

лить структуру издержек системы и выявить основные резервы их экономики. Это дает возможность высшему звену управления сделать выбор между альтернативными проектами, разрабатываемыми тренинг консалтинг центрами.

Бурное развитие компьютерной техники и информационной технологии создает основу для непрерывного совершенствования информационной системы ТКЦ. Однако между признанием тренинг консалтинг центров в качестве основы управлеченческой философии малого- среднего бизнеса и созданием эффективной компании лежит долгий и трудный путь. Таким образом, следует особо обратить внимание на голландский опыт создания и функционирования ТКЦ, которые при правильной постановке дел не становятся виртуальными компаниями, отгораживающими от остальной экономики страны, а превращаются в локомотивы экономического роста региона и государства в целом, играя для них роль своеобразного "катализатора идей".

ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ ЦЕН И ДОХОДОВ НА ПОКУПАТЕЛЬНУЮ СПОСОБНОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ ЧЕЛЯБИНСКОЙ ОБЛАСТИ

Верзакова Е.А.

*Южно-Уральский государственный университет
в г. Златоусте
Златоуст, Россия*

Способность потребностей изменяться под влиянием дохода и других факторов называется **эластичностью**. Спрос на товары на рынке эластичен, изменчив, подвержен влиянию различных социально-экономических факторов, в первую очередь – цены и дохода.

В работе приведены расчеты двух вариантов эмпирических коэффициентов эластичности, каждый из них несет свою смысловую нагрузку и позволяет делать определенные выводы. Для расчета коэффициентов эластичности были условно приняты цены на основные продукты питания по г. Челябинску в декабре 1995г. и 2006 г., величина потребления продуктов питания и среднедушевой доход – в среднем по области.

Спрос на продовольственные товары, как правило, является малоэластичным; при этом коэффициент эластичности, характеризующий зависимость спроса от цены или дохода, по модулю меньше единицы.

Ценовую эластичность спроса в большей мере характеризуют коэффициенты эластичности, рассчитанные как **процентное изменение потребления товара в зависимости от изменения нормированных цен** (т.е. выраженных как доля цены в доходе).

Расчеты показали наличие существенной дифференциации эластичности спроса между товарами. Спрос на молоко и молочные продукты, яйца, хлебные продукты, овощи и бахчевые

неэластичен. Так, при росте цен на один процент, спрос уменьшается: молоко и молочные продукты – 0,02 процента; овощи и бахчевые – 0,04 процента; хлебные продукты – 0,07 процента; яйца – 0,2 процента.

В то же время, при росте цены на один процент, спрос на следующие товары уменьшается гораздо значительнее: сахар – 0,4 процента; мясо и мясопродукты – 0,7 процента; масло растительное – 0,9 процента; фрукты – 1,3 процента.

Коэффициенты эластичности, рассчитанные как **процентное изменение потребления товара при изменении покупательной способности**, показывают зависимость спроса от совокупного влияния факторов дохода и цен. При росте покупательной способности (вследствие роста среднедушевого дохода или снижения цен) на один процент покупка увеличивается: молоко и молочные продукты – 0,005 процента; овощи и бахчевые – 0,01 процента; хлебные продукты – 0,02 процента; яйца – 0,05 процента; сахар – 0,1 процента; масло растительное – 0,16 процента; мясо и мясопродукты – 0,4 процента; фрукты – 0,5 процента.

Вывод: спрос на продовольственные товары является малоэластичным. При росте цен спрос практически не уменьшается на молоко и молочные продукты, яйца, хлебные продукты, овощи и бахчевые; более заметно уменьшается на сахар, мясопродукты, масло растительное, фрукты. При росте покупательной способности спрос на молоко и молочные продукты, яйца, хлебные продукты, овощи и бахчевые практически не увеличивается; незначительно увеличивается на сахар, мясопродукты, масло растительное, фрукты.

Следует отметить, что спрос на определенный вид продуктов зависит не только от цен на данный вид продуктов, но и от цен на другие виды продуктов. Распространенным методом выявления такой зависимости является расчет эмпирического **коэффициента перекрестной эластичности**, который характеризует эластичность структуры спроса, вытеснение одного товара другим под воздействием ценового фактора.

В работе были рассмотрены зависимости спроса от цен на хлебопродукты, масло растительное, мясопродукты и молочные продукты и получены следующие **выводы**: коэффициент перекрестной эластичности, показал, что наиболее зависимым спросом не только от цен на данный вид продуктов, но и от цен на другие виды продуктов является спрос на масло растительное, мясопродукты, хлеб и хлебопродукты.

Спрос на масло растительное наиболее эластичен из анализируемых товаров. Особенно резко возрастает спрос на масло растительное (на 24,3%; 10,5%; 7,7%; 6,7% соответственно) при увеличении на один процент цен на молочные продукты, мясопродукты; овощи, хлебопродукты; в меньшей степени – на яйца. Таким образом, **рост цен на молочные продукты, мясопродук-**

ты, овощи и хлебопродукты является одной из причин увеличения потребления масла растительного.

Спрос на хлебопродукты наиболее значительно (на 3,6%; 1,6% и 1,2% соответственно) растет при увеличении на один процент цен на молочные продукты, мясопродукты и овощи; в меньшей степени – на яйца и масло растительное.

Таким образом, **рост цен на молочные продукты, мясопродукты и овощи является одной из причин увеличения потребления хлеба и хлебопродуктов.**

Зависимость спроса на мясопродукты от цен на него и на другие основные продукты выглядит совершенно другим образом. Спрос на мясопродукты является малоэластичным, достаточно значимо на него влияет только рост цен на молочные продукты (на 2,3%).

Следовательно, **одной из причин увеличения потребления мясопродуктов является рост цен на молочные продукты.**

Спрос на молочные продукты является малоэластичным, определенное влияние на него оказывает рост цен на мясопродукты, овощи и хлебопродукты, но оно очень незначительное.

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ СОЧИНСКОГО КОРПОРАТИВНОГО ГОСТИНИЧНОГО СЕКТОРА В ПРЕДВЕРИИ «ОЛИМПИАДЫ-2014»

Григорьян В.М., Калягина Е.В.
Сочинский Госуниверситет туризма и курортного дела

В соответствии с Федеральным законом Российской Федерации «Об организации и о проведении XXII Олимпийских и XI Паралимпийских зимних Игр 2014 года в г.Сочи» необходимо создать инфраструктуру проведения Игр. Предположительно необходимо построить 243 олимпийских объектов, в т.ч. 20-спортивных, 47-транспортных, 59-инженерных, 22 градостроительных, 33-туристических и др.

Как видно, создаваемая инфраструктура охватывает целый ряд аспектов. Пока, в первом варианте, предполагается инвестировать 314 млрд. рублей бюджетных средств, Большая часть этих средств будет выделена на строительство спортивных объектов, на транспортную и на инженерную инфраструктуру. Планируется привлечение значительных инвестиций за счет частных инвесторов. Их средства предполагается направить, в основном, на строительство объектов размещения туристов.

В число гостиниц, которые необходимо построить к началу Олимпиады, в подавляющем большинстве входят 4-х и 5-ти-звездочные отели. На сегодняшний день число мест наибольшего развертывания в гостиницах и в санаториях, которые можно временно приспособить под гости-

ницы, составляет около 70 тысяч. Это данные статистической отчетности, куда, естественно, не входят мини-отели, большинство из которых сегодня даже не имеют лицензии. Нужно отметить, что на аналогичных Играх число спортсменов, журналистов, официальных лиц и туристов, составляет 400-500 тысяч человек, которых необходимо обеспечить жильем, в среднем, на 10 дней каждого.

В рамках Федеральной целевой программы планируется построить отелей более чем на 25 тысяч мест. Ориентировочно, это 5-тизвездочные отели – на 2 тысячи мест, категории четыре звезды – на 10 тысяч мест и трехзвездочные – на 13 тысяч мест. В эти объемы не включены дополнительные возможности Адлерского и Центрального районов Большого Сочи, без участия которых полноценное обслуживание горнолыжного курорта будет невозможно. Строительство средств размещения, как уже отмечалось выше, относят к коммерческим проектам и реализация этой части Программы будет происходить за счет частного капитала.

На реализацию проектов предоставлено всего 5 лет. За это время предстоит создать предприятия с высоким уровнем сервиса. Отметим, что сегодня предприятия гостиничной инфраструктуры, функционирующие на территории Адлерского района г. Сочи, либо не имеют категории, либо соответствуют категории 3 звезды.

На создание предприятия с высоким уровнем сервиса, включая работу по внутренним стандартам качества, необходимо от 3 до 5 лет. В большинстве случаев у инвесторов не будет этого времени. Им необходим эффективный способ краткосрочного развития гостиничных проектов. Это особенно актуально по причине последующего использования всех создаваемых объектов и полномасштабного развития курорта. Олимпиада – очень крупный объект, имеющий высокий коэффициент мультипликации, который дает толчок развитию экономики не только Краснодарского края, но и всей России. По расчетам ряда экономистов к 2015 году в Сочи будут приезжать до 7 миллионов туристов ежегодно.

Создание гостиничных предприятий с использованием опыта мировых гостиничных сетей, на основе корпоративных стандартов – это самый эффективный способ не только в инвестиционной сфере, но и для создания имиджа мирового курорта.

Экономическую эффективность, во-первых, можно рассматривать с точки зрения обусловленной нормы доходности, которая достигается посредством создания полноценного гостиничного комплекса с развитой внутренней инфраструктурой. Доходность каждого взаимосвязанного подразделения корпоративного отеля дополняется и компенсируется друг другом на основе замкнутого цикла обслуживания.