

безработных и фиктивно занятых, социального дна, бомжей, беженцев, представляющих собой питательную среду для теневой экономики.

К основным причинам возникновения теневой экономики на потребительском рынке следует отнести разнонаправленное влияние политических, экономических, правовых, социальных, социокультурных и антропологических факторов. Существование теневой экономики свидетельствует о невысокой культуре рыночных отношений, недостаточном законодательно-правовом и нормативном обеспечении, нарушении договоров, влиянии криминальных структур, недостаточности развития инфраструктуры товарных рынков и т. д.

### **СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА ТУРИСТСКИХ УСЛУГ КАК ОСНОВА РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОЙ СФЕРЫ КАВКАЗСКИХ МИНЕРАЛЬНЫХ ВОД**

Пелевина Н.А.

*Филиал ФГОУ ВПО «Северо-Кавказская академия государственной службы»  
Пятигорск, Россия*

Развитие туристско-рекреационного комплекса Кавказских минеральных Вод (КМВ) возможно в двух направлениях.

Первое направление предполагает создание элитного предложения на рынке туристских услуг в соответствии с международными стандартами качества обслуживания и индивидуальными ценами. В рамках данного направления наряду с традиционным для КМВ оздоровительным туризмом целесообразно развитие таких его видов как:

- экологический туризм, требующий создания особых объектов – туристских зон, деревень;

- бизнес-туризм, позволяющий свести к минимуму сезонные колебания туристских потоков и обеспечить круглогодичную загрузку здравниц региона. Он предполагает развитие инфраструктуры, включающей в себя выставочные центры, конгресс-холлы, деловые центры, транспортное сообщение, современные средства связи;
- экстремальный и развлекательный туризм, включающий воздухоплавание, охоту, рыбалку, рефтинг.

Спрос на данный вид турпродукта будет характеризоваться низкой эластичностью, т.е. слабо реагировать на ценовую динамику. Определяющим фактором здесь является качество предоставляемых услуг.

Второе направление ориентировано на формирование предложения, рассчитанного на массового потребителя со средним уровнем комфорта и услуг по более низким ценам. Это направление представлено такими видами туризма

как оздоровительный (прежде всего, курсовочное лечение), семейный, экскурсионный туризм. С этой целью необходимо возрождение системы кемпингов, недорогих мотелей, диетических столовых.

Развитие этих направлений требует значительных инвестиционных ресурсов. В сложившихся современных экономических условиях реальным источником самофинансирования и саморазвития туризма может стать туристская рента как факторный доход от хозяйственного использования туристских ресурсов. Сущность туристской ренты связана с перераспределением монопольной ренты в связи с наличием на территории КМВ уникальных рекреационных ресурсов.

Основной и самой простой формой совокупной туристской ренты, возможной в современных российских условиях, могли бы стать твердые процентные ставки платежей с величины валовой выручки от реализации туристских услуг. Они могут быть дифференцированы по видам деятельности в рекреационной сфере.

За счет туристской ренты целесообразно сформировать фонд, распределение и использование средств из которого должно находиться под контролем Администрации КМВ. Это позволит Администрации КМВ, не обладающей собственными бюджетными ресурсами, выступать не в качестве промежуточной административной структуры, а как полноправному агенту рыночных отношений.

Средства Фонда могут быть использованы для финансирования (софинансирования) мероприятий в рамках реализации рассмотренных выше направлений.

### **О ВЫБОРЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ РЫЧАГОВ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ**

Погорелов Д.Б., Пищухин А.М.

*Оренбургский государственный университет  
Оренбург, Россия*

Современный рынок требует от предприятий быстрого реагирования на происходящие изменения. Адекватная же реакция предприятия зависит от грамотного чередования и сочетания экономических рычагов управления, под которыми здесь будем понимать механизмы планирования и обеспечения ресурсами, поощрения и наказания кадров, технического перевооружения, маркетинга и продвижения своей продукции на рынке и т.п. При этом на наш взгляд весьма полезен метасистемный подход к планированию и реализации использования экономических рычагов управления.

Суть его заключена в систематизации матрицы выбора экономических рычагов, одно направление которой отражает иерархичность процесса выбора, а другое его метасистемность.

На самом верхнем уровне иерархии выбирается цель управления. В качестве цели может быть продвижение новой продукции на рынок, увеличение доли рынка, улучшение экономических показателей предприятия, вывод его из кризиса и т. д. Для достижения поставленной цели на втором уровне иерархии формулируются решаемые задачи, на третьем уровне ищутся методы их решения, на четвертом подбираются соответствующие средства и режимы их использования на пятом. При этом на каждом уровне анализируются свои условия и ограничения на выбор.

Метасистемность отражает множества выбора на каждом уровне рассмотренной иерархии при планировании стратегии развития предприятия требует учета сочетаемости экономических рычагов, готовности их к использованию, диапазона их эффективности, оптимальности перераспределения ресурсов между ними.

В результате циклического движения по рассмотренной матрице выбора и на основе результатов прогноза развития экономики региона и предприятия будет сформирована наилучшая стратегия достижения поставленной цели. Однако при ее реализации могут возникнуть причины мешающие достижению цели, либо резко ухудшающие экономические показатели развития предприятия. Тогда необходима оперативная корректировка разработанной стратегии на любом из рассмотренных уровней иерархии и переработка стратегии по мере ее реализации. Эта переработка также осуществляется за счет циклического поиска в матрице выбора. Таким образом осуществляется адаптация стратегии развития предприятия к конкретно сложившимся экономическим условиям.

#### **НЕМАТЕРИАЛЬНЫЕ АКТИВЫ В МНОГОУРОВНЕВЫХ КОМПАНИЯХ И УНИВЕРСИТЕТСКИХ КОМПЛЕКСАХ**

Степанова Е.Ю., Поландова Л.И.

*Орловский государственный технический университет, Орел, Россия*

Экономика России постепенно встает на инновационный путь развития. Это означает, что страна переходит к интеллектуальной экономике. Знания воплощаются в новые технологии, технику, оборудование, приборы, материалы. Таким образом, можно сказать, что любая инновация начинается с нематериальных активов, основанных на знаниях. Нематериальные активы становятся одной из наиболее важных составных частей активов предприятия.

Еще лет тридцать тому назад по оценкам специалистов интеллектуальная составляющая в стоимости продукции составляла около 3 %, а теперь уже 35 %. Аналитики прогнозируют к 2010 году рост этого показателя до 65-70 %.

На долю новых или усовершенствованных технологий, продукции, оборудования, содержа-

щих новые решения, в развитых странах приходится от 70 до 85%, а по некоторым оценкам экспертов и до 95% прироста ВВП.

Интенсивность инновационной деятельности сегодня во многом отражается на уровне экономического развития. Страны, которые обеспечивают благоприятные условия для инновационной деятельности, выигрывают в глобальной экономической конкуренции.

Вопрос глобальной конкуренции и ее результатов мы здесь не обсуждаем, но заметим, что это явление видно невооруженным глазом на бытовом уровне: практически все механизмы, бытовая, аудио-, видеотехника, бытовая химия, автомобили, компьютерная, мультимедийная техника и многое другое является в большинстве случаев продукцией крупнейших транснациональных корпораций, которые вытеснили отечественного производителя; всемирная паутина открыла почти все границы, сняла многие территориальные, государственные и иные ограничения на получение информации практически в режиме реального времени.

За рубежом давно оценили важность и существенность нематериальных активов для функционирования компаний в конкурентной среде. Так, например [1], рыночная стоимость нематериальных активов знаменитой компании The Walt Disney, оцененная фондовым рынком, почти в 8 раз выше балансовой стоимости. По методике оценки Л. Эдвинсона в среднем рыночная стоимость нематериальных активов превышает балансовую стоимость материальных активов компании более чем в 4 раза. В стоимости таких компаний как Ericsson и SAP доля материальных активов составляет лишь 5 %, а рыночная стоимость компании Microsoft превышает ее балансовую стоимость в практически 30 раз.

Две трети семи триллионной рыночной стоимости открыто торгующих компаний США заключается в нематериальных активах [2], соотношение материальных и нематериальных активов составляет в British Petroleum как 29 % к 69 %, IBM – 17 % к 83 %, Coca Cola – 4 % к 96 %.

По мнению большинства аналитиков различия между балансовой и рыночной стоимостью в составе себестоимости это не результат несовершенства международных и отечественных стандартов финансового учета, а проявление новых всеобъемлющих экономических явлений, новых рыночных механизмов - знания начинают управлять миром.

Во многом это стало следствием серьезного отношения к нематериальным активам этих компаний, которые стали главным, доминирующим, определяющим ресурсом компаний в конкурентной борьбе.

Что же относят к нематериальным активам? В соответствии с действующими нормативно-правовыми актами Российской Федерации, а также зарубежным опытом, перечень нематери-