

проекты или деятельность [1]. Основой данного способа оценки является метод анализа затрат и выгод.

Третий способ LBG, как и способ SROI, позволяет оценить социальную эффективность инвестиций, но применяется специально для оценки корпоративных проектов по развитию местных сообществ, в том числе благотворительных проектов и программ. Методологической основой данного способа оценки является также метод анализа затрат и выгод.

Четвертый способ LCA позволяет представить масштаб воздействия на окружающую среду (образование отходов, выбросы в атмосферу, потребление ресурсов и пр.), оказываемого продуктом на всех стадиях жизненного цикла: от добычи сырья, необходимого для производства, и до утилизации конечного продукта. В основе методологии способа LCA лежит метод, изложенный в стандарте ИСО 14040.

Результаты оценки влияния бизнеса на местное бизнес сообщество могут быть использованы в различных целях. Например, таких, как: 1) повышение эффективности социальных проектов и программ, а также их окупаемости; 2) определение мероприятий по уменьшению экологического следа производимого продукта с учетом его жизненного цикла; 3) демонстрация экологичности или социальной значимости продукта или крупного мероприятия для их продвижения среди потребителей и пр. В итоге можно наблюдать максимальное повышение эффективности деятельности организации с точки зрения ее вклада в развитие местного сообщества, а, следовательно, формирование благоприятной среды для развития бизнеса.

Литература

1. Оценка влияния бизнеса на развитие общества. [электронный ресурс]. URL: <http://www.ey.com/RU/ru/Services/Specialty-Services/Climate-Change-and-Sustainability-Services/EY-ccass-social-impact-assessment>.

ПЕРЕСТРОЙКА ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ В РОССИИ

Е.В.Меньшикова,
научный руководитель А.С. Сипер
Россия, г. Екатеринбург,
Уральский международный институт туризма

За последний год произошли серьезные изменения в туризме. Хотя российский туристический бизнес пока составляет небольшую долю ВВП, тем не менее, социальный аспект этой деятельности огромен. В данной статье рассматривается возможность переориентации туристического потока и выгоды от этого для населения России.

В течение многих лет в России туризм расценивался исключительно как выездной. Однако и у внутреннего российского туризма есть весьма хорошие перспективы и, в связи с последними событиями, появились предпосылки к началу переориентации. Падение курса рубля по отношению к доллару и евро, введенные ЕС санкции, череда банкротств туроператоров и потеря доверия со стороны туристов - все это положило начало падению спроса на тур услуги и вызвало стремительное сокращение спроса на выездной туризм.

Понятно, что в 2015 году продлится перестройка туристического рынка и продолжится падение спроса на зарубежные направления. Однако не стоит забывать, что впереди летний сезон, от которого турист вряд ли захочет воздержаться, ибо летний отпуск был и остается самым желанным для жителей России. И поэтому, по словам главы Ростуризма Олега Сафонова, туризм должен взять на себя свою часть ответственности, направленную на замещение импорта, и начать прорабатывать взвешенную ценовую политику со стороны российских объектов размещения, транспортных и прочих структур, связанных с туризмом, для создания дол-

госрочных перспектив внутреннего туризма России и ощутимого роста турпотоков. Как отмечается, в нынешних условиях туризм вполне может стать локомотивом развития российской экономики. «То есть той отраслью, которая без огромных инвестиций может дать ощутимый экономический эффект, причем на территории всей страны», — уверен глава Ростуризма [1].

Начало создания кризисной ситуации на туррынке было положено еще в конце зимы 2013 года и продолжалось весь 2014 год, причем спровоцировано оно было сразу несколькими причинами. Во-первых, это произошло из-за негласного запрета на выезд за рубеж для сотрудников силовых ведомств - ФСБ, МВД, прокуратуры и судов. Как оказалось, у многих турфирм приходилась значительная доля продаж на клиентов, работающих в этих сферах. В результате этого запрета серьезно пострадал петербургский туроператор "Нева". Также о том, что запрет серьезно подорвал продажи, заявили и компании «Роза Ветров Мир», «Лабиринт», «Южный Крест», которые позднее и вовсе объявили о своем решении уйти с рынка.

По данным Росстата, в первые месяцы 2014 года число поездок россиян за рубеж сократилось на 14% и составило 36,7 млн., по сравнению с данными 2013 года. При этом все предыдущие годы, начиная с 2011, это число постоянно росло на 10-30% в год [2]. После присоединения Крыма, в стране образовалась атмосфера патриотического подъема, и появилось нежелание россиян ехать в страны, которые выступили в этом вопросе против России, что послужило созданием условий для еще большего снижения спроса на выездной туризм. Также весьма удачно сработал рекламный эффект Олимпиады и Параолимпиады в Сочи, что привлекло туда большой поток туристов.

Однако самым серьезным ударом для выездного туризма стало падение курса рубля - в декабре 2014 года рубль обесценился по отношению к доллару и евро почти на 50%, что привело к росту цен на выездной турпродукт для россиян почти вдвое. В условиях постоянного подъема курса, продавать продукт, цены на который выражены в валюте, как оказалось, почти невозможно. Даже несмотря на обилие скидок и акций, туроператоры несут значительные убытки и не могут восстановить уровень прежнего спроса. Больше всего пострадали экзотические направления, где падение произошло больше чем в два раза – это страны Карибского бассейна и Латинской Америки. В Европе ситуация обстоит гораздо лучше. По некоторым странам падение не превышает 15-20% [2]. Кроме того, здесь падение турпотока отчасти компенсируется индивидуальными туристами, самостоятельно бронирующими и формирующими себе туры в онлайн среде.

Самыми доступными из безвизовых пляжных направлений являются Египет и Турция, спрос на которые, сейчас, в 2015 году, даже при негативном развитии экономических событий для России, может остаться на уровне предыдущих сезонов, поскольку эти страны идут на многие уступки в виде снижения цен на проживание в отелях и прочие скидки. Среди дальних направлений востребованность может сохранить Таиланд, хотя интересы россиян могут сместиться с 4* сектора отелей в более дешевый сегмент.

Что же касается российских курортов, по словам владельца туристической компании «Дельфин» Сергея Ромашкина, участника онлайн конференции «Туристический бизнес: в режиме экономии и законотворчества», то внутренний туризм в 2014 году вырос на 25-30% [3]. Поэтому можно сказать, что санкции и падение курса рубля туризму России только импонируют.

К примеру, уже в начале этого года, достаточно дорогой Сочи стал более выгодным местом отдыха для российских туристов, чем многие европейские курорты. Этой зимой значительно заметна переориентация с Европы на Красную Поляну, Эльбрус, Минеральные воды. Лидером летнего сезона стал Крым. Однако транспортные проблемы не позволили всем потенциальным туристам добраться до Крыма, из-за чего многие предпочли курорты Анапы.

Проанализировав текущую ситуацию на рынке туристических услуг, можно предложить следующие пути, как направить сложившиеся обстоятельства во благо внутреннему российскому туризму.

Во-первых, речь пойдет, прежде всего, об улучшении транспортной инфраструктуры и возможном ее увеличении в курортных зонах страны, поскольку это является важной частью

оказания туристических услуг и оказывает прямое влияние на спрос. Ситуация проблем с транспортом в 2014 году была ощутима в Крыму, когда в пиковый сезон очередь из автомобилей на паром Керченской переправы растягивалась на многие километры, а люди ожидали погрузки сутками. Тогда это повлекло за собой снижение турпотока на 2,1 млн. туристов, по сравнению с 2013 годом.

Во-вторых, стоит серьезно подумать над внедрением предложенной правительством системы электронной путевки, связанной с системами онлайн-продаж билетов и бронирования отелей, которая даст каждому туристу возможность отслеживать прохождение своего заказа на всех этапах. Нам кажется, это будет способствовать установлению и укреплению доверия туриста к туроператору, которое было основательно подорвано в связи с чередой банкротств последних, и сделает рынок туруслуг более прозрачным и понятным для клиента.

В-третьих, сейчас важно уделить больше внимания отелям низких категорий, начиная от отелей категории 4* и 3*, и держаться политике «цена-качество». Поскольку сейчас практически все туристы будут стараться попридержать накопления, то их внимание будет больше приковано именно к отелям классом ниже, чем в которых они могли позволить себе отдохнуть до кризиса. И здесь важно, предоставить туристу не менее качественный сервис и услуги, чем в дорогостоящих отелях.

Хорошую популярность приобрел город Сочи за счет Олимпийских игр и все больше и больше, как наших, так и иностранных туристов стремятся приехать туда. Поэтому, несмотря на обилие бюджетных гостиниц и гостевых домов стоит обратить внимание на улучшение их сервиса, и приблизить стандарты пусть даже небольших отелей к европейским. Это бесспорно поднимет авторитет курорта в целом, а также поднимет спрос на внутренний туризм.

В-четвертых, также одним из путей переориентации на внутренний туризм может послужить создание военно-патриотических маршрутов России. В этом году страна будет отмечать 70-летие победы в Великой Отечественной войне. На данный момент регионы России принимают участие в разработке различных направлений патриотического и познавательного туризма. К примеру, на территории Орловской области находится свыше 800 объектов военной истории, здесь же начиналась история знаменитого полка "Нормандия - Неман". В Смоленске предлагаются патриотические программы, связанные с военной историей Старой Смоленской дороги и боев на Соловьевой переправе. Волгоград реализует инициативу по приему в городе юных туристов "Поезда Победы", а в Курской области разработан образовательный экскурсионный маршрут "Огненная Дуга - Маршруты Победы".

Разработка и воплощение в жизнь таких туров помогут не только увеличить спрос на туризм внутри страны, но и будут способствовать воспитанию духа патриотизма и исторической грамотности у населения России. Также, другим направлением туристической деятельности можно считать развитие локального туризма для жителей отдельных регионов, где туристические маршруты можно организовывать на небольшие расстояния. Это даст толчок к развитию региональной инфраструктуры и уровня сервиса.

В заключение хотелось бы сказать, что Россия обладает огромнейшим потенциалом для развития внутреннего туризма. Присоединение Крыма, проведение Олимпиады и Параолимпиады в Сочи, все это уже дало прекрасный старт для начала активной туристской деятельности. И, безусловно, нужно приложить как можно больше усилий в развитие курортных городов страны, дабы выйти в одну линию с европейским качеством и сервисом.

Литература

1. В Ростуризме надеются на укрепление нацвалюты за счет роста внутреннего потока отдыхающих: Электронный ресурс: URL <http://www.mk.ru/economics/2015/02/04/k-spaseniya-rublya-podklyuchat-turistov.html>.

2. Он-лайн конференция «Туристический бизнес: в режиме экономии и законотворчества». URL: <http://www.finam.ru/analysis/conf00001/turisticheskiiy-biznes-v-rezhime-ekonomii-i-zakonotvorchestva-20141127-1300>.

3. События и тенденции 2015 года, способные повлиять на туризм в России. Электронный ресурс: URL: <http://m.ria.ru/tourism/20150126/1044314948.html>.

МЕТОДЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ В ОРГАНИЗАЦИЯХ СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЫ

О.В. Мистрюкова,
научный руководитель С.Ю. Мычка,
Россия, г. Воронеж,
Воронежский экономико-правовой институт

В современном мире позиция руководителя рассматривается так, что если человек находится в руководящей должности любого уровня управления в любых предприятиях, организациях и учреждениях, в том числе на предприятиях социальной сферы, то в своей деятельности, успешной и продуктивной, ему необходимы базовые знания в области теории и методологии управления персоналом. Управление в организации играет ключевую роль, так как без данных мероприятий организация деятельности предприятия не имеет будущего (рисунок 1).

Для управления персоналом на предприятиях социальной сферы совокупность целей, с одной стороны, должна отвечать на вопрос о том, какие конкретные потребности работников они могут потребовать удовлетворить от управленческого аппарата, а с другой - какие цели по эксплуатации персонала ставят перед собой руководители социальной организации и какие условия созданы для этого. Только при согласии и непротиворечивости данных факторов возможен успех управления.

На практике применяются огромное количество методов управления персоналом, в том числе и на предприятиях социальной сферы, которые постоянно подвергаются изменениям и совершенствуются, подстраиваясь под определенное время.

Естественно, самыми распространенными методами управления персоналом являются экономические и административные. В основе экономических методов лежат экономические законы. И поэтому огромное количество организаций социальной сферы применяют данный метод в качестве стимулирования своих сотрудников, поощряя их или, наоборот, наказывая. При неправильном применении данного метода возникают отрицательные моменты, которые могут привести к убыткам, забастовкам, даже к банкротству предприятия [1, с. 56].