

Решение задач фирменной торговли и обеспечение эффективности ее функционирования требует проведения целенаправленной деятельности по изучению рынка. Предприятие-производитель для принятия решений по выработке продукции в планируемом периоде должно обладать объективной информацией о состоянии рынка сбыта, о происходящих на нем изменениях, об отношении потребителей к продукции фирмы, пожеланиях по изменению качества, цены, функциональности товар, наличии конкурентов на рынке сбыта, их слабых и сильных сторонах. Словом, для успешной работы фирма должна хорошо знать конъюнктуру рынка, на котором она реализует свой товар. А поскольку конъюнктура рынка явно изменяется, то и ее изучение должно носить постоянный, системный характер. Обычные магазины не могут заниматься изучением покупательского спроса ради одного из своих поставщиков, поскольку на это требуются средства и специалист, который мог бы провести исследование на должном уровне.

Сеть фирменной торговли способствует своевременному реагированию предприятия на изменения, происходящие на рынке с тем, чтобы, с одной стороны, определять наиболее перспективные направления развития производства, другой стороны, через свою фирменную торговлю производитель участвуют в формировании спроса населения, так как в магазинах фирменной торговли больше возможностей для представления покупателям новых товаров и услуг, а квалифицированные продавцы и консультанты могут не просто предложить товар, но и подробно рассказать о его преимуществах перед другими видами продукции, о способах его приготовления или использования.

Е.А. Бортник
БГЭУ (Минск)

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ

Изменения политической карты мира в начале 90-х существенно повлияло на развитие международного туризма. Создание Европейского Союза со свободным передвижением товаров, услуг и людей, с унификацией налоговой политики и урегулированием транспортных потоков создало благоприятные условия для развития туристской индустрии в этом регионе. Открытие границ и переход к рыночной экономике стран СНГ и Восточной Европы предопределило увеличение туристских потоков из этих стран на Запад. А многие страны Восточной Европы стали ведущими по приёму гостей, например Венгрия, Чехия, Словакия. Международные туристские связи стали составной частью общего процесса интернационализации социально-экономических отношений.

Индустрия туризма многогранна. Большое количество предприятий, фирм и организаций участвует в обслуживании туристов. Возникновение туристического бизнеса связано с возможностью расширения предложений гостинично-ресторанного обслуживания, а также в связи со строительством новых крупных туристских и курортных центров. Вовлечение организаций, предприятий и фирм, предоставляющих различные услуги, в сферу туристского обслуживания, комплектация разнообразных туров со специальным набором услуг - одно из основных направлений развития туристического предпринимательства.

В международном туризме действует множество туроператоров, занимающихся разработкой туристских маршрутов и комплектацией туров, которые реализуются туристскими агентствами. Сегодня такие фирмы представлены на мировом рынке в виде мелких, средних предприятий и в виде крупных корпораций.

Путем укрупнения отдельных производственных единиц и сосредоточения в рамках монополистического объединения большого числа предприятий образовались крупнейшие гостиничные комплексы, которые, используя автоматизированные системы управления и распределения гостиничного фонда, создают так называемые гостиничные цепи. Образование гостиничных цепей позволяет продвигать на мировой рынок гостиничных услуг высокие стандарты обслуживания, такие, как питание в ресторане при гостинице, предоставление залов для проведения конференций и совещаний, приобретение билетов на транспорт, оформление автопроката и вызов такси, обеспечение театральными, экскурсионными и другими билетами, предоставление коммунально-бытовых услуг, организация спортивных игр и развлечений, предоставление туристской и другой информации, торговля сувенирами и прочими товарами, приобретаемыми туристами.

Всего в мире насчитывается около 100 таких гостиничных цепей, которые по сфере своей деятельности и масштабам являются транснациональными компаниями. Самой крупной гостиничной компанией мира «Холидей инн» (США) принадлежит 1755 гостиниц в 50 странах. На втором месте - другая американская гостиничная цепь «Шератон» имеет 418 гостиниц в 52 странах.

Для того, чтобы противостоять конкуренции, гостиничные компании объединяются в консорциумы. Концепция гостиничного консорциума в последние годы стала очень популярной, так как позволяет значительно уменьшить расходы на проведение маркетинговых исследований, приобретение оборудования и использование компьютерной системы бронирования (КСБ), которая позволяет непосредственно агентам забронировать требуемый номер. Крупнейшим гостиничным консорциумом является американская гостиничная цепь «Бест Вестерн Интернэшнл», имеющая 3350 гостиниц и 270 тыс. номеров. В Европе самым крупным владельцем гостиничных консорциумов является Франция.

Еще одной характерной особенностью развития международного туризма на современном этапе является проникновение в туристский бизнес транспортных, торговых, промышленных, банковских, страховых и других компаний.

Транспортные компании, имея свои собственные базы, предоставляют комплекс услуг индивидуальным туристам. Наиболее активны в этом отношении авиационные компании, имеющие собственные гостиничные комплексы. Так, американская авиакомпания «ТВА» приобрела гостиницы корпорации «Хилтон» и создала новое объединение «Хилтон Интернэшнл», а одна из крупнейших гостиниц «Уэстерн Интернэшнл» принадлежит авиакомпании «Континентал Эйрлайнс». Практически все западно-европейские авиакомпании имеют авиа charterные и туроператорские фирмы, которые не только являются владельцами гостиничных баз, а так же организуют обслуживание туристов на основе деловых отношений с другими предприятиями на обычных условиях туроператора. Во Франции авиакомпания «Аэр Франс» основала туристскую фирму «СОТЭР», которая сейчас занимает второе место среди французских туроператоров. Авиакомпания «УТА» и «Аэр Франс» совместно участвуют в капитале туристской фирмы «СФТА». Швейцарская авиакомпания «Суисэр» участвует в капитале крупнейшего туроператора страны «Куони», английская авиакомпания «Бритиш Аэруэйс» владеет двумя туристскими фирмами «Соуврин» и «Энтерпрайс», скандинавская авиакомпания «САС» владеет туроператорской фирмой «Сканэйр». Но существует и процесс приобретения туристскими компаниями авиакомпаний. Так, в Англии крупнейшая туроператорская фирма «Космос турс» владеет авиакомпанией «Монарэк Аэруэйс».

Активно внедряются в международный туристский бизнес судоходные компании, организующие круизы. Французская судоходная компания «Компани Женераль Транс-

атлантику) имеет гостиницы на Корсике и участвует в капитале крупной гостиничной цепи «Франтель». Государственной железнодорожной компании «СНСФ» принадлежит туроператорская фирма «Ваканс» и гостиничная цепь «Сюффрен ла тур».

На современном этапе консолидация капитала находит выражение и в деятельности крупнейших торговых и туристских компаний. Например, в Германии торговая фирма «Карштадт», владеющая крупными универмагами, приобрела всемирно известную торговую фирму «Неккерман», занимавшуюся в основном посылочной торговлей. В результате была создана корпорация «Карштадт-Неккерман». В туристский бизнес проникла и другая широко известная в Германии торгово-посылочная фирма «Квелле». В Англии операция по предоставлению туристских услуг осуществляет «Глобал тур», дочерняя фирма крупнейшей торговой компании «Грейт юниверсал сторс».

Существенно усилилось проникновение банков и страховых компаний в туристическую индустрию. Они приобретают контрольные пакеты специализированных оптовых туристских фирм, туроператоров и превращают их в свои дочерние предприятия. Например, во Франции банку «Креди Агриполь» принадлежит туристская фирма «Буаж консей», государственному банку «Кэсс сэнтраль дю креди коммерсьяль эндюстриель» принадлежит гостиничная цепь «Франтель» и крупная туристская фирма «Франсуаяж».

В последние годы заметно увеличился поток инвестиций в индустрию туризма. Основным зарубежным заемщиком является Международный банк реконструкции и развития. Его деятельность направлена на финансирование совместных проектов с применением экспортных кредитов. Банк поощряет учреждения, страхующие кредиты в странах потенциальных поставщиков, выдает гарантии преимущественно конкурентоспособным поставщикам, выбранным, по тендеру.

Европейский инвестиционный банк (ЕИВ) финансирует развитие туризма в Европе, оказывая посреднические услуги, субсидируя разницу процентных ставок за счет ресурсов, получаемых на международных кредитных рынках по предпочтительным процентам. Например, ЕИВ финансировал строительство туннеля под Ла-Маншем, сооружение Диснейленда в Париже, реконструкцию аэропортов Франкфурта, Мюнхена и Гамбурга в Германии и аэропорта «Стансед» в Великобритании.

Для поддержания экономической стабильности, роста туристской индустрии и увеличения притока иностранной валюты создаются международные, региональные и национальные организации. Международные туристские организации представляют государственные интересы стран мира и содействуют развитию мирового туризма. Всемирная туристская организация в своей деятельности концентрируется на информативном продвижении туризма, расширении его значимости и преимуществ, а также создании новой материально-технической базы. Организации стремятся упорядочить действия различных наций в туризме путем разработки и введения определенных принципов в области международного туризма. ВТО является основным представителем туризма в ООН и действует как самый авторитетный орган в мировом туризме. Кроме того, ВТО разрабатывает международные документы (акты), следит за их исполнением и за реализацией уже существующих правил.

Существуют также другие международные организации, так или иначе связанные с туризмом, например Международная ассоциация воздушного транспорта (IATA) и Международная организация гражданской авиации (ICAO), членами которой являются 183 государства.

Национальные и региональные организации создаются с целью организации обмена и контактов между специалистами разных стран, с целью разработки туристской политики в научных центрах и с целью активного лоббирования своих интересов в международных организациях.

Анализируя современное состояние мировой туристской индустрии можно сделать следующие выводы:

- туризм – это крупнейший сектор экономики, на который постоянно влияет экономическая и политическая ситуация в мире;
- несмотря на наличие кризисных явлений происходит существенное инвестирование капитала промышленных, торговых, финансовых, транспортных, страховых и других организаций в международный туристский бизнес;
- происходит концентрация товаров и производства услуг в туризме;
- современное состояние основных сегментов индустрии туризма: транспортной сети, предприятий гостиниц и ресторанов, различных туристских организаций можно оценить как прибыльный и перспективный бизнес;
- в туристскую индустрию интенсивно внедряется автоматизация, что делает туризм сферой международных информационных технологий и процессов;
- происходит прямое инвестирование в туристский сектор как со стороны международных организаций, так и со стороны частного сектора;
- растет роль международных, региональных и национальных туристских организаций, которые вносят вклад в развитие мирового туризма и проводят протекционистскую политику в рамках отдельных стран и регионов.

Международный туризм помимо существенного экономического значения играет большую роль в расширении границ взаимопонимания и доверия между людьми разных религий, традиций и культур. Его деятельность не ограничивается только торговлей товарами и услугами, расширением их рынков сбыта, поиском новых торговых партнеров. Она направлена также на установление взаимоотношений между гражданами разных стран для гарантии безопасности и сохранения мира.

И. С. Бука
БРИ (Рига)

МЕЖДУНАРОДНЫЕ НАЛОГОВЫЕ КОНВЕНЦИИ В ПРАКТИКЕ НАЛОГОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ

Использование оффшорных зон в международном налоговом планировании (МНП) непосредственно связано с ведением предпринимательской или финансовой деятельности на территории нескольких государств.

Обложение прибыли компании сопоставимыми налогами в стране получения дохода и регистрации за один и тот же период времени привело к возникновению двойного налогообложения и, как следствие, к увеличению налоговых платежей. Национальные налоговые системы большинства стран комбинируют принцип территориальности и резидентства, облагая доходы резидентов на основе неограниченной налоговой ответственности, а доходы нерезидентов - только из источников на территории данного государства.

Конвенции об избежании двойного налогообложения заключаются именно для регулирования отдельных случаев двойного налогообложения и зачастую рекомендуются для использования в налоговом планировании. Однако очень редко анализируются те ограничения, которые связаны с их применением в практике налогового планирования. По сути, главной задачей таких соглашений является урегулирование негативных последствий двойного налогообложения.

К 2001 году Россия (РФ) имела 58 конвенций с учетом всех договоров, перенятых от бывшего СССР. Латвийская Республика (ЛР) не переняла ни одной конвенции