России

Озеров Никита Игоревич,
СПбГУСЭ, ИТиМЭО, 2 курс,
науч. рук. доц. Печерица Е.В.

Отрасль туризма и гостиничного бизнеса является в России одной из наиболее прибыльных и быстро развивающихся отраслей народного хозяйства. Постоянно строятся новые гостиницы и мини-отели в крупных городах и регионах. Все возрастающее число высших и средних учебных заведений осуществляет подготовку управленческого персонала и работников для индустрии туризма и гостеприимства.

По подсчетам отечественных и западных экспертов российский гостиничный рынок, за последние несколько лет, ежегодно рос на 15 – 20%. На данный момент его объем превышает $ 3,5 млрд.

В ЦФО темпы роста гостиничной отрасли особенно высоки. И на сегодняшний день наиболее прибыльным и перспективным для инвесторов является именно этот рынок гостиничной недвижимости. По данным международного агентства TRI Hospitality Consulting, каждый гостиничный номер в столице приносит его владельцу, в среднем, €149 чистой прибыли, что на €36 больше, чем в Лондоне, занимающем второе место по прибыльности и темпам роста индустрии. Рентабельность гостиниц в регионах составляет 15 – 20%, а в Москве 17 – 25%. Это почти в 2,5 раза больше, чем в Европе, где аналогичный показатель не превышает 10%.

На данный момент, ключевыми тенденциями развития гостиничного бизнеса в России являются:

– Постепенное насыщение сегментов жилой, офисной и складской недвижимости и приток инвесторов в гостиничный бизнес

– Ускоренное развитие сегмента гостиничной недвижимости в регионах

– Выход на гостиничный рынок инвесторов, не связанных с гостиничным бизнесом

– Увеличение привлекательности многофункциональных объектов для инвесторов

– Создание производств полного цикла российскими туроператорами

– Консолидация гостиничного бизнеса

– Покупка зарубежных гостиниц российскими компаниями и предпринимателями

Что касается наиболее интересных городов для развития гостиничного бизнеса, ими, по мнению экспертов, в 2009-2010 гг. будут города-миллионники: именно в них наибольшими темпами растет деловая активность, на 10-17% в год увеличивается поток гостей, что формирует спрос на гостиничные услуги и усиливает существующий дефицит предложения.

Однако, несмотря на довольно большой совокупный объем рынка и быстрые темпы развития, российская гостиничная отрасль является слабо развитой по мировым меркам. Существует ряд проблем, которые замедляют развитие бизнеса.

Как уже было отмечено ранее, объем российского гостиничного рынка превышает $ 3,5 млрд, однако, следует отметить, что почти половина рынка приходится на Москву, которая по – прежнему держит статус города с самыми дорогими гостиницами в мире.

Дисбаланс между категориями отелей и ценами на размещение достиг такого уровня, что туристы из России просто не могут позволить себе остановиться в московской или питерской гостинице. Не по карману услуги отельеров и большинству зарубежных путешественников, поэтому усиление глобального туристического потока может мало коснуться нашей страны.

На данный момент в стране насчитывается 13 тысяч гостиничных номеров, которые соответствуют международным стандартам. 10 тысяч из них находятся в Москве, еще 1,5 тысячи – в Санкт-Петербурге, и всего лишь 1,5 тысячи – в других городах России. При этом современный гостиничный рынок российских регионов на 80% формируется гостиницами старой постройки советской эпохи и нуждается в новых отелях, оборудованных в соответствии с современными требованиями. Очень остро стоит вопрос о дефиците, как в Центральном и Северо – Западном федеральных округах, так и в регионах, современных отелей класса 3*.По мнению специалистов, инвесторы обратят внимание на менее доходные, но более массовые гостиницы среднего класса только тогда, когда будет насыщен сегмент luxury-отелей. Без помощи государства – различных преференций, налоговых льгот – здесь не обойтись.

В связи с тем, что индустрия гостеприимства в нашей стране – отрасль молодая, начавшая бурно развиваться около 10 лет назад, российские сетевые гостиничные компании так же только начинают свое развитие.

Многие международные гостиничные сети – InterContinental Hotels Group, Hilton Hotels Corporation, Kempinski Hotels, Marriott International и

др. напротив – продолжили экспансию в Москве и Санкт-Петербурге и начали уверенное развитие в регионах.

Таким образом, более 60% гостиниц в России находятся под управлением зарубежных компаний, которые, в сравнении с российскими, довольно давно и успешно осуществляют свою деятельность не только на внутреннем, но и зарубежном рынках.

Однако, все же, существует несколько отечественных гостиничных сетей, которые владеют большим количеством отелей в нашей стране и вышли на европейский рынок, хотя даже эти компании заимствовали опыт ведения дел у своих зарубежных коллег.

Так компания Heliopark Group, которая в 2008 г. открыла отель Heliopark Bad Hotel Zum Hirsch в Германии (Баден-Баден). Также в октябре 2008 г. «АЗИМУТ» открыл отели в Мюнхене и Кельне.

По-прежнему, одной из важнейших проблем отельного бизнеса остается недостаток и низкая квалификация персонала. В принципе, тяжелое кадровое положение отмечается во всей Индустрии гостеприимства. Причины тому – слабая подготовка специалистов в средних и высших учебных заведениях, завышенные требования выпускников и высокая текучесть кадров.

Сегодня специалистов для гостиничного бизнеса готовят 250 вузов и 36 заведений среднего специального образования. Однако качество образования не устраивает отельеров – зачастую выясняется, что выпускники не обладают даже минимальными знаниями и навыками. Большинство учебных заведений не имеют преподавателей-практиков, теоретики же проходили обучение еще в советское время. При этом подавляющее большинство студентов претендуют на должности руководителей среднего и высшего звена, тогда как рынок ощущает острую нехватку линейного персонала – поваров, официантов, метрдотелей.

На Западе краткосрочное обучение линейного персонала осуществляется в тренинговых гостиницах. В России подобных отелей пока не существует, как нет и конкретных планов их создания. Такая ситуация вызывает опасение у экспертов еще и в связи с предстоящей Олимпиадой в Сочи.

По расчетам Федерального агентства по туризму чтобы предстоящая Олимпиада прошла успешно, необходимо подготовить 40 тысяч квалифицированных специалистов гостиничного дела, без учета поваров, транспортного персонала, экскурсоводов и пр.

Рособразование и Федеральное агентство по туризму пытаются решить многочисленные проблемы, связанные с дефицитом и подготовкой кадров, совместно с представителями бизнеса. Но многие российские отельеры берут решение насущной проблемы в свои руки и, не надеясь на специалистов с профильными дипломами, обучают работников самостоятельно.

Для этого они создают курсы повышения квалификации или даже корпоративные вузы – как, например, в сети отелей «АЗИМУТ». Преимущества такого подхода очевидны – обучение носит практическую направленность, на выходе получается специалист, знакомый со специфическими нормами и требованиями той или иной сети.

И, наконец, нельзя не отметить, что в конце 2008 – начале 2009 гг. гостиничный бизнес в России оказался под ударом экономического кризиса. Ряд отельеров не смог справиться с растущими издержками и не успел выполнить свои обязательства по кредитам.

В результате, многие гостиничные проекты как в России, так и за рубежом сейчас заморожены. Инвесторы стремятся довести до конца лишь те проекты, которые уже близки к завершению. Проекты на начальных стадиях реализации откладываются на неопределенный срок. Загрузка гостиниц и цены на проживание в гостиничных номерах стремительно падают. Так, в феврале 2009 г. загруженность российских гостиниц сократилась на 22,8% по сравнению с февралем 2008 г. Отельеры на различных направлениях снизили стоимость своих услуг от 10 до 30%,а в Москве в четвертом квартале 2008 г. цены упали на 6% по сравнению с аналогичным периодом 2007.

Таким образом, все вышеперечисленные проблемы указывают на то, что российский гостиничный рынок находится в стадии становления как на микроуровне, так и на уровне государства. В целом, можно ожидать увеличения финансовых вливаний в гостиничный бизнес в ближайшие три-четыре года. В первую очередь это будет касаться курортных зон, регионов, обладающих туристическими возможностями, а также крупных промышленных центров.

Теоретические аспекты формирования имиджа

Березина Алена Анатольевна,
СПбГУСЭ, ИТиМЭО, 1 курс,
науч. рук. доц. Печерица Е.В.

Имидж туристской фирмы — это целостная картина того, что фирма предъявляет клиенту. Имидж фирмы определяется многими факторами, включая и то, как выглядит, одевается и разговаривает, как ведет себя ее руководитель. Первое впечатление о человеке или организации наиболее точно. Придерживаясь исключительно этого постулата, дальновидные руководители много внимания уделяют не только своему внешнему виду, но и облику сотрудников, интерьеру офиса, вплоть до шрифта табличек на дверях кабинетов. Следует отметить, что секрет успеха далеко не в количестве появления рекламных материалов в газетах, на радио и телевидении. Ключ к успеху — в правильности концепции развития общественных связей. Какой бы непредсказуемой ни была реакция общественности в период формирования облика фирмы, вся система обязательно должна подчиняться единой концепции, то есть логике.

Имидж фирмы – это система представлений целевых аудиторий о фирме. Целевые аудитории ведут себя по отношению к фирме соответствующим их представлениям о деятельности, надежности и ценностях фирмы образом. Систему представлений построить непросто,

это должно быть отдельным стратегическим направлением в деятельности, т.к. именно эта система помогает развиваться и находить соответствующих партнеров, друзей, она привлекает целевые аудитории, и она же, если построена действительно прочно, помогает фирме пережить трудные времена. Целевые аудитории – это не только перечисление – поставщики, потребители, посредники, не только их возраст и численность. Целевые аудитории – это живые люди с особенностями образования, жизненных устремлений и ценностей, особенностями воспитания и культуры принятой в их среде, особенностями восприятия и обработки информации.

Формирование образа, своеобразного "лица" организации – дело не только специалистов в этой области (маркетологов, рекламистов, специалистов в области PR). Имидж организации формируется не только направленными на это акциями и мероприятиями. Качество производимых товаров и оказываемых работ/услуг, отношение персонала к своему работодателю, клиентуре и собственной деятельности имеет значение для имиджа не менее важное, чем реклама и презентации. Благоприятный образ-имидж должен быть адекватным, оригинальным, пластичным и иметь точный адрес. Быть адекватным – значит соответствовать реально существующему образу или специфике фирмы. Быть оригинальным – значит отличаться от образов других фирм (товаров), особенно однотипных. Быть пластичным – значит не устаревать, не выходить из моды, изменяясь, казаться неизменным. Иметь точный адрес – значит, быть привлекательным для определенной целевой аудитории, т.е. для настоящих и потенциальных заказчиков.

Понятие «Имиджирование» описывает процесс целенаправленного формирования имиджа с помощью специально созданного визуального ряда, преднамеренно выстроенных моделей коммуникации и стандартов поведения, которые востребованы в целевой аудитории.

Имиджирование в туриндустрии это процесс создания в восприятии целевой аудитории нужного образа субъектов и объектов туристской отрасли (образ туруслуги, образ турфирмы, образ рекреации, образ досуга и т. д.). Процесс создания имиджа начинается с восприятия человеком отдельных внешних и (или) внутренних характеристик какого-либо объекта: турфирмы, турпродукта, потребителей туруслуг, культуры обслуживания, страны пребывания, путешествия и т. д. Воспринимаемый объект является прототипом имиджа. Затем формируется образ – представление, который подвергается оценке. На основании оценочных суждений у человека возникает отношение к прототипу образа, которое в дальнейшем приобретает качество устойчивого мнения о нем.

Основным средством формирования имиджа является коммуникативная информация, отражающая существенные стороны и характеристики объекта имиджирования в восприятии целевой аудитории. Структура имиджформирующей информации определяется функциональным качеством объектов и субъектов туриндустрии.

Имидж фирмы может состоять из сколь угодно большого количества элементов, но базовыми для каждой компании являются следующие элементы: логотип, визитная карточка, фирменный бланк, различные типы конвертов, факсимильное сообщение, фирменная папка для бумаг, выбор фирменных шрифтов, фирменные цвета.

Имидж фирмы – не яркая побрякушка и не дань моде. Как и логотип, он является своего рода визуальным высказыванием, подчеркивающим индивидуальность компании, для которой он был разработан. В зависимости от вида деятельности компании фирменный стиль может включать в себя целый комплекс различных видов воздействия на целевую аудиторию: визуальных, психологических, звуковых, а иногда и некоторых других. Наиболее распространенным является визуальное воздействие, имеющее своей целью подчеркнуть уникальность компании, ее товаров и услуг, а также ее роль на рынке.

Анализ туристских ресурсов Российской Федерации

Бухалова Наталья Алексеевна,
СПбГУСЭ, ИТиМЭО, аспирант,
науч. рук. доц. Егорова Н.М.

Российская Федерация обладает огромным туристским потенциалом. На территории различных регионов находится множество исторических и культурных объектов, которые можно включить в туристские программы и маршруты. Территория страны поделена на восемь федеральных округов: Центральный, Южный, Северо-Западный, Дальневосточный, Сибирский, Уральский, Приволжский и Северо-Кавказский. Каждый федеральный округ обладает своим уникальным, присущим только ему, туристским потенциалом – комплексом природно-климатических и культурно-исторических факторов. Их рассмотрение и конкретизация помогает формировать качественный туристский продукт, пользующийся достаточным спросом.

Центральная Россия обладает, прежде всего, уникальным историко-культурным наследием. Столица Российской Федерации Москва – всемирно известный туристский центр. Московский Кремль, Красная площадь, Коломенское, Покровский собор, Арбат, уникальные ансамбли церквей и монастырей привлекают внимание туристов со всего мира. В Московской области расположены Архангельское, Верея, Дмитров, Зарайск, Звенигород, Истра, Коломна, Сергиев Посад, Серпухов. В центральном федеральном округе расположены древнейшие города, многие из которых входят в Золотое кольцо России. Кроме того, такие центры туризма как Ясная Поляна, Михайловское, есенинские места, Хмелита, Новоспасское, «Смоленское Поозерье», «Угра» в Калужской области обладают интереснейшей историей, но мало известны как в стране, так и за рубежом.

Среди памятников природы необходимо выделить Центрально-Черноземный заповедник, находящийся в Курской области. Здесь уникальный рельеф, сочетается с разнообразной флорой и фауной.

Центрально-лесной заповедник, находящийся в Тверской области, известен неприкосновенными дремучими лесами со своими исконными обитателями. Самыми заметными, постоянно привлекающими к себе внимание обитателями заповедника считаются птицы. Заповедник входит в международную систему биосферных резервов, осуществляющих глобальный экологический мониторинг.

Кроме того, в Центральной России могут активно развиваться агро, этно и экотуризм. Эти новые перспективные виды туризма вызывают большой интерес и у иностранцев, и у россиян.

Южный федеральный округ всегда считался привлекательным для туристов. Теплый, комфортный климат, наличие рекреационных ресурсов на побережье Черного и Азовского морей явились базой для развития туризма в данном регионе. Основной вид отдыха – пляжный, также развит познавательный, экстремальный, спортивный. Туристские походы, дайвинг, охота, альпинизм, рыбалка в открытом море становятся все более популярными среди туристов.

Здесь расположен Кавказский заповедник, чья разнообразная флора и фауна является уникальной для нашей страны, благодаря чему заповедник был включен в список всемирного природного наследия ЮНЕСКО.

Среди природных достопримечательностей Южного федерального округа необходимо перечислить соленое озеро Эльтон, горько-соленое озеро Булухта, озеро лотосов, природный парк «Нижнехоперский», ледниковые валуны, плавающие острова, Русская гора, Шакинская дубрава, Сарпинские озера, соленое озеро Баскунчак, соленое озеро Тинаки.

В округе находится множество монастырей, церквей и музеев. Архитектурные достопримечательности: Астраханский кремль, Успенский собор, Хошеутовский хуруп, Цаган Аман, Лагань, город шахмат, Село Никольское, храм Рождества Пресвятой Богородицы.

Северо-западный федеральный округ известен, прежде всего, своими историческими памятниками. Санкт-Петербург – центр музеев. Хорошо известны среди туристов и пригороды – Пушкин, Павловск, Ломоносов, Петергоф, Гатчина, Стрельна. На территории округа находятся Копорская, Нарвская, Псковская, Ивангородская крепости, Новгородский кремль, Софийский собор, Успенский монастырь, монастырь Александра Свирского, водопад Рююмякоски, ледяные пещеры у Мраморного карьера, Мраморное озеро, озеро Ястребиное, остров Койонсаари. Хорошо известны речные пути через Ладожское и Онежское озера с посещением Валаама, Кижей, Соловецких островов.

По территории Северо-западного федерального округа проходит часть хорошо известной туристской трассы от восточных границ Белоруссии к Москве и Нижнему Новгороду.

Дальневосточный федеральный округ интересен, прежде всего, своими природными ресурсами. Здесь находятся долина гейзеров, кальдера вулкана Узон, Авачинская бухта, Авачинский вулкан, Командорские острова, Курильское озеро, Аагские нарзаны, вулкан Малый Семячик, Ключевская группа вулканов, Мутновский вулкан, арка Стеллера, Лопатка, роща пихты Грациозной.

В регионе расположено множество природных парков и заказников: природный парк «Налычево», Кроноцкий заповедник, Южно-Камчатский заказник, природный парк «Голубые озера», Быстринский природный парк, Ключевской природный парк, Корякский заповедник.

Сибирский федеральный округ также знаменит своими природными богатствами. Здесь находятся гора Белуха, Телецкое озеро, мультинские озера, Шавлинские озера, алтайский государственный природный заповедник, водопад Корбу, водопад Учар, водопады Шалтан, Киште, Сайгоныш, Камышлинский, Текелю, Тегеек, Шумы, всемирно известное озеро Байкал, Тункинская долина.

В Бурятии находится средоточие буддизма страны Иволгинский дацан, являющийся центром духовного управления буддистов России и резиденцией Главы буддистов России Пандито Хамбо Ламы, Тамчинский дацан.

В последнее время стали популярны туры по мистическим местам Хакасии и горного Алтая, которые включают в себя следующие достопримечательности: гора Белуха, долина реки Ак-Алаха, Телецкое озеро, долина реки Каракол, озеро Ак-Кем, Сундуки, Менгиры, Салбыкские курганы, Кошкулакская пещера.

Традиционно популярны Чалпан (оселковая гора), Окунево, Преображенский собор в Абакане, Красные ворота, Улаганский перевал, музей-заповедник «Красная горка», Караканский бор.

Уральский федеральный округ с центром в городе Екатеринбурге. На территории этого округа располагаются интереснейшие природные и культурно-исторические памятники. Невьянская наклонная башня – наследие династии тульских промышленников Демидовых, Ганина Яма – памятное место, где в 1918 году в шахту были сброшены останки царской семьи, музей деревянного зодчества под открытым небом в Нижней Синячихе, Верхотурье – один из духовных центров страны, Аркаим – древний город-цивилизация, лежащий в степях Южного Урала, горячие источники Тюмени – природные термальные источники, обладающие лечебными свойствами, Кунгурская ледяная пещера, обелиски «Европа-Азия», расположенные на условной границе между двумя сторонами света, «Тагильская мадонна» – картина написанная в Риме в 1509 году, скалы Гронского – все эти ресурсы служат основой для создания разнообразнейших туристских маршрутов, разработки туров.

Известные памятники природы – озера Тургояк, Увильды, Зюраткуль, Горькое-Хомутининское, Подборное, Сладкое, Ахматовская, Максимилиановская, Жуковская копи, Андреевский карьер, Игнатьевская, Колокольная пещеры, всемирно известный национальный парк Таганай, отли-

чающийся красотой ландшафта и уникальными флористическими богатствами, Оленьи ручьи – природный парк на территории Свердловской области. Туристов привлекает сюда красота природных мест и древнейшая история – на этой территории были обнаружены стоянки древнего человека и наскальная живопись. Также представляют достаточный интерес река Чусовая, порог Ревун и Смолинская пещера.

Приволжский федеральный округ с центром в Нижнем Новгороде. На этой территории расположены такие объекты туристского показа как мечеть Ля-Ля Тюльпан – находящаяся в мусульманском центре России – Уфе, и являющаяся одновременно образовательным учреждением, мусульманским храмом и местом собрания мусульманских религиозных деятелей, памятник Салавату Юлаеву, пещера Шульган-Таш, где сохранились более ста пятидесяти настенных рисунков разного размера эпохи палеолита, имеющих мировое значение, гора Ямантау, гора Иремель, Шиханы, национальный парк «Башкирия», заповедник Южно-Уральский, мавзолей Хусейн-Бека – почитаемая мусульманами святыня, мегалитический комплекс в селе Ахуново, река Белая – одна из красивейших рек страны, водопад Атыш (стреляющий), озеро Аслыкуль, Серафимо-Дивеевский монастырь – почитается как четвертый «земной Удел Пресвятой Богородицы», Кунгурская пещера, Хохловка – музей деревянного зодчества под открытым небом – здесь ежегодно проводятся массовые мероприятия представляющие интерес для туристов Масленицы, Троица, этнофутуристический фестиваль КАМВА, военно-исторический фестиваль «Большие маневры на Хохловских холмах», Белогорский Свято-Николаевский мужской монастырь, Вишерский заповедник, пещера братьев Греве.

Северо-Кавказский федеральный округ является традиционным местом отдыха для россиян. Здесь необходимо отметить, прежде всего, Ставропольский край и побережье Каспийского моря. Кавказские минеральные воды – крупнейший курортный регион российской Федерации, который по богатству, разнообразию, количеству и ценности минеральных вод и лечебной грязи не имеет аналогов во всей Евразии. Интересными для посещения являются ущелья Цей, Даргавс, Лаго-Наки, Уллу-тау, Куртатинское ущелье, Черекская теснина, озеро Туманлыкель, Бадукские озера, Софийские водопады, Башкаринские озера, Мидаграбинские водопады. Эльбрус – одна из величайших горных вершин Европы.

Военные конфликты на Северном Кавказе значительно ухудшили репутацию региона и снизили интерес туристов к местным достопримечательностям.

Таким образом, Россия способна предложить туристам разнообразные туристские продукты, так как обладает существенным экскурсионным потенциалом и привлекательными природными условиями. Сдерживающими факторами является неразвитость инфраструктуры, по подсчетам специалистов, для обслуживания потенциально возможного потока туристов, современных гостиниц не хватает не только в Сибири, но и в Европейской части страны.

Состояние и перспективы развития туристической индустрии Ленинградской области

Перечнева Анна Олеговна,
СПбГУСЭ, ИТиМЭО, 2 курс,
науч. рук. доц. Крылова Г.Е.

Ленинградская область – регион, который всегда ждет туристов, он богат привлекательными особенностями: целебные воды в многочисленных источниках Лопухинки, Старой Ладоги, Луги; природа в Веском лесу, Нижнесвирском заповеднике, а также пещеры в Саблино, Старой Ладоге, по берегам Оредежа; история в музеях Выборга, Приозерска, Луги, Кировска, Волосово, Гатчины, Волхова, Тихвина, Подпорожья, Лодейного поля и др.; культура и традиции с их народными праздниками и фестивалями в Винницах, Копорье, Приозерске; купание в прозрачных водах многочисленных озер и рек.

На территории области размещается свыше 400 коллективных средств размещения, в том числе: базы отдыха, принадлежащих предприятиям и учреждениям, туристические базы и гостиницы, учреждения детского отдыха, санатории и пансионаты.

На сегодняшний день гостиничный сервис, отвечающий требованиям туристов, относительно развит на Карельском перешейке (Выборгский, Всеволожский, Приозерский районы), где расположены туристические базы, кемпинги, гостиницы, санатории, дома отдыха, автомагистрали, закусочные, кафе. Здесь же аккумулируется и основной рекреационный спрос жителей Санкт-Петербурга. Главную природно-эстетическую ценность Карельского перешейка представляют побережье Финского залива, Ладожского озера и озерно-речная система Вуокса, продолжающая пейзажи и ландшафты соседней Финляндии.

Таблица 1

КОЛИЧЕСТВО ОБЪЕКТОВ РАЗМЕЩЕНИЯ И МЕСТ В НИХ ПО РАЙОНАМ ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ ПО СОСТОЯНИЮ НА 01.01.2010Г.[3]

АДМИНИСТРАТИВЕД-ЦЫ ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ	ВСЕГО КСР		В ТОМ ЧИСЛЕ					
	КОЛ-ВО ОБЪЕКТОВ	МЕСТ РАЗМЕЩЕНИЯ (КОЕК)	ОРГАНИЗАЦИИ ГОСТИНИЧНОГО ТИПА		САНАТОРНО-КУРОРТНЫЕ ОРГАНИЗА-ЦИИ		ОРГАНИЗАЦИИ ОТДЫХА	
			КОЛ-ВО ОБЪЕКТОВ	МЕСТ РАЗМЕЩ (КОЕК)	КОЛ-ВО ОБЪЕКТОВ	МЕСТ РАЗМЕЩ (КОЕК)	КОЛ-ВО ОБЪЕКТ	МЕСТ РАЗМЕЩ (КОЕК)
1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**
Ленинградская обл.	432	44422	66	3505	13	1442	353	39475
Бокситогорский р-н	7	385	4	130	0	0	3	255
Волосовский р-н	5	485	1	40	0	0	4	445
Волховский р-н	8	410	2	100	1	100	5	210
Всеволожский р-н	31	4970	4	290	0	0	27	4680
Выборгский р-н	85	10150	16	701	0	0	69	9449
г. Волхов	5	329	4	229	1	100	0	0
г. Гатчина	5	267	3	177	2	90	0	0
г. Ивангород	1	62	1	62	0	0	0	0
г. Коммунар	1	143	0	0	1	143	0	0
г. Новая Ладога	2	60	1	30	1	30	0	0
г. Пикалево	1	116	1	116	0	0	0	0
г. Светогорск	3	325	1	150	0	0	2	175
г. Сертолово	0	0	0	0	0	0	0	0
г. Сосновый Бор	5	490	0	0	1	100	4	390
г. Шлиссельбург	1	30	1	30	0	0	0	0
Гатчинский р-н	17	2729	2	74	0	0	15	2655
Кингисеппский р-н	15	1015	4	103	1	100	10	812
Киришский р-н	6	1278	2	410	1	100	3	768
Кировский р-н	5	95	1	29	0	0	4	66
Колтушская волость	2	45	2	45	0	0	0	0
Кузнечное	0	0	0	0	0	0	0	0
Лодейнопольский р-н	19	721	3	198	0	0	16	523
Ломоносовский р-н	3	159	1	9	0	0	2	150
Лужский р-н	41	7696	1	68	2	265	38	7363
Подпорожский р-н	7	195	2	58	0	0	5	137
Приозерский р-н	109	10029	4	126	1	350	104	9553
Сланцевский р-н	28	1165	3	90	0	0	25	1075
Тихвинский р-н	12	486	1	150	0	0	11	336
Тосненский р-н	8	587	1	90	1	64	6	433

Из таблицы 1 видно, что наибольшим количеством средств размещения в настоящее время располагают такие муниципальные образования Ленинградской области, как Выборгский, Приозерский и Лужский районы. Практически все районы области обладают

значительным рекреационным потенциалом как в плане развития экскурсионно-познавательного туризма, так и событийного туризма.

Богатейшие природные ресурсы региона создают необходимые предпосылки строительства больших туристических баз для охоты, рыболовства, водного туризма.

Инвестиции в развитие рекреационной сферы исключительно перспективны, так как в самое ближайшее будущее туризм обещает стать одной из главных доходных статей регионального бюджета. Наиболее перспективны в плане развития туризма город Ивангород, Выборгский, Приозерский, Всеволожский, Волховский, Подпорожский и Лужский районы.

Ежегодно область с населением около 1700 тысяч человек посещают более 1,5 миллиона гостей. Рекреационный спрос (в первую очередь интуристов) связан в основном с памятниками культурно-исторического наследия районов области.

	Общий въезд					Въезд российских туристов					Въезд иностранных туристов				
Регионы СЗФО	2010(f)	2009	2008	2007	2006	2010(f)	2009	2008	2007	2006	2010(f)	2009	2008	2007	2006
Санкт-Петербург	4896.0	4800.0	4800.0	4600.0	4485.0	2550.0	2500.0	2500.0	2200.0	2000.0	2346.0	2300.0	2300.0	2400.0	2485.0
Ленинградская область	1870.0	1850.0	1785.0	1700.0	1600.0	1476.0	1461.0	1407.0	1340.0	1250.0	394.0	389.0	378.0	360.0	350.0
Вологодская область	1460.0	1380.0	1332.0	1164.0	1100.0	1295.8	1203.6	1167.8	1003.6	870.0	164.2	156.4	164.2	160.4	230.0
Калининградская область	400.0	360.0	520.0	396.7	356.0	316.4	279.6	405.6	308.5	274.0	83.6	80.4	114.4	88.2	82.0
Республика Карелия	1710.0	1650.0	1830.0	1780.0	1605.1	1300.0	1250.0	1330.0	1270.0	1229.5	410.0	400.0	500.0	510.0	375.6
Новгородская область	266.4	257.8	266.4	254.8	238.4	234.8	234.9	234.8	225.1	200.7	31.6	22.9	31.6	29.7	37.7
Псковская область	270.0	250.0	283.0	273.8	234.4	220.0	200.0	249.1	252.9	200.4	50.0	50.0	33.9	20.9	34.0
Архангельская область	280.5	203.0	280.5	245.0	230.0	250.8	188.1	250.8	258.5	217.4	29.7	14.9	29.7	22.0	12.6
Мурманская область	280.2	270.1	297.8	286.7	243.2	243.4	235.2	262.6	256.2	213.1	36.8	34.9	35.2	33.5	30.1
Республика Коми	39.0	36.0	32.5	26.0	20.0	30.0	28.0	25.0	21.0	7.6	9.0	8.0	7.5	5.0	12.4
Ненецкий АО	20.0	20.0	20.0	15.0	15.0	20.0	20.0	20.0	15.0	15.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Всего	11492.1	11056.9	11447.2	10742.0	10127.1	7937.2	7600.4	7852.7	7150.8	6477.7	3554.9	3456.5	3594.5	3629.7	3649.4

За 2010 год приведены прогнозные значения (обозначены буквой f).
Источник: экспертные оценки, данные региональных администраций

Рис. 1. Объем въездных туристических потоков в СЗФО по регионам[2]

Суммарный въездной туристический поток в СЗФО в 2009 году оказался на 3,5% ниже, чем в 2008 году, превысив, тем не менее, планку в 11 миллионов туристов. Доля российских туристов составила 68%.

При интерпретации данных показателей необходимо учитывать, что в разных регионах, а также на федеральном уровне учет туристов и подсчет числа туристских прибытий ведется по разным методикам (например, Ростуризм в своих подсчетах ориентируется только на количество при-

бывших с туристической визой). Тем не менее, приведенная выше таблица позволяет получить суммарную цифру въезда в СЗФО.

Таблица 2

ПОКАЗАТЕЛИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И СОЦИАЛЬНОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ В 2005-2010 ГОДАХ

ЦЕЛЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ	ПОКАЗАТЕЛИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА					
	2005г.	2006г.	2007г.	2008г.	2009г.	2010г. ПРОГНОЗ
Поступления налоговых платежей в бюджетную систему Ленинградской области по строке «Туризм» (тысяч рублей)	1300,0	3200,0	11600,0	12800,0	13400,0	13800,0
Количество туристских фирм в Ленинградской области (турагентских и туроператорских) (единиц)	84	107	92	108	115	120
Количество работающих объектов размещения на территории Ленинградской области (туристские базы, дома отдыха, пансионаты, гостиницы, мотели, базы отдыха, санатории, загородные клубы и др.) (единиц)	232	281	290	325	360	400
Количество рабочих мест (в туристских фирмах и объектах размещения) на территории Ленинградской области (человек)	6550	7950	8100	9100	10050	11100

Проанализировав данные из таблицы можно выделить следующее:

– количество иностранных гостей за последние годы значительно возросло;

– налоговые поступления по строке "туризм" растут в геометрической прогрессии;

– количество рабочих мест в туридустрии приближается к мировым стандартам;

– количество туристских фирм увеличилось.

Расширилась география размещения турфирм – турфирмы и предприниматели в туризме зарегистрированы и получили лицензии в 21-м МО Ленинградской области (нет пока в Подпорожском, Бокситогорском районах, в городах Шлиссельбург, Сосновый Бор, Пикалёво, Новая Ладога, и в Колтушской волости). В настоящее время в Ленинградской области зарегистрировано 112 туристских фирм (из них: 46 имеют лицензию туроператоров и 108 имеют лицензию турагентов).

Количество объектов размещения увеличивается и растет уровень сервиса в них. На сегодняшний день на территории области расположено 417 – коллективных средств размещения, из них реально на прием туристов работают 360 объектов. Дополнительно, около 70 объектов, прошедших в упадок за последнее десятилетие, ждут нового хозяина, который в состоянии с выгодой для себя, их восстановить.

Рис. 2. Динамика объемов инвестиций в развитие туриндустрии Ленинградской области (Оценка ФГУП РосНИПИ Урбанистики)

Последние годы в Ленинградской области наблюдается рост инвестиционной активности.Активизация инвестиционной деятельности в Ленинградской области будет способствовать развитию индустрии туризма, увеличению туристического потока за счет создания национальных парков, зон рекреации, расширения гостиничной сети современного уровня, сельского туризма.

Роль музеев в развитии международного туризма

Виноградова Юлия Евгеньевна,
СПбГУСЭ, ИТиМЭО, магистрант, 1 курс,
науч. рук. доц. Васильев М.И.

Туризм – широко распространенное явление, открывающее множеству людей разнообразные виды отдыха, возможность знакомства с произведениями искусства, условия для образования и контактов между представителями разных стран, народов, религий, традиций.

Последние два десятка лет сфера туризма в России переживает весьма непростой инновационный процесс, развитие которого объясняется целостной модернизацией российского социокультурного и экономического пространства.

Деятельность учреждений культуры и туризма, реализующих свои услуги в условиях рынка и, главное, в условиях новых принципов финансирования, непреклонно ориентируется на механизмы рыночного и коммуникативно-информационного регулирования. Несмотря на это, неотъемлемым компонентом реализации туристской услуги в современных условиях является ее направленность на такие параметры как спрос и мотивация потребителей, маркетинговая среда, стратегическое планирование, контроль и оценка деятельности учреждения в соответствии с рыночными показателями.

Внедрение подобных технологий призвано обеспечить процесс эффективного продвижения туристического продукта на рынок, повысить конкурентоспособность услуги и ее востребованность.

Сфера туризма не может не учитывать изменившиеся условия своего функционирования: новые «правила игры» требуют постоянного реагирования на данные параметры. Вместе с тем, следует учитывать, что для разработки грамотной маркетинговой стратегии, которая бы определяла и перспективу развития туристских услуг, ценовую политику и способы продвижения новых продуктов, интенсивная работа по налаживанию финансовых потоков не достаточна.

Одним из эффективных способов развития сферы туризма в России является расширение музейных услуг, способных привлечь новых туристов.

Музеи играют важнейшую роль в формировании привлекательного образа России за рубежом. Находящиеся в их составе объекты культурного наследия представляют Россию в Списке Всемирного наследия ЮНЕСКО. Благодаря музеям, Россия представлена в мировом культурном пространстве не только столицами, но и провинцией.

Музеи являются центрами международного и отечественного туризма. Это наиболее привлекательные объекты для посещения российскими и зарубежными гражданами. С развитием культурно-познавательного туризма и деятельностью музеев комплекс историко-культурного и природ-

ного наследия начинает восприниматься как особый и чрезвычайно значимый социально-экономический ресурс для развития экономики в регионах.

Музей как центр туризма – важная функция экономического использования памятников истории и культуры в современных условиях. Привлекательность объекта наследия увеличивает туристский поток, в туристские программы и проекты вкладываются финансовые средства, часть которых может и должна быть использована на содержание объекта наследия. В этом заключен важный аспект проблемы «развития туризма для целей сохранения наследия».

Следует отметить, что этот экономический потенциал российских музеев реализован далеко не в полной мере. Только небольшое количество музеев городов Москвы и Санкт-Петербурга, а также их ближайшего окружения имеют высокую туристскую посещаемость. Для большинства памятников и исторических мест туризм не сыграл еще сколько-нибудь значительной роли.

В современной экономической ситуации музеям целесообразно развивать собственные туристские службы, организовывать не только экскурсии, но и полноценную туристскую деятельность (с организацией ночлега, питания, культурной программы, и пр.) Очень важно обратить внимание на развитие на базе объектов историко-культурного наследия особого вида туризма – программного специализированного. Практически это туризм для небольших групп, которые стремятся именно в данное место из-за его специфики и предлагаемой специальной программы. В качестве такой программы может быть разработан, например, тур, предусматривающий возможности изучения русского искусства и культуры, русского языка.

Специфика развития специализированного туризма заключается в формировании редкого, иногда даже уникального туристского продукта. Особенностью данного продукта может стать возможность проживания туристов на территории музея в приспособленных для этих целей объектах культурного наследия.

Сегодня музеи стараются быть более открытыми для посетителей, учитывать особенности различных групп. Появилось большое разнообразие форм и методов работы, пришедших в музей из других областей знания и сфер жизни:

– Интерактивные технологии – из области диалога человека и компьютера. Появились интерактивные экспозиции, а затем интерактивные экскурсии и программы, интерактивные путеводители.

– Театральные методы принесли в музей использование костюмов, ролевые игры, принципы сценарного построения музейных программ.

– Арт-терапия, использование различных видов творчества для психокоррекции, которые стали применятся в целях лучшего осмысления пространства музея и развития творческих способностей личности.

Стремление «оживить» музейное пространство, сделать так, чтобы посетитель мог почувствовать и понять его, используя максимальное количество возможностей – также актуальная тенденция сегодняшнего дня.

Музея предлагают посетителям не только смотреть и слушать, но и трогать, пробовать на вкус, а кроме этого играть, творчески мыслить, уметь видеть необычные, порой неожиданные стороны объекта.

Привнесенные изменения оказались столь серьезными, что классическая форма музейной экскурсии под их влиянием стала меняться зачастую до неузнаваемости. Появились экскурсия-игра, путешествие, исследование. Все это разнообразие форм деятельности, безусловно, привлекает посетителей, не только жителей России, но и гостей из-за рубежа.

Однако у таких форм музейной деятельности есть свои опасности – новые технологии своей аттрактивностью могут затмить самое важное – музейный предмет.

Однако для отечественных музеев наиболее распространенной формой работы все же является экскурсия – это фирменное предложение отечественного музея, которое отнюдь не имеет такого распространения в музеях других стран (американских или европейских), где чаще всего экскурсии, например для учащихся, проводят учителя, соответственно подготовленные и оснащенные специальными материалами, авторы которых – музейные педагоги. Чем же может стать экскурсия в российском музее в будущем, если допустить, что формы работы с аудиторией обладают не только устойчивостью, но и подвижностью? В отношении экскурсии возможны варианты :

– Экскурсия останется ведущей формой работы с аудиторией, поскольку восприятие экспозиции требует посредника. Но в этом случае неизбежна модификация экскурсии. Уже сейчас она становится театрализованной экскурсией, экскурсией-игрой, экскурсией-викториной, экскурсией-исследованием. И за всеми этими терминами угадывается движение в сторону интерактивного музея.

– Экскурсия приобретает роль музейного эксклюзива – специального предложения для особой публики.

– Экскурсия заменится путеводителем (рабочей тетрадкой, творческим заданием, маршрутом).

Развитие туризма при содействии музеев в настоящее время представляется одним из наиболее перспективных направлений. Таким образом, необходимо обратить внимание на несколько аспектов:

– Внедрение в деятельность музея новых форм и методов работы;

– Оказание методической помощи музеям в организации туристской деятельности по созданию на территории музеев объектов инфраструктуры;

– Разработку государственных программ развития туризма с использованием культурного наследия, расположенного на территории субъектов Российской Федерации.

Стратегия развития туризма на базе инновационных технологий

Орлова Анна Игоревна,
СПбГУСЭ, ИТМЭО, магистрант, 1 курс,
науч. рук. доц. Васильев М.И.

Было время, когда никто не мог предположить, что в 1961 г. человек выйдет в космос, что компьютеры смогут сокращать работу, продолжающуюся несколько лет, до нескольких секунд, что наука и технологии будут использоваться в таких масштабах, как сегодня.

Одним из факторов успеха инноваций является их реализация и практическое использование. С открытием многих границ на исходе XX в. мир вступает в XXI в. – реальный век туризма и путешествий. Туризм становится одной из важных отраслей сервиса, и это требует современных форм и механизмов обслуживания клиентов.

Туризм оказался одним из секторов экономики, где современные компьютерные технологии начали приносить крупную прибыль. Например, системы бронирования и резервирования гостиниц, билетов на любые транспортные средства, круизов и многое другое. Подобные системы позволяют бронировать места в гостиницах всего мира, получать свежую информацию об условиях бронирования, ценах, скидках с минимальной затратой времени, не выходя из офиса. Сейчас такие системы бронирования, как Amadeus, Gabriel, Sabre, Word Span, Apollo и иные имеют свои представительства в Internet. Internet-технологии позволяют туристским фирмам экономить колоссальные средства за счет сокращения расходов на международные телефонные диалоги и рассылку факсов.

Инновации в индустрии туризма более не рассматриваются как просто желательные. Своевременное реагирование туристских фирм на новые технологические перемены в разных областях деятельности, смежных с туризмом, способность к созданию новых методов работы и совершенствованию результатов деятельности была признана необходимым условием выживания фирм.

Идет интенсивная структуризация рынка туруслуг, вызванная новой технологической волной. Резко упала стоимость обращения. Это дает возможность агентству из 2-3 человек пользоваться услугами, которые раньше были для них недоступны. Это означает, что мелкие турагентства смогут составить серьезную конкуренцию большим организациям.

С позиции технических достижений, компьютерная революция в сфере туристского бизнеса превзошла все ожидания.

- Работа с клиентом: подбор тура из списка «пакетов услуг», подбор и калькуляция индивидуального тура для клиента, бронирование пакета услуг, заключение и ведение договоров и дополнительных документов, статистика оплат клиента.

- Работа с партнерами: закупка услуг – гостиницы, авиакомпании и т. д.; автоматическое создание прайс-листов компании на основании условий договора с поставщиками услуг; система продажи «пакета услуг» фирмам-агентам; подготовка стандартных и личных «пакетов услуг» для каждого партнера, контроль поступления заявок и оплаты от агентов; применение некоторого количества методик при расчетах (предоплата, оплата по факту и т. д.).

- Описание: маршрутов, отелей, предоставляемых услуги т. д.

- Ведение баз фирм: полный учет информации о партнерах или клиентах (анкеты, договоры, заявления туристов, реквизиты партнеров и т. д.).

- Калькуляция туров: производится с учетом всех нюансов (сезонных скидок, доплат, особых условий и т. д.).

- Получение аналитических отчетов о работе компании: заполняемость и доходность рейсов, направлений и т. д.; общая доходность работы компании.

Основные измеряемые достижения возможно разбить на 9 групп:

1. Улучшенный и новый продукт или процесс обслуживания (усовершенствования) могут быть измерены качеством, сокращением материальных затрат и т. д.

2. Новое использование для старых объектов. Для показа туристам нередко применяют разные объекты, изначально созданные для других целей, что приносит немалый доход.

3. Замена туристского продукта в целях эксплуатации имеющихся средств производства и обслуживания.

4. Патенты, дающие конкурентные преимущества.

5. Иные лицензии ноу-хау.

6. Чистый доход от использования исследования.

7. Увеличение квалификации менеджеров и персонала.

8. Выгодное распоряжение побочными продуктами.

9. Ценная информация для продвижения и использования продукта.

Инновации, на которые нужно опираться, можно разделить на два типа:

- улучшающие, при которых случается обновление отдельных параметров туристского продукта, не меняя его по сути;

- прорывные – переход на новый, более высокий уровень разработки и производства туристского продукта в целом.

В ходе изучения и разработки, ведущем к прорывным инновациям, крайне важно сотрудничество исследователей и менеджеров, их тесное взаимодействие для достижения общих целей компании, способствующих укреплению ее позиции на рынке.

Общие цели компаний – быть в курсе всех технологических изменений и новшеств в отрасли, соответствовать им, оставаться конкурентоспособными на рынке.

Специфические цели компаний – выбрать те сферы деятельности, где корпорация будет являться лидером, при этом осознавая, что:

- Не во всех областях корпорация может занимать лидирующую позицию;

- Есть грань, за которой любые усилия по решению определенной трудности не будут соответствовать конкуренции;

- Лучше упорно достигать одной, четко намеченной определенной цели, используя при этом все нужные ресурсы, чем трудиться в полсилы, охватывая при этом широкий спектр задач.

Хотя не все компании с радостью используют инновации в собственной деятельности. Эту тенденцию возможно проследить на примере эксплуатации компаниями обширных систем бронирования. Отдельные турагентства относятся к ним с определенным недоверием, впрочем с их помощью они получают выигрыш в стоимости, скорости и эффективности. Системы к тому же позволяют искать, находить и получать почти моментально письменные доказательства бронирования. Однако многие турагенты полагают, что гостиницы закладывают в банки данных недостоверную информацию о вместимости, уровне загрузки гостиничного фонда и завышенные цены. По этим причинам Из-за таких и иных причин они предпочитают применять телефон при бронировании, впрочем это обходится дороже. Многие также не желают терять ценные личные контакты с деловыми партнерами и доверять их «бездумной» технике.

Стратегия работы для гостиничных фирм, рассчитывающих трудиться на международном рынке, заключается в объединении возможностей внутригостиничных компьютерных систем, позволяющих увеличивать доходы от продажи гостиничных мест с мощными системами бронирования, имеющими возможность подключаться к глобальным компьютерным сетям и применять электронное оснащение по бронированию нового поколения.

Подобный путь развития, основывающийся на соответствии современным требованиям в области туризма, крайне необходим компаниям, стремящимся к увеличению конкурентного потенциала и расширению собственной доли на рынке туристских услуг.

Более передовые компании всегда проводят разбор направлений собственной деятельности, связанных с нововведениями, изучают наилучшие способы организации инновационных проектов, соотносят их функции и цели как с экономической, так и с технологической ситуацией в туризме.

Если выживание корпораций в современной среде зависит от потенциальных возможностей введения инноваций, то эти возможности зависят от готовности руководства обеспечить стимулирование, управление, координацию и контроль за инновационным процессом. Без подобного руководства все усилия по достижению наилучших результатов деятельности станут неэффективными.

Развитие сети мини-отелей в Санкт-Петербурге

Андриясян Анна Артемовна,
СПбГУСЭ, Политехнический техникум, 2 курс,
науч. рук. ст. пр. Егорова Т.В.

По данным Федеральной Службы Государственной Статистики на конец 2010 года в Санкт-Петербурге насчитывалось 133 гостиниц, в то время как в 2005 году эта цифра равнялась 72 объектам. Количество мини-гостиниц на конец 2007 года по данным Центра развития малых гостиниц составило 500 объектов, тогда как в 2003 году их было всего 25. Активный рост числа малых отелей связывают в первую очередь с празднованием трехсотлетия Санкт-Петербурга в 2003 году, когда особо остро чувствовался недостаток номерного фонда, а так же с последующим ростом активности въездного туризма в 2004 году. Быстрое развитие гостиниц, рост числа мини-отелей за прошедшие годы привел к тому, что почти тридцать процентов всех средств размещения в нашем городе сегодня приходится на малые отели. Такие цифры говорят о признании малых отелей как конкурентоспособной единицы на рынке гостиниц Петербурга.

Последние годы на рынок Санкт-Петербурга вышли такие крупные гостиничные представители мировых цепей, как Sokos, Novotel и многие другие. Но, не смотря на столь бурный рост числа гостиничных предприятий, Санкт-Петербург до сих пор испытывает недостаток в номерном фонде, что особо заметно в период высокого сезона. Остро ощущается недостаток номеров среднего и эконом класса. Однако, появление больших сетевых отелей сильно изменило ситуацию на гостиничном рынке Петербурга. Когда-то быстро возросшее количество мини-отелей потеснило рынок посуточной аренды квартир, теперь крупные гостиничные сети создают серьезную угрозу для рынка малых отелей. Ведь большинство работающих сегодня мини-гостиниц относятся к категории бизнес-отелей, а новые гостиничные объекты, построенные в Петербурге, также стремятся занять эту нишу. И теперь перед многими малыми отелями стоит серьезный вопрос о выживании в условиях возросшей конкуренции, усугубившейся и спадом потока туристов в результате тяжелой экономической ситуации в мире. Конкурировать с огромным сетевым отелем сложно, но возможно. Следует исходить из того, что классический гость мини-гостиницы – это индивидуальный и бизнес-турист, который платит самостоятельно за проживание в отеле и тщательно выбирает его местоположение в зависимости от своих потребностей и предпочтений. Это может быть и россиянин, и иностранный гость.

Мини-отель не может принять большие группы туристов, или проводить крупные семинары, но мини-отель в первую очередь ассоциируется у большинства гостей с домом, именно поэтому мы и должны стремиться к созданию уюта, но при этом не забывать, что уровень обслуживания должен быть не хуже, чем в крупном отеле. Индивидуальный подход к гостю, современное оснащение номера и широкий спектр дополнительных услуг

определяют условия для успешной работы. Что же можно предпринять, чтобы сохранить достойный уровень обслуживания и при этом не увеличивать расходную часть бюджета мини-отеля?

Основной тенденцией развития может стать создание сети мини-отелей. Сейчас в Петербурге работают более 500 мини-отелей. В каждом есть бухгалтер, управляющий гостиницы, техник, менеджер по бронированию и т.д., но один техник может обслужить 40-50 номеров, один управляющий такое же количество, если не больше. Значит, назначив одного управляющего на несколько объектов можно значительно уменьшить расходы, при этом нисколько не потеряв в качестве. Но для того, чтобы это осуществить, необходимо иметь единую систему управления гостиницами, т.е. необходимо объединяться в сети. Централизованная организация управления гостиницами имеет массу преимуществ. Не случайно самые крупные и известные мировые гостиничные компании – это сетевые компании.

Преимущества объединения в сети:

– Существенное сокращение расходов (на рекламу, на зарплату, на хозяйственные нужды за счет оптовых закупок инвентаря и др. средств).

– Единый стиль обслуживания и имидж. Каждый отель сети – знак качественного обслуживания и комфортного проживания для гостя.

– Единая система бронирования.

– Привлекательность для соискателей (сетевые отели имеют большую аттрактивность для сотрудников в силу больших перспектив карьерного роста).

Согласно статистическим данным, сетевые отели имеют средний доход на 60% больше, и на 8% больше заполняемость, чем самостоятельные предприятия.

Управление гостиницей – ведение хозяйства в гостинице за определённую плату (процент). Что это значит для владельца гостиницы, который отдал свой объект в управление?

Управляющая компания берет на себя:

– оптимизацию расходов на управление, хотя сами расходы на хозяйство и налоги несёт владелец гостиницы;

– расходы на рекламу и развитие;

– обеспечивает высокий процент загруженности гостиницы и предоставляет широкий выбор для конечного потребителя.

– избавляет клиента от самостоятельного поиска мини-отеля.

– предоставляет высококвалифицированных менеджеров, осуществляющих связь между гостиницей и клиентом.

Самый острый вопрос, который встает у владельцев, желающих сдать свой объект в управление, касается оплаты услуг управляющей компании. Выгодно ли это владельцам мини-отелей?

Управляющая компания «Luxa» приводит такие данные:

1. Максимальная заполняемость отеля при самостоятельной работе равна 70% (80% – летом, 60% – зимой), минимальные расходы на рекламу

и комиссию турфирмам – 20%., расходы на персонал и управление отелем равны 10%, налоги – 6%. Итого расходов – 36%.

На выходе 70% – 36% = 34% – это чистая прибыль.

2. Максимальная заполняемость отеля при работе управляющей компании возрастает до 82,5% в год. 35% отдается управляющей компании. Итого: 82,5% – 35% = 47,5%. Расходы на налоги со стороны мини-отеля – еще 3%. На выходе: 44,5% – чистая прибыль, а это на 10,5% выше, мини-отель мог бы заработать самостоятельно.

Выездной туризм из Калининграда в Прибалтику как направление международного туризма

Киткина Любовь Гавриловна,
СПбГУСЭ, ИСиУСП, аспирант,
науч. рук. проф. Михеева Н.А.

Калининградская область как туристское направление появилось в поле внимания российских и европейских туроператоров относительно недавно. В советский период область была практически закрыта для посещения: внутренние туристы приезжали в основном в составе немногочисленных организованных групп и по путевкам в санатории области, иностранным туристам въезд был запрещен. Ежегодно область посещало незначительное количество туристов – до 30 тысяч человек. Международный туризм – одна из перспективных сфер развития и совершенствования общественных отношений. В последнее время интерес к туризму возрастает не только потому, что он приносит значительные доходы конкретным турфирмам и обеспечивает занятность, но и в связи с той ролью, которую он играет на региональном уровне в целом. Для Калининградской области речь идет о новой конкурентоспособной отрасли экономики региона, хорошо вписывающейся в современную структуру международного туризма.

Массовый рост культуры людей, развитие познавательных и рекреационных потребностей также содействует увеличению их туристской мобильности. Способствует этому и снижение стоимости группового туризма по сравнению с индивидуальными путешествиями.

Для Калининградской области речь о необходимости трансформации сектора, функционирующего по устаревшей схеме, «в более открытую модель, конкурентоспособно вписывающуюся в современную структуру международного туризма».

Среди большого числа задач, которые необходимо решать при организации туристских путешествий, можно назвать:

– создание системы налоговых льгот для приоритетного развития туристской инфраструктуры,

– формирование современной нормативно-правовой базы развития туризма,

– совершенствование системы продвижения и информационного обеспечения туризма,

– внедрение прогрессивных технологий обслуживания туристов.

К числу первоочередных задач также можно отнести:

– повышение уровня сервисного обслуживания туристов санаторно-курортного комплекса в связи со стремительным взлетом стоимости турпутевок;

– создание условий для развития традиционных и нетрадиционных центров туризма.

Систематическая работа по созданию условий для развития туризма началась в 1996 году с появлением в структуре региональной власти подразделения, регулирующего вопросы развития туризма.

В 2002 году впервые разработана и принята «Государственная программа развития туризма и рекреации в Калининградской области на 2002 – 2006 годы», период действия которой сегодня можно оценить как этап заложения основ туристической деятельности в Калининградской области.

В 2007 году была принята целевая программа Калининградской области Постановление Правительства Калининградской области от 22.02.2007 N 69 (ред. от 22.06.2011) "О целевой Программе Калининградской области "Развитие Калининградской области как туристического центра на 2007-2014 годы"

В современном виде туризм для людей – это обращение к истории, архитектуре, эстетике и гастрономии, сопровождающееся восторгом открытий, связанных с путешествием. Исключительно велико его социальное, культурно-воспитательное и познавательное значение. Благодаря именно ему, современный человек может реализовать стремление познать новое, преодолевать большие расстояния, чтобы увидеть своими глазами «живую историю», накопленную тысячелетиями.

Это с одной стороны. А с другой – необходимо использовать опыт других более развитых стран, который подсказывает: чем больше люди имеют денег, тем они охотнее тратят их на путешествия.

Мировой оборот туристской индустрии насчитывает сегодня 4.4 триллиона долларов, а к 2015 году он возрастет, по подсчетам специалистов, до 10 триллионов долларов.

В законодательстве РФ и ее субъектов туризм признается приоритетной отраслью экономики. Но болевых точек у туристской индустрии немало. Ситуация, сложившаяся, в частности, в Калининградской области, заставляет искать новые способы его развития.

Плохо отрегулированный поворот к рыночным отношениям в стране характеризует почти все сферы ее жизни. Это коснулось и Калининградской области. В связи с этим возникла проблема

совершенствования форм и методов развития туристской отрасли и всей системы туристских услуг.

Недостаток предложений по Прибалтике (Литва, Латвия, Эстония), обладающей огромным туристским потенциалом и издавна позиционировавшейся в сознании россиян как «заграница», является актуальной проблемой для исследования в социологии. Прибалтика, привлекавшая в советское время многих туристов, сейчас уступила место странам дальнего зарубежья, а усложнение визово-таможенных правил осложнили въезд и сократили количество туристов, желающих посетить этот регион. Но сегодня настал этап пересмотра наших отношений – и в государственном, и экономическом плане, наметилось сближение стран на основе наличия взаимных интересов. И это особенно важно для Калининградской области – граничащей с прибалтийскими государствами.

Позиционирование Прибалтики как места «шоппинга» на сегодня уже неактуально, для турфирм пришел период для разработки новых видов туризма. Потребительскому рынку необходимо предложить новый турподукт, основывающийся на выявленном туристском потенциале Прибалтики и учитывающий новые социокультурные и политико-экономические реалии.

Учитывая существующий спрос, огромный туристский потенциал и богатую культурно-историческую ценность Прибалтики, можно создавать интересные, ранее не практиковавшиеся туристическими предприятиями программы, рассчитанные на туристов различного возрастного уровня, образования, профессиональной принадлежности. Можно развивать и детский, и семейный, и ностальгический, и событийный виды туризма. Но для этого следует хорошо изучать существующие спрос и предложение на рынке туризма, развивать и укреплять партнерские отношения с представителями туристской отрасли Прибалтийских стран.

Список литературы:

1. Приоритетные направления международного и межрегионального сотрудничества в области культуры и туризма. – Калининград: Изд-во «РГУ им. И. Канта», 2004.

2. Пустовгаров В.И., Федоров Г.М. Приморская зона: Экономико – демографические аспекты пространственного планирования: Монография. – Калининград: Изд – во «КГУ», 2002. – 195 с.

3. Туристско – рекреационный потенциал и особенности развития туризма. – Калининград: Изд – во «РГУ им. И.Канта», 2007.

4. Официальный сайт Правительства Калининградской области, URL: http://economy.gov39.ru/, 18.12.2011

Исследование проблем реализации зимних туров на примере ООО «Турботрэвел» (Псков)

Дуброва Надежда Александровна,
Псковский филиал СПбГУСЭ, 4 курс,
науч. рук. доц. Васильева М.В.

Туризм сегодня – это динамично развивающаяся отрасль мировой экономики. На эту сферу приходится около 6% мирового национального продукта, 7% мировых инвестиций, каждое 16-ое рабочее место и 11% мировых потребительских расходов [5]. Для некоторых стран туристическая деятельность является важным, а иногда и единственным источником дохода. Кроме того, туризм предоставляет возможность для ознакомления с историей, культурой, обычаями, духовными и религиозными ценностями страны и ее народа. Однако при рассмотрении положительных факторов развития туризма на любой территории необходимо учитывать, что функционирование данного рынка (и связанных с ним предприятий туристской индустрии) подвержено резким колебаниям спроса на туристские услуги. Это объясняется тем, что для туристской отрасли характерна экономическая (производственная) цикличность или сезонность. Негативные последствия сезонной неравномерности спроса требуют изучения данного явления и принятия организационных, экономических и социальных мер по сглаживанию сезонных пиков и спадов в туризме. В данной статье речь пойдет о специфическом турпродукте: о зимних турах оздоровительного характера для семейного и молодежного отдыха, реализуемых на территории Псковской области.

Климатические условия нашего региона, позволяют развивать здесь зимние виды отдыха и туризма, такие как: катание на снегоходах; катание на квадроциклах; катание на ватрушках; катание на лыжах и коньках. Несмотря на то что, в Псков и Псковская область обладает рядом необходимых для развития туризма инфраструктур и географических условий, однако зимние виды туризма развиты слабо. Все это обусловило выбор тематики исследования и методов изучения информации. Целями исследования было установлено:

– проанализировать спрос на зимние туры Псковской области (уровень привлекательности для различных групп населения);

– оценить основные факторы, влияющие на сезонность (ранговый анализ);

– разработать рекомендации для ООО « Турботрэвел» для повышения эффективности продаж турпакетов сезона «зима».

Итак, дадим определение зимнего тура. Зимний тур – специфический туристский продукт, включающий посещение туристических баз в зимнее время года с целью покататься на лыжах, коньках, ватрушках, снегоходах и т.д., проведение досуга – посещение праздников, мероприятий,

характерных только этому времени года. Учитывая, что данный турпродукт достаточно сильно подвержен влиянию фактора сезонности, определим само понятие «сезонность». Под сезонностью понимается устойчивая закономерность внутригодовой динамики того или иного явления, которая проявляется во внутригодовых повышениях или понижениях уровней того или иного показателя на протяжении ряда лет [3]. Сезонность в туризме определяется целым рядом факторов [1], которые можно подразделить на первичные и вторичные. К первичным относятся факторы, формирующиеся под воздействием природно-климатических условий; к вторичным – все остальные. Следовательно, существует реальная возможность влияния на сезонную неравномерность спроса в туризме. С одной стороны, туризм порождает неравномерное распределение рабочего времени (сверхурочные в туристский сезон и недостаточная загруженность рабочих в межсезонье) и, как следствие, значительный удельный вес не полностью занятых работников и текучесть кадров. С другой стороны, сезонность туризма стимулирует многопрофильный характер рабочих мест, когда один и тот же работник выполняет разные функции в зависимости от сезонных особенностей. Кроме того, сезонная работа выгодна для многих категорий населения как источник дополнительного дохода. Сезонность туризма влияет на структуру занятости работников в туристской индустрии. Факторы, влияющие на развитие зимнего туризма, представлены в таблице 1 (Определены по данным собственных исследований, был проведён опрос, в котором было задействовано 30 чел., средний возраст которых составил 20 лет. Все респонденты – жители города Пскова и области).

Таблица 1

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА РАЗВИТИЕ ЗИМНЕГО ТУРИЗМА

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА РАЗВИТИЕ ЗИМНЕГО ТУРИЗМА	РАНГ (ОТ 1 ДО 5)
сервисное обслуживание	4
реклама в печатных изданиях и СМИ	5
обустроенность и комфортность туристических баз	5
значительный удельный вес неполной занятости	2
сезонные колебания объема занятости и трудовой нагрузки	2
низкий удельный вес квалифицированного персонала	3
ограниченные возможности профессионального роста	1
значительный удельный вес женского труда	1

На основании исследования мы можем сделать вывод о том, что 63,6 % опрошенных вообще не посещают туристические базы в зимнее время года, 27,30 % опрошенных посещают туристические базы в зимнее время года не больше одного-двух раз, посещают больше двух раз за зиму 9,10 % респондентов (рис. 1).

Посещаете ли Вы туристические базы отдыха Пскова и Псковской области в зимнее время года?

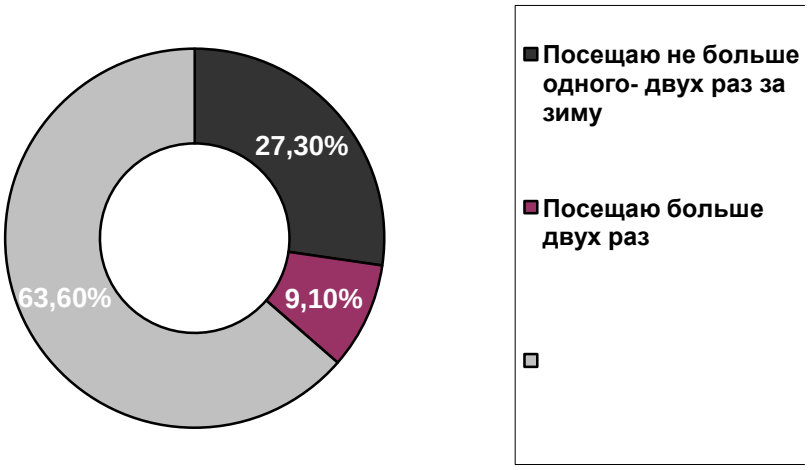


Рис. 1. Активность респондентов в отношении содержательных элементов зимнего тура

Таким образом, существует значительная проблема спроса на зимний турпродукт области – 63,60 % респондентов вообще не посещают туристические базы в зимнее время года. Причины показаны на рис. 2.

Вы не посещаете туристические базы отдыха в зимнее время, потому что:

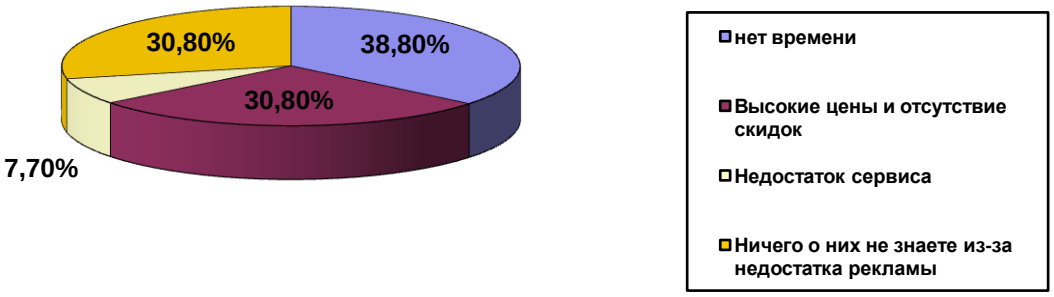


Рис. 2. Причины отказов от зимнего тура

По результатам данного опроса, мы можем сделать вывод, что главной причиной не посещения туристических баз в зимнее время года является отсутствие времени – 38,8%, далее следуют две немаловажные причины – это высокие цены и отсутствие скидок, и отсутствие информации из-за недостатка рекламы- 30,80%. Недостаток сервиса составил 7,70%. Таким образом, с помощью метода анкетирования мы выяснили причины сезонности, которые тормозят развитие зимних видов туризма в Пскове и Псковской области. Можно выделить три основных причины сезонности: отсутствие времени, высокие цены и отсутствие информации. То есть причинами сезонности спроса на турпродукты являются экономические, социальные и психологические причины. На

основе проведенных опросов, мы составили ряд рекомендаций для фирмы ООО «ТУРБОТРЭВЕЛ», которые позволят сгладить влияние сезонности.

В ходе нашего анализа мы выявили главную причину сезонности – это отсутствие времени. Отсутствие времени в XXI веке стоит очень остро. Отпуск, его наличие, продолжительность, а также дотации к отпуску влияют на мотивацию путешествия и выбор туристского продукта. Отсутствие отпуска лишает человека возможности совершать длительные туры, оставляя ему лишь маршруты выходного дня.

Для этого фирме «Турботрэвел» нужно разрабатывать кратко-срочные, зимние туры, которые бы позволяли отвлекаться от своих дел не на долгий срок, т.е. маршруты выходного дня. Так же для удобства деловых и очень занятых людей на территории туристических баз нужно создать: доступ в интернет, Wi Fi, а так же беспрепятственные звонки с мобильного телефона для решения важных проблем (этим препятствием в данной ситуации выступает отсутствие связи).

Так же, проблема сезонности заключается в высоких ценах и отсутствии скидок. Поэтому фирма «Турботрэвел» должна разработать базу постоянных клиентов, которые будут пользоваться скидками на зимний турпродукт, а так же на маршрут выходного дня. Так же разработать систему бонусов, например каждому второму клиенту час катания на лыжах бесплатно. Скидки в новогодние праздник так же принесут не малый доход фирме. Привлечь интерес со стороны молодёжи, можно разработав скидки для студентов.

Отсутствие информации, является немаловажной проблемой фирмы. Решив данную проблему, мы можем снизить сезонность и увеличить спрос. Решение этой проблемы решается с помощью разработки рекламы на телевидении. Реклама на телевидении является самой действенной, т. к человеку нужно не только услышать, но и увидеть данную информацию. Реклама на радио является не мене действенной, чем реклама на телевидении, и затраты на её реализацию составят меньшую сумму. Более дешевая и практичная реклама, это реклама в печатных изданиях. Разработка флаеров и листовок, а так же их распространение в больших супермаркетах, на улицах и т.д. Чем ярче и красочнее будет реклама турфирмы, тем будет она более запоминающийся и тем самым привлечёт новых клиентов.

В целом можно сделать вывод о том, что проблема сглаживания сезонности является проблемой не только данной турфирмы, но и всей туристской инфраструктуры. Решение проблемы сезонности позволит повысить степень использования труда персонала в течение года, увеличить поступления от туризма, также знание закономерностей и основных тенденций сезонности необходимо для проектирования новых турпродуктов и планирования рекламной компании.

Оценка эффективности маркетинговых функций менеджеров гостиницы (на примере гостиницы «Транзит»)

Жданова Елизавета Александровна,
Псковский филиал СПбГУСЭ, 4 курс,
науч. рук. доц. Васильева М.В.

Данная работа посвящена изучению эффективности маркетинговых функций менеджеров на примере гостиницы «Транзит». Актуальность темы определяется следующими факторами. Во-первых, маркетинговая деятельность обеспечивает необходимые условия для успешной деятельности организации в индустрии туризма, помогает разрабатывать и предлагать потребителям разнообразные виды, типы и категории туристского обслуживания, направленные на конкретную группу потребителей. Во-вторых, маркетинговая деятельность гостиницы рассматривается как ведущая функция управления и представляет собой систему организации деятельности по выявлению желаний и потребностей потребителей, созданию комплекса товаров и услуг и их продвижению на основе изучения запросов потребителей с целью получения высокой прибыли. В-третьих, эффективная реализация маркетинговых функций менеджерами гостиницы во многом определяет успешность ее функционирования.

Функции маркетинга представляют собой совокупность видов деятельности, связанной с изучением рынка, развитием ассортимента, формированием каналов товародвижения, проведением рекламы и стимулированием продажи, а также с управлением и контролем. Каждая из этих функций сама по себе важна, но только в тесной взаимосвязи они позволяют успешно реализовать принципы маркетинга.

Маркетинг является одним из ключевых направлений работы, входящих в обязанности руководства любого гостиничного предприятия. Также маркетинг необходим для функционирования гостиницы, так как только эффективная маркетинговая политика формирует ее конкурентоспособность.

Главное предназначение гостиничного маркетинга – это помочь клиенту по достоинству оценить гостиницу и ее услуги. Маркетинг гостиницы подразумевает выявление характерных особенностей возможных клиентов, их желаний и потребностей; формирование групп потребителей, объединенных общими свойствами; изучение рынка аналогичных услуг; наконец, определение того, в какой степени предлагаемые услуги соответствуют потребностям и желаниям потребителей.

Проанализировав вторичные источники информации, мы провели телефонное интервью с одним из менеджеров гостиницы «Транзит». В итоге мы получили следующие результаты:

1) Менеджеры гостиницы разрабатывают стратегический план маркетинга (по целевым сегментам), а также ежегодный план маркетинга.

2) Стратегия маркетинга гостиницы ясно определена и хорошо аргументирована, и наполнена новыми идеями.

3) Основные цели маркетинга гостиницы – это доминировать на рынке путем значительного увеличения их доли рынка и стремительного роста.

4) У гостиницы есть очень эффективная информационная система, постоянно обновляемая и используемая. Создана электронная база данных.

5) Менеджеры гостиницы «Транзит» в течение последних нескольких месяцев проводили исследования рынка, клиентов, их покупательной активности и конкурентов.

6) Менеджеры проводят маркетинговые исследования в Интернете, рекламную кампанию с использованием различных Интернет-ресурсов (реклама на собственном веб-сайте, каталоги, баннеры, службы обмена баннерами и др.), а также электронную торговлю (бронирование номеров).

7) В последнее время реклама гостиницы очень эффективна — после рекламной кампании заметно возрастает количество обращений туристов.

8) Менеджеры гостиницы разрабатывают новые гостиничные услуги. Так, например, в гостинице «Транзит» есть новые бесплатные услуги (беспроводной Интернет WI-FI, кулеры с горячей и холодной водой на каждом этаже, охраняемая стоянка, гладильная комната, автомат для чистки обуви, вызов такси, заказ экскурсий по городу и др.), а также платные услуги (услуги прачечной, сауна с бассейном, бильярд, охраняемая стоянка для грузовых автомобилей и автобусов и др.).

9) Менеджеры определяют стратегию ценообразования, а также применяют гибкую систему ценообразования с использованием системы скидок, различных акций, специальных программ (программа выходного дня "Два по цене одного", новогодняя программа и др.).

Исходя из этого, мы сделали вывод о том, что маркетинговые функции менеджеров гостиницы «Транзит» достаточно эффективны. Но, тем не менее, в гостинице отсутствует специальный отдел маркетинга. Отсутствие в гостинице «Транзит» отдела маркетинга, безусловно, дает возможность сэкономить на дополнительных расходах (например, зарплата новому персоналу), которые имели бы место, если бы такой отдел существовал. Но в то же время отсутствие данного отдела в гостинице не дает обрести целостность ее маркетинговой деятельности.

Несмотря на то, что на данный момент гостиница «Транзит» довольно небольшая и персонал ее невелик, мы все же предлагаем создать небольшой отдел маркетинга. Тем более это может быть необходимо на случай, если гостиница будет планировать расширяться. Также мы разработали комплекс рекомендаций по оптимизации маркетинговой политики гостиничного предприятия. В отдел маркетинга мы предлагаем включить: начальника, аналитика-исследователя, аналитика по продвижению услуг гостиницы. В это период от маркетологов потребуется

разработка плана создания данной структуры и комплекса необходимых мероприятий.

Далее им предстоит период создания коммуникаций, разработки кампаний продвижения и рекламы. В этот период для того, чтобы были видны результаты работы отдела, разрабатываются критерии оценки эффективности их работы.

В дальнейшем обычно следует период сбора информации о ситуации на рынке, конкурентах, оценка эффективности мероприятий по маркетингу причинам покупательских предпочтений и др. Отдел маркетинга должен будет разработать методику проведения необходимых мероприятий. На следующем этапе полученная информация будет анализироваться, и на основе сделанных выводов будут создаваться оптимальные маркетинговые стратегии. Обычно под этим может пониматься увеличение объёмов продаж, раскрутка бренда гостиницы, разработка рекламных стратегий, мониторинг рынка.

Маркетологи также станут разрабатывать стратегию увеличения объёма рыночной доли гостиницы, оптимизируют систему сбора информации для получения необходимых данных, выбирут оптимальные каналы коммуникации, займутся ценообразованием.

Целесообразно для отдела маркетинга создать специальный бюджет маркетинговой деятельности. Структура и объем бюджета определяются отделом маркетинга совместно с экономическими службами гостиницы и утверждаются директором. Отчет по расходованию средств бюджета ежегодно представляется отделом маркетинга на утверждение руководству гостиницы.

Подводя итоги, мы сделали следующие выводы:

1) Маркетинговые функции представляют собой отдельные виды или комплекс видов специализированной деятельности, осуществляемые в процессе маркетинговой деятельности. Главное отличие функций маркетинга от других функций гостиницы заключается в том, что функции маркетинга нацелены на организацию и осуществление процесса обмена между гостиницей и ее клиентами. В этой связи функции маркетинга несут ответственность за создание, формирование и развитие спроса в связи с постоянно меняющимися потребностями.

2) Эффективная маркетинговая политика имеет важное значение для организации всей предпринимательской и маркетинговой деятельности гостиницы.

3) Деятельность менеджеров гостиницы, а также реализация ими маркетинговых функций, включающих в себя аналитические, производственные, распределительно-бытовые и управленческие функции, играют большую роль в эффективном функционировании гостиницы.

Мы считаем, что в целях совершенствования маркетинговой деятельности и повышения конкурентоспособности, гостиницам необходимо регулярно осуществлять оценку эффективности маркетинга.

НЕОБЫЧНЫЕ ГОСТИНИЧНЫЕ УСЛУГИ КАК ЭФФЕКТИВНАЯ СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОГО БИЗНЕСА

Курдус Наталия Александровна,
Псковский филиал, СПбГУСЭ, 4 курс,
науч. рук. доц. Павлова Е.В.

В настоящее время индустрия отдыха и развлечений, к которой с полным основанием можно отнести и туризм, является одной из наиболее доходных и быстро развивающихся областей. Не удивительно, что реклама в этой сфере занимает исключительную позицию, поскольку именно от эффективности рекламных сообщений во многом зависят узнаваемость и продаваемость туристского продукта. При этом реклама в туризме считается эффективной и действенной только тогда, когда при затрате наименьшего капитала будет наивысший уровень объема продаж туристских услуг.

Как справедливо отмечают авторы учебного пособия «Реклама в туризме и отдыхе» Н. Морган и А. Причард, далеко не вся реклама попадает в круг внимания потенциального потребителя. По мнению исследователей, реклама привлекает наше внимание лишь тогда, когда предлагаемый продукт заметно отличается от других, когда сама реклама необычна, когда рекламное сообщение затрагивает нас лично и, наконец, когда реклама встречается достаточно часто. Остановимся более подробно на такой характеристике рекламы, как оригинальность предлагаемого продукта.

Фотографии прекрасных морских пейзажей, роскошных отелей, белоснежных яхт и изысканных ресторанов давно уже стали привычным арсеналом рекламных средств туристкой сферы, который работает надежно, но которым уже трудно удивить. Поэтому рекламодатели вынуждены искать новые, весьма оригинальные формы привлечения внимания потенциального потребителя. В доказательство приведем примеры наиболее необычных услуг, предлагаемых гостиницами мира. Систематизировав их, можно выделить следующие категории:

1. Для гурманов и эстетов.

В отеле Palazzo Magnani Ferroni (Флоренция) посетителя сразу же начнут расспрашивать о предпочитаемых им запахах. Здесь утром в номере будет пахнуть либо корицей, либо индийским чаем, либо тем, что нравится потребителю. Ароматерапия – отличная услуга для тех, кто обладает тончайшим обонянием.

В гостинице Four Seasons Resort Whistler (Уистлер, Канада) гости при желании могут пройти уроки по приготовлению собственной приправы, которую можно забрать домой или попробовать со стейком, приготовленным в гостиничном ресторане. Многие из используемых в приправах ингредиентов выращены в собственном саду отеля.

Калифорнийский Ojai Valley Inn & Spa проводит 90-минутные уроки по созданию собственного аромата из целительных эфирных масел. Масло можно взять с собой или использовать для массажа.

Гости отеля Graycliff Hotel (Нассау, Багамские острова) могут стать настоящими ценителями сигар. Специальная программа от отеля включает рассказ об истории табака, процессе отбора лучших листьев и смешивании их для создания сигар Graycliff.

2. Для постояльцев с детьми.

В отеле Fitzpatrick Hotel (Вашингтон) созданы необычные комфортные условия для родителей и их детей. Детей тут удивит нахождение в номере кукольной мебели, наличие крохотных кроваток, столиков и шкафчиков, обуви для кукол, всё это сделает проживание ребёнка здесь незабываемым. И для самого ребёнка имеется всё необходимое в таких апартаментах – детская мебель по возрасту, в отеле есть и отдельно приготовленные блюда для детского питания.

3. Для желающих получить активные и познавательные виды отдыха.

Отель Crillon le Brave, расположенный в «трюфельной нирване» рядом с горой Мон-Венту в Провансе, предлагает уроки «охоты за трюфелями» в сопровождении специально обученных ищеек. После урока можно насладиться ланчем из трюфелей и дегустацией вина.

The Fairmont Washington (Вашингтон), D.C. посвящает гостей в секреты процесса принятия законопроектов. Участники программы в качестве сувенира получают американский флаг в миниатюре.

Любителей поломать голову приглашает к себе отель Rocco Forte Le Richemond (Женева), где проводятся уроки сборки часового механизма ETA 6497. Под руководством мастера гости разбирают механизм на 78 составных частей, а затем собирают его заново.

Estancia Vik Jose Ignacio, частный отель рядом с Пунта-дель-Эсте (Уругвай), проводит уроки поло на поле мирового класса, где играли одни из известнейших игроков, включая Адольфо Камбьязо и Бартоломе Кастаньола.

4. Для постояльцев, отдыхающих с животными.

В отеле Nine Zero (Бостон) живут с комфортом не только люди, но и их домашние питомцы. Здесь есть возможность побаловать своего любимца массажем, прогулками, специально приготовленными для него блюдами, разнообразными развлечениями. В номерах отеля есть специально предназначенные для животных отдельные кроватки, в общем, всё, "как у людей".

5. Для любителей необычного трансфера.

Отель Six Senses Zighy Bay (Оман). До этого отеля, расположенного на уединенном берегу красивого голубого залива, можно добраться как из аэропорта Омана, там и с территории ОАЭ из аэропорта в Дубае. Но какой бы путь туристы не избрали, им придется переехать через пустынные безжизненные горы, отделяющие бухту от цивилизации. Можно это

сделать на джипе, можно объехать их по воде на моторной лодке, поклонники экстремальных удовольствий могут выбрать параплан.

Burgh Island Hotel (Бигбари, Великобритания). Чтобы добраться до этого отеля, который находится недалеко от берега Южного Девона в южной части Великобритании, туристу придется использовать очень странную машину – гидравлический морской трактор. Причем воспользоваться им удастся только во время прилива.

До отеля Phanton Ranch (*Большой Каньон, США)* – единственного в этих местах – не так-то легко добраться. Одни ради этого готовы отправиться в длительное путешествие пешком (предстоит преодолеть более 12 километров), другие сплавляются на плотах по реке. Однако самый экзотический способ – совершить вояж на мулах. "Прогулка" займет приблизительно пять часов, туристы проедут мимо живописных островерхих утесов, глубоких ущелий и, наконец, достигнут домика перед мостом через могучую реку Колорадо.

Таким образом, поиск нестандартных форм работы с потребителем и создание оригинальных, а подчас и элитных услуг может стать началом реализации эффективной стратегии в сфере туристского бизнеса.

АНАЛИЗ ЦЕНОВОГО ДИАПАЗОНА ГОСТИНИЧНЫХ НОМЕРОВ Г. ПСКОВА КАК ПОКАЗАТЕЛЬ РАЗВИТИЯ СЕРВИСА ГОСТЕПРИИМСТВА

Фролова Ирина Андреевна,
Псковский филиал СПбГУСЭ, 1 курс,
науч. рук. доц. Нестерук О.В.

Псков является одним из древних и достаточно уникальных городов России. Его туристическая привлекательность обусловлена культурно-историческими и природными ресурсами.

Действительно, город Псков принимает ежегодно более тысячи туристов, стремящихся пройтись по земле, где выросла княгиня Ольга, воочию увидеть мощные псковские крепости, узнать о легендах и секретах древних псковских стен, посетить святые места: пещеры в Псково-Печерском монастыре, где покоятся мощи иноков и воинов, рассмотреть уникальные, не имеющие аналогов иконы и фрески псковской художественной школы.

Учитывая, что развитие туристического бизнеса является одним из актуальных направлений развития региона, в данной статье мы проведем анализ ценового диапазона гостиничных номеров в городе Пскове как одного из показателей, характеризующих уровень развития сервиса гостеприимства. Следует отметить, что исследование данного аспекта туристического бизнеса является достаточно актуальным, так как уровень ценового диапазона гостиничных номеров и соответствие удобств этому

уровню является одним из критериев, определяющих величину туристического потока.

Таким образом, в данной работе мы выявим наиболее оптимальное и востребованное соотношение цены и качества гостиничных номеров для туристов, приезжающих в город Псков.

Для достижения поставленной цели мы проанализировали данные о гостиницах города Пскова, а также провели анкетирование, в результате которого удалось выяснить предпочтения жителей и туристов, посетивших наш город.

В процессе исследования были рассмотрены 12 основных гостиниц нашего города. Вообще гостиницей можно назвать имущественный комплекс (дом, здание, часть здания, иные постройки) с меблированными комнатами (*«номерами»*), пригодными для временного проживания.

Основные интересующие нас данные о гостиницах города Пскова приведены в таблице:

Название гостиницы	**Ценовой диапазон номеров**	**Варианты номеров**
«Рижская»	1450 руб. – 3900 руб.	Стандартный, люкс
«Heliopark Old Estate»	4900 руб.– 12300 руб.	Стандартный (улучшенный), полулюкс, люкс
«Двор Подзноева»	4000 руб. –10500 руб.	Стандартный, люкс
«Балтхаус»	700 руб. – 3900 руб.	Стандартный (улучшенный), полулюкс, люкс
«Золотая набережная»	2600 руб. – 6500 руб.	Стандартный (улучшенный), полулюкс, люкс
«Октябрьская»	350 руб. – 3000 руб.	Стандартный (улучшенный), люкс
«Пилигримъ»	1300 руб. – 2500 руб.	Стандартный (улучшенный)
«Ольгинская»	700 руб. – 2800 руб.	Стандартный (улучшенный)
«Колос»	2400 руб. – 3700 руб.	Стандартный, люкс
«Транзит»	1200 руб. – 3300 руб.	Стандартный, полулюкс, люкс
«Вояж»	1300 руб. – 2500 руб.	эконом-класс, стандартный
«Азимут»	850 руб. – 3300 руб.	Стандартный, полулюкс, люкс

Для выявления предпочтений населения, касающихся сервиса гостеприимства, в частности для выяснения наиболее предпочтительного ценового диапазона и наиболее привлекательных вариантов номеров гостиниц нами было проведено анкетирование 60 человек.

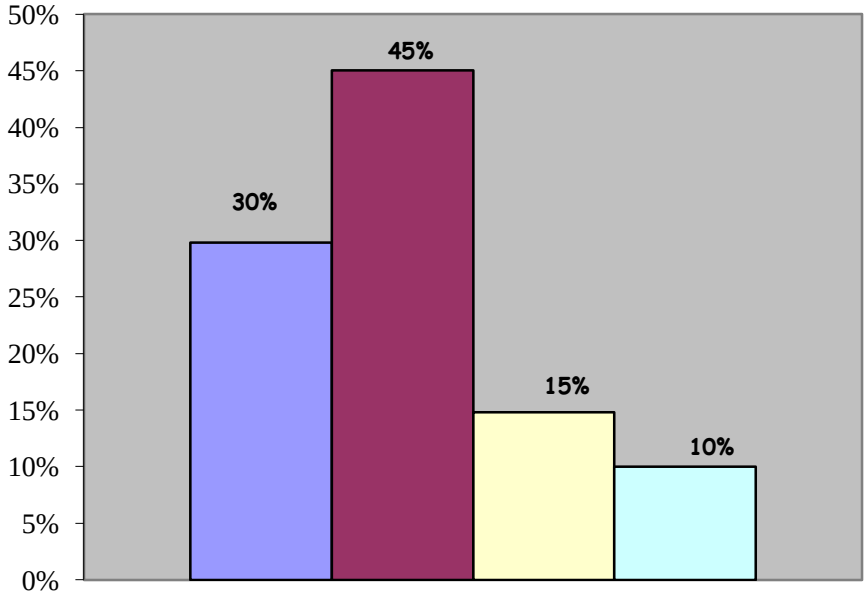
Так, нами были заданы следующие вопросы:

1. Пользуетесь ли Вы услугами гостиниц?
2. Какие типы номеров Вы предпочитаете?
3. Какой ценовой диапазон гостиничных номеров для Вас приемлем?

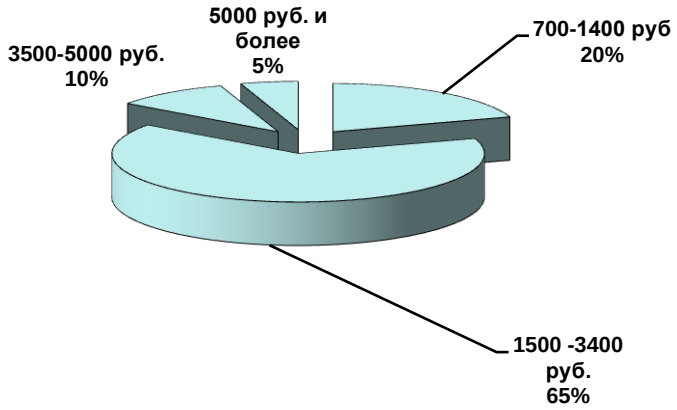
На первый из представленных вопросов ответили утвердительно 80 % опрошенных.

Ответ на второй вопрос проиллюстрируем диаграммой, из которой видно, что большинство опрашиваемых (45%) предпочитают стандартные номера, 30% респондентов предпочли номера эконом-класса, 15%

опрошенных остановили свой выбор на номерах полулюкс и 10% опрошенных предпочли номера люкс.



В результате анализа ответов на третий вопрос удалось установить, что большинство опрошенных (65%) предпочитают номера стоимостью 1500 – 3400 руб., вторыми по популярности оказались номера стоимостью 700 – 1400 руб., на третьем месте оказались номера стоимостью 3500 – 5000 руб. и на последнем месте оказались номера стоимостью более 5000 руб.



Итак, как показало проведенное исследование, большинство респондентов пользуются услугой гостиниц и при этом предпочитают выбирать стандартные номера. Максимальное число опрашиваемых согласны с ценовым диапазоном от 1500 до 3400 рублей.

Сопоставив данные анкетирования с данными о функционирующих в городе Пскове гостиницах мы смогли сделать вывод о том, что подавляющее большинство гостиниц нашего города, обладают

оптимальными с точки зрения предпочтений населения гостиничными номерами, в которых было бы соблюдено условие соотношения цены и качества.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что ценовой диапазон гостиниц города Пскова соответствует ожиданиям и предпочтениям населения, что, в свою очередь, является одним из показателей готовности нашего города к туристическому потоку и, соответственно, более эффективному функционированию сферы гостеприимства.

Управление качеством туристской услуги (на примере деятельности туристического агентства «МАРИТАС-ТУР»)

Зонова Алена Игоревна,
Кировский филиал СПбГУСЭ, 5 курс,
науч. рук. доц. Давлет-Кильдеева Н.Г.

Качество услуги – это совокупность характеристик услуги, которые придают ей способность удовлетворять обусловленные или предполагаемые потребности.

К важнейшим характеристикам услуги, обеспечивающим ее способность удовлетворять определенные потребности, относятся: надежность, предупредительность, доверительность, доступность, коммуникативность, внимательное отношение.

Надежность определяется как способность персонала в точности предоставить обещанную услугу. С обеспечения надежности должна начинаться разработка программы качественного сервиса. Основанием для надежности является компетентность персонала обслуживания. Сгладить некомпетентность персонала не помогут ни большие затраты на реконструкцию и обновление гостиничного здания, ни дружелюбное и приветливое обслуживание клиента.

Предупредительность – решимость помочь клиенту и без задержки оказать услугу. Во время обслуживания очень часто возникают нештатные ситуации или же у клиентов появляются особые желания. В подобных случаях оценивается способность предприятия найти неординарное и эффективное решение.

Доверительность – умение персонала вызывать доверие. Для создания доверительности очень важно акцентировать внимание на внешних признаках, которым потребители доверяют в большей степени.

Доступность – легкость установления связей с персоналом обслуживания.

Коммуникативность – способность обеспечить такое обслуживание, которое исключит недопонимание между персоналом и клиентами за счет того, что необходимая информация будет предоставляться клиентам вовремя и без дополнительного запроса с их сторон.

Внимательное отношение – индивидуальное обслуживание и внимание, которое предприятие проявляет по отношению к клиенту. Особая ценность этой характеристики качества услуги объясняется тем, что каждый клиент имеет особые потребности, отличающиеся от потребностей других людей. Чтобы обеспечить верность клиента предприятию, при предоставлении услуги следует показать, что конкретный клиент является для предприятия особенным, что его индивидуальные потребности будут учтены. Для предприятий гостеприимства решающее значение имеет то, что и как потенциальный потребитель принимает за качество на рынке услуг, то есть при рассмотрении понятия «качество» в центре внимания находится личность потребителя.

Персонал туристского предприятия должен отвечать следующим требованиям: иметь профессиональную подготовку и квалификацию, знать законодательные и нормативные акты в сфере туризма, иностранный язык в объеме, соответствующем выполняемой работе, уметь дать четкие, точные ответы на поставленные посетителями вопросы, владеть информацией, необходимой для потребителя, и постоянно ее активизировать, знать свои должностные обязанности.

При оценке качества услуги потребитель сравнивает то, что ему предоставили, с тем, что он желал получить. Ожидаемая услуга представляет собой ожидаемое качество и может соотноситься с желаниями и индивидуальными нормами потребителей, с объективными представлениями об ожидаемом или другом стандарте сравнения. Оценка услуги зависит от опыта обращения к производителям подобных услуг, от знания услуги рыночной коммуникации, личных желаний потребителя и имиджа производителя.

Отборочное восприятие означает, что одна и та же услуга воспринимается всеми ее потребителями по – разному, вследствие индивидуальности их характера, интересов, личных качеств, знаний, а также ситуации, в которой происходит потребление услуги.

Восприятие качества может во время потребления приспосабливаться к сформировавшимся ожиданиям. Если воспринимаемое качество незначительно отклоняется от ожиданий, то потребитель подгоняет восприятие под свои ожидания. Но если воспринимаемая услуга полностью не соответствует ожиданиям, возникает эффект контраста: более высокие ожидания усиливают негативное восприятие. Крайний случай неудовлетворения, как правило, отмечается, если человек уже создал для себя определенный образ и выбирает из того, что ему предложили, только ту информацию, которая входит в рамки этого образа.

Следует отметить, что специфика сферы туризма заключается в том, что производимый продукт полностью неосязаем, а эффект сервиса оценивается потребителем в условиях определенного эмоционального состояния, которое может зависеть от многих факторов (возраст, привычки, физиологические особенности организма, культурные традиции).

Все это делает восприятие качества турпродукта во многом субъективным, зависящим от индивидуальных характеристик каждого туриста.

Для создания качественной туристской услуги необходимы следующие условия: максимальное соответствие предоставляемых услуг требованиям потребителя; гибкость сервиса, его направленность на учет меняющихся требований рынка, предпочтений потребителей туристских услуг; четкая формулировка правил, которые обязан исполнять каждый сотрудник; мотивация персонала; система повышения квалификации персонала и участие клиента в оценке качества, контроле за ним.

Для улучшения деятельности туристического агентства «МАРИТАС-ТУР» необходимо:

1.Повышать уровень квалификации персонала. Побудительными причинами повышения квалификации могут быть: стремление сохранить работу, занимаемую должность, желание получить повышение или занять новую должность, заинтересованность в повышении заработной платы, интерес к новым знаниям, к овладению новыми навыками, желание расширить деловые контакты.

2.Поощрать постоянных клиентов гибкой ценовой политикой. Определить критерии постоянного клиента. Осуществлять индивидуальную дисконтную практику. Очень часто компании, предоставляющие услуги, направляют свою рекламу не только на потребителей, но и на собственных служащих. То есть реклама позиционирует услугу не только в сознании потребителей, но и в сознании служащих компании, так как напоминает им о том, какую услугу от них ждут потребители. Таким образом, реклама услуги в данном случае служит мотивацией для служащих, является программой контроля.

3.Создать эффективную рекламу. Данная реклама подразумевает донесение до конечного потребителя информации о товаре в форме, способствующей либо увеличению объемов продаж, либо повышению мифической составляющей цены этого товара. Следовательно, эффективный креатив – создание такого образа рекламируемой услуги, который наиболее полно отвечает этим целям. От того, какую задачу ставит производитель, стимулирование сбыта своей продукции или создание долгосрочного бренда, зависит и выбор типа позиционирования его товара.

Сегодня ни одно предприятие сервиса не может успешно вести дела без рекламы в той или иной форме. Для того чтобы продать любой товар или услугу, необходимо, прежде всего, чтобы этот товар или услуга были знакомы покупателю и он ощущал потребность надобность в их приобретении.

Цели рекламы в зависимости от состояния целевой аудитории и других маркетинговых коммуникаций могут быть разными (создание осведомленности о самой фирме и ее услугах, предоставление необходимой или дополнительной информации о фирме и ее услугах, создание предпочтения рекламируемых услуг перед аналогичными и т.п.).

Основной рекламной целью является формирование осведомленности о фирме в том случае, когда целевая аудитория совершенно не знакома ни с самой фирмой, ни с ее услугами. Обычно эта ситуация типична для вновь созданной фирмы либо при выходе на новые рынке или при продвижении нового продукта или услуги. В этом случае средствами рекламы надо

добиться узнаваемости названия самой фирмы, ее торговой марки или предоставляемых услуг. Главная задача заключается в том, чтобы потенциальный клиент узнал о существовании соответствующей фирмы, представлял профиль ее деятельности, а если речь идет о продвижение новых услуг, то получил краткую информацию о них.

Создание положительного имиджа фирмы также относится к основным целям рекламы. Под имиджем фирмы понимают совокупность осознанных и неосознанных представлений, образов, существующих у клиентов и общественности о данной фирме. При создании имиджа фирмы надо учитывать, что он должен основываться на реальных достоинствах фирмы, привлекать определенную целевую аудиторию, должен быть оригинальным, легко распознаваемым и запоминаемым.

4.Разработать web-сайт.

5.Принимать активное участие в выставках и ярмарках. Выставки и ярмарки занимают видное место в маркетинге. Они позволяют достичь целевой аудитории в течение нескольких дней, поэтому считаются одним из наиболее эффективных средств повышения объемов продаж. Их важное достоинство – возможность представить покупателям товар в подлинном виде, а также в действии. В любом случае посетители приходят с ясно выраженным намерением узнать нечто новое для себя, и такое отношение активно способствует внедрению на рынок новых товаров и услуг. Личные контакты между представителями предприятия и потенциальными покупателями позволяют сформировать атмосферу доверия и благожелательности, что способствует развитию деловых отношений.

Туристическое агентство «МАРИТАС ТУР» не уделяет большого внимания выставкам и ярмаркам, что не позволяет потребителям получить ответы на вопросы относительно его потребительских свойств и условий эксплуатации; ознакомиться с рекламными проспектами и другой рекламной литературой; составить предоставление о солидности фирмы; завязать прямые контакты с ее представителями.

6.Разработать фирменный стиль предприятия. Фирменный стиль – это ряд графических, цветовых, языковых приемов, которые обеспечивают некоторое единство всех изделий фирмы и любых материалов, от нее исходящих, с целью идентификации их происхождения и создания образа производителя на фоне конкурентов. Наличие фирменного стиля свидетельствует об уверенности туристского предприятия в положительном впечатлении, которое оно производит на потребителя. Одно из задач использования фирменного стиля является напоминание покупателю о тех положительных эмоциях, которые доставили ему ранее покупавшиеся туры в данной фирме. Таким образом, наличие ФС косвенно гарантирует высокое качество товара и услуг.

Основными предложениями по усовершенствованию системы продвижения туристического продукта целесообразно назвать следующие:

1. Участие в международных туристских выставках и конференциях
2. Создание эффективной рекламы
3. Поощрение постоянных клиентов гибкой ценовой политикой

МОЛОДЕЖЬ И НАУКА XXI ВЕКА:
ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ В СФЕРЕ УСЛУГ

СБОРНИК НАУЧНЫХ СТАТЕЙ ПО ИТОГАМ
I ВСЕРОССИЙСКОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ
СТУДЕНТОВ, МАГИСТРАНТОВ И АСПИРАНТОВ

23 АПРЕЛЯ–26 АПРЕЛЯ 2012 Г.

Том I

	Подп. к печати 20.09.2012 г.	Формат 60×84 1/16
Усл. печ. л. 19 п.л.	Уч.-изд. л. 19,75 п.л.	Тираж 100 экз.
Изд. № 001	Заказ №2662/1	

РИО СПбГУСЭ, лицензия ЛР № 040849
Член Издательско-полиграфической Ассоциации университетов России
Государственный регистрационный номер 2047806003595 от 06.02.2004 г.
СПб государственный университет сервиса и экономики
191015, г. Санкт-Петербург, ул. Кавалергардская, 7