

в настоящее время еще недостаточно изучены. В данной работе выделены некоторые проблемы, возникающие при использовании существующих моделей корпоративного управления в непубличных корпорациях, а также озвучен один из вариантов направления адаптации концепции управления на основе стоимости для ее использования в частных компаниях.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. 200 крупнейших непубличных компаний. // Журнал Forbs №10 (67). Октябрь, 2009. С. 88-180.
2. Антропова Татьяна, Сухов Павел. Панацея Роберта Каплана. Как использовать Balanced Scorecard. // Ежедневник "Компания" № 47 (343) от 06.12.2004.
3. Бобошко Д.Ю. Управление на основе стоимости: проблемы применения в непубличных компаниях. // Финансы и кредит. Сентябрь № 34. 2009 г. С.52-58.
4. Ибрагимов Рауф. Управление по стоимости как система менеджмента. // Портал «Корпоративный менеджмент». 22.09.2004 URL: [http://www.cfin.ru/management/finance/valman/vbm\\_as\\_system.shtml](http://www.cfin.ru/management/finance/valman/vbm_as_system.shtml)
5. Кузупеев А.С.. Совершенствование корпоративного управления на основе оценки рыночной стоимости крупных организаций. // Труды II Всероссийской научно-практической конференции «Современные тенденции развития теории и практики управления отечественными предприятиями». г. Ставрополь, 14-18 ноября 2008 г.. URL: <http://science.ncstu.ru/conf/past/2008/kman2/03>
6. Эшуорт Г., Джеймс П. Менеджмент, основанный на ценности (Value – based management): Как обеспечить ценность для акционеров: Пер. с англ. – М.:ИНФРА-М, 2009. – 190 с.. 2006. – 272 с.

#### **СТРАХОВАНИЕ, КАК ФАКТОР СТАБИЛЬНОСТИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РОССИИ**

Боголюбова С.А., Васильева О.Н.  
*Санкт-Петербургский государственный  
инженерно-экономический университет  
Санкт-Петербург, Россия*

Статистика и практика последних лет убедительно подтверждают, что выезды российских туристов в страны ближнего и дальнего зарубежья с целью туризма и путешествий ежегодно увеличиваются, параллельно отмечается рост числа страховых случаев. Несмотря на важность страхования выезжающих за рубеж,

существует ряд причин, которые мешают развиваться данному виду страхования в России:

Во-первых, страховая культура и платежеспособность населения пока находятся на низком уровне, государство заинтересовано лишь в некоторых страховых продуктах.

Во-вторых, недостаточно высокий уровень профессионализма работников туристских компаний, не обладающих полной информацией о возможных факторах риска.

В-третьих, недостаточно высокая активность страховых компаний по разработке новых страховых пакетов, а так же недостаточный уровень подготовки персонала в части продажи страховых полисов по выезжающим за рубеж.

В-четвертых, отсутствие юридической грамотности туриста. В большинстве случаев, подписывая страховой полис, турист не интересуется его условиями, данная ситуация приводит к появлению на рынке страховых услуг, в сфере туризма, недобросовестных страховщиков.

Для решения данных проблем необходимо:

1. Создать институциональные условия, для осуществления качественного процесса страхования.
2. Обязать на государственном уровне туристские и страховые компании начать совместную деятельность по разработке новых более дифференцированных страховых пакетов, в соответствии с особенностями функционирования туристской отрасли.
3. Обязать туристические и страховые компании просвещать туриста обо всех неблагоприятных ситуациях, с которыми он может столкнуться, с целью снижения вероятности возникновения таковых.

Надежное функционирование и дальнейшее прогрессивное развитие туризма в России, реализация его социальных, экономических и других общественно полезных функций возможно лишь при надлежащем обеспечении его безопасности.

#### **ВНЕШНИЙ И ВНУТРЕННИЙ МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ ПРИ УПРАВЛЕНИИ**

**УГЛЕВОДОРОДНЫМИ ПРОЕКТАМИ**  
Пельменёва А.А.  
*Российский государственный университет  
нефти и газа имени И.М. Губкина  
Москва, Россия*

Современный рынок углеводородов и продуктов их переработки является развитым в