

прибыль. Выбранная ценовая политика даст возможность конкурировать с фирмами, функционирующими на рынке алкогольной продукции и сформировать более выгодную цену для покупателей.

Литература

1. Афанасьева Л.А. Современные подходы к формированию товарной политики предприятия: материалы Междунар. науч. конференции / ФГБОУ ВПО ЮЗГУ. Курск, 2013. С. 15-22.
2. Афанасьева Л.А. Методические аспекты стратегического управления коммерческой деятельностью предприятия / Экономика, финансы и управление в современных условиях: сборник науч. тр. / под общ. ред. А.Н. Сорочайкина. Самара: Самарский гос. ун-т. 2011. Вып. 8(10). с. 11-19.
3. Филосова Т.Г. Конкуренция и конкурентоспособность. М: ЮНИТИ, 2011.
4. ООО «ГД «Русьимпорт–Курск» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rusimport.ru/>.

ВЛИЯНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ САНКЦИЙ НА РАЗВИТИЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА В РОССИИ

И.О. Рязанов,
научный руководитель Е.Б. Дуплинская
Россия, г. Новосибирск,
Сибирский государственный университет путей сообщения

На сегодняшний день, бизнес в России переживает не самые легкие времена, но это ни в коем случае не говорит о том, что роль бизнеса как такового, невысока. Надо понимать, что бизнес является не только звеном в формировании валового внутреннего продукта страны, но и важнейшим фактором занятости, а также источником доходов населения. К сожалению, статистика говорит о том, что в России доля малого и среднего бизнеса составляет около 20-25% от общей численности населения. Для примера, в Японии этот показатель колеблется в районе 80%, в странах Европейского Союза 70% занятого населения работают в этом секторе экономики. Сегодня малый бизнес служит инструментом способным преобразовать экономику, а также обеспечить местные бюджеты дополнительными денежными средствами. Поэтому развитие данного сектора является одним из приоритетных направлений экономической политики [2].

Среди факторов, оказывающих влияние на развитие туристического бизнеса необходимо выделить социально-демографические и финансово-экономические.

Социально-демографические факторы – это возраст, занятость, наличие одиноких людей, бездетных пар, возрастные тенденции к вступлению в брак, пенсионный возраст, расширение социального состава туристов, уровень образования, культуры, эстетические требования населения, соотношение материальных и духовных потребностей, урбанизация и т.д.

Финансово-экономические факторы – экономическая ситуация в стране, финансовая стабильность, уровень доходов населения, доля средств, выделяемых обществом на туристские расходы, цены на путевки, проезд, размещение в гостиницах и т.п.

С 1 января 2008 года в России действует Федеральный закон № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», в соответствии с которым основными целями государственной политики в области развития субъектов малого и среднего предпринимательства (СМиСП) являются:

- 1) развитие СМиСП в целях формирования конкурентной среды в экономике РФ;
- 2) обеспечение благоприятных условий для развития СМиСП;

- 3) обеспечение конкурентоспособности СМиСП;
- 4) оказание содействия СМиСП в продвижении производимых ими товаров (работ, услуг), результатов интеллектуальной деятельности на рынок РФ и рынки иностранных государств;
- 5) увеличение количества СМиСП;
- 6) обеспечение занятости населения и развитие самозанятости;
- 7) увеличение доли производимых СМиСП товаров (работ, услуг) в объеме ВВП;
- 8) увеличение доли уплаченных СМиСП налогов в доходах бюджетов бюджетной системы РФ [7].

Однако, несмотря на то, что государственная политика в области развития СМиСП должна быть направлена на обеспечение благоприятных условий и конкурентоспособности СМиСП на территории РФ, в последние годы, наблюдается снижение деловой активности в отдельных отраслях предпринимательской деятельности, в частности в сфере услуг. Сложившуюся ситуацию позволяют оценить данные Федеральной службы государственной статистики. Так, например, в 2012 году индекс предпринимательской уверенности во 2-ом квартале был равен 10 ед., тот же показатель во 2-ом квартале 2013 года был равен 9 ед., в 2014 году – 6 ед. Несложно заметить, что ситуация изменилась не в лучшую сторону [3].

Что касается сферы туристического бизнеса в России, то тут все не так однозначно. Ситуация на этом рынке достаточно сложная и нестабильная. Поток туристов в данный момент стал ниже из-за введения экономических санкций в отношении России со стороны некоторых иностранных государств, а также банкротств многих туроператоров на территории РФ. С лета 2014 года более 20 российских туристических компаний приостановили работу, попали под проверки силовых и контролирующих структур или процедуру банкротства. После череды банкротств и внезапных уходов многих туркомпаний с рынка, государство серьезно взялось за регулирование в этом секторе экономики. В Госдуму был внесен новый законопроект о туризме. Среди основных поправок обсуждается увеличение финансовых гарантий для туроператоров, отправляющих отпускников за границу, с 30 миллионов рублей до 50 миллионов. Кроме того, чтобы войти в реестр туроператоров, компания должна будет иметь на счету не меньше 30 миллионов рублей [6].

Также на снижение спроса повлиял значительный рост стоимости услуг зарубежного туризма на фоне падения курса рубля. По оценкам экспертов, за счет мультипликативного эффекта зарубежный туризм подорожал для наших соотечественников в среднем на 20-30% (по данным Росстата, средний рост за полгода – около 15%), что при высоком уровне инфляции и падении реальных доходов населения заставляет потребителей сокращать свои расходы. Эксперты считают, что лидирующую роль в банкротстве некоторых игроков туристического рынка сыграли неверные управленческие решения, довольно слабый контроль за рисками и неоднозначный долговой профиль, в условиях ужесточения требований банков не позволявший быстро и безболезненно перекредитоваться.

На данный момент пик банкротств пройден, считают эксперты, но волна приостановок деятельности турфирм еще не закончена. Спрос на курортные и экскурсионные европейские направления при этом падает. Падает он, в том числе, и потому, что операторы не готовы предложить интересную цену для туристов [4].

Санкции подтолкнули отечественных туристов больше отдыхать на территории России. Отдельного внимания заслуживает присоединение Крыма и города Севастополь к территории РФ, а также возросшая популярность Сочи после проведения олимпиады, все это повлияло на увеличение спроса по внутренним направлениям. В минувшем 2014 году российское побережье Черного моря увеличилось в 2,5 раза за счет присоединения Крыма к РФ. Россияне активно начали осваивать новую территорию, однако низкая транспортная пропускная способность паромных и авиамаршрутов несколько ограничила мощность туристического потока.

Одна из проблем, которая мешает развивать внутренний туризм в России, это высокая стоимость перевозок. При этом падение спроса на международные перевозки открыли новые

возможности для перевозок внутри страны. Так же появление новой российской компании-лоукостера и запуск программы «Открытое небо» в Сочи должны решить проблему не только достаточности, но и доступности авиационных перевозок. Готовы включиться в работу по увеличению внутреннего турпотока и законодателя, которые уже рассматривают ряд законопроектов для развития отрасли и ищут пути решения существующих проблем. В Государственной Думе работает экспертный совет по внутреннему и въездному туризму. Разрабатываются возможные варианты государственно-частного партнерства и использование саморегулируемых организаций в сфере туризма.

Постановлением Правительства РФ от 15.04.2014 г. №317 утверждена Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 - 2018 годы)». Ожидаемые результаты от реализации ФЦП:

- высококонкурентоспособный туристско-рекреационный комплекс;
- рост внутренних туристских потоков;
- повышение качества туристских услуг;
- улучшение образа России как страны, благоприятной для туризма.

Объем бюджетных ассигнований на реализацию ФЦП из средств федерального бюджета составит 70 012 775,5 тыс. руб. В России будут созданы новые туристско-рекреационные кластеры в различных регионах России. Появятся туристско-рекреационные кластеры «Кезеной-Ам» (Чеченская Республика), «Зарагидж» (Кабардино-Балкарская Республика), «Ворота Лаго-Наки» (Республика Адыгея), «Шерегеш» (Кемеровская область), «Барнаул - горнозаводской город» (Алтайский край), «Самоцветное кольцо Урала» (Свердловская область), «Верхневолжский» (Тверская область), "Центр активного отдыха и туризма «У.Е.S» (Вологодская область), «Амур" (Амурская область), "Остров Большой Уссурийский – Шантары» (Хабаровский край), «Раушен» (г. Светлогорск Калининградской области), «Всесезонный туристический центр «Ингушетия» (Республика Ингушетия).

Несмотря на предпринимаемые действия со стороны органов государственной власти РФ, около трети туроператоров и турагентств, работающих сейчас в России, могут в 2015 году уйти с рынка. Сокращение числа туркомпаний можно будет наблюдать в марте 2015 года. В Едином федеральном реестре туроператоров - 1380 туркомпаний; в 2014 году с рынка ушел 21 туроператор, большинство из которых работали в сфере выездного туризма [1].

Необходимо подчеркнуть, что в России нет единой системы подсчета отдыхающих, на этот случай министры предлагают предусмотреть в федеральной целевой программе средства на совместную работу с Федеральной службой государственной статистики для проведения исследований по регионам. В Государственной Думе считают, что необходимо ввести регистрацию отдыхающих. Это действительно нужная мера, как в плане безопасности, так и в плане учета отдыхающих. В качестве еще одной меры, предлагается заложить больше средств в федеральном бюджете на продвижение турпродукта России по телеканалам, в средствах массовой информации [5].

Сегодня туризм влияет на развитие многих отраслей экономики, включая транспорт, связь, торговлю, услуги туристических компаний, производство сувенирной и иной продукции, общественное питание, сельское хозяйство, строительство. Особое значение имеет внутренний туризм для развития малого и среднего бизнеса, поскольку в среднем на один вложенный рубль бизнес получает от трех до пяти рублей прибыли. Поэтому, развитие туристического бизнеса, несомненно, является важным направлением для каждого отдельного региона России и для экономики страны в целом. Очевидно, что в наступившем году продолжится перестройка туристического бизнеса. Ожидается, что туристические потоки, ориентированные на другие страны, заметно сократятся.

Литература

1. В 2015 году треть турфирм уйдет с рынка [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rg.ru/2014/12/24/ator-site.html>.
2. Медведев Д.А. Доля малого и среднего бизнеса в российской экономике невелика

- [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rbc.ru/rbcfreenews/20140203161806.shtml>.
3. Индекс предпринимательской уверенности [Электронный ресурс]. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/retail.
4. Поток туристов из России падает [Электронный ресурс]. URL: <http://www.respublika-kaz.info/news/business/37767>.
5. Санкции, кризис, рост валют и патриотизм вернули российского туриста в страну [Электронный ресурс]. URL: http://kuban.rbc.ru/krasnodar_topnews/26/11/2014/957211.shtml.
6. События и тенденции 2015 года, способные повлиять на туризм в России // [Электронный ресурс]. URL: <http://ria.ru/tourism/20150126/1044314948.html#ixzz3RpsjzIR7>.
7. Федеральный закон от 24 июля 2007 г. N 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» [Электронный ресурс]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_157188.

ПРОБЛЕМА РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА КАК «ЧЕТВЕРТОГО СЕКТОРА» ЭКОНОМИКИ РОССИИ

Д.В. Трясина,
научный руководитель Д.А. Гафарова
*Россия, г. Новокузнецк,
Сибирский государственный индустриальный университет*

Современная экономика России не может решить всех проблем в социальной сфере, поэтому в гражданском обществе идёт постоянный поиск, направленный на создание и внедрение новых подходов в теории и практике решения социальных проблем.

Повышение инновационности и конкурентоспособности социального сектора экономики предполагает выстраивание эффективных механизмов взаимодействия государственных структур, социальных служб, общественных организаций и бизнеса, направленных на координацию усилий всех сторон, обеспечение учета интересов различных социальных групп. Одним из таких механизмов может стать социальное предпринимательство [2].

Социальное предпринимательство, как феномен современного цивилизационного процесса ещё далеко не в полной мере проанализировано и осмыслено научным сообществом. Анализ публикаций по этой проблематике показывает, что среди учёных нет единого определения этого понятия.

Например, А.А. Московская определяет социальное предпринимательство как «новый способ социально-экономической деятельности, в котором соединяется социальное назначение организации с предпринимательским новаторством и достижением устойчивой самоокупаемости» [4].

Есть и другие определения. Так, Грегори Дж. Дис. под данным словосочетанием понимает «энтузиазм социальной миссии и деловую дисциплину, инновационные подходы и решительность». Дж. Мэйр и И. Марти рассматривают социальное предпринимательство как широкий процесс, который включает в себя «комбинацию ресурсов для создания возможностей ускорения социальных изменений и/или удовлетворения социальных потребностей». Эксперты из Фонда региональных социальных программ «Наше будущее», сформулировали свое видение этого феномена, придя к выводу, что «социальное предпринимательство – это деятельность, нацеленная на смягчение или решение социальных проблем, и она характеризуется такими основными признаками, как:

- социальное воздействие (целевая направленность на решение/смягчение существующих социальных проблем, устойчивые позитивные измеримые социальные результаты);
- инновации (применение новых, уникальных подходов, позволяющих увеличить социальное воздействие);