

UDC 33
LBC 65

Editors

Natalya Krasnova | Managing director SPO “Professional science”

Yulia Kanaeva | Logistics Project Officer SPO “Professional science”

International Conference on Recent Trends in Marketing, Accounting, Business, Economics and Tourism: Conference Proceedings, February 28th, 2017, Amsterdam, Netherlands: Scientific public organization “Professional science”, 2017. 184 p.

Presenters outline their work under the following main themes: Marketing, Accounting, Business & E-Commerce, Trade, Economics and Finance, Tourism, Banking, Business Law, Business Education

The conference is well attended by representatives from more than 20 universities from 5 different countries all over the world and with participation of higher education institutional policymakers, governmental bodies involved in innovating HE, deans and directors, educational innovators, university staff and umbrella organizations in higher education.

www.scipro.ru

UDC 33
LBC 65

ISBN 978-1-370-86647-2



© Article writers, 2017

© Sole proprietorship N.A. Krasnova,
2017

© Publisher: Smashwords, Inc., USA

All rights reserved

TABLE OF CONTENTS

SECTION 1. MARKETING	3
DUDKINA O. BIOSOCIAL ASPECTS OF MANAGING A SERVICE ORGANIZATION	3
FEDOROVA S. V. THE BRAND PLATFORM AS THE BASIS FOR THE EFFECTIVE MANAGEMENT OF BRAND TORUS (FOR EXAMPLE, REGIONAL TRADE MARKET VOLGOGRAD REGION)	10
SECTION 2. ACCOUNTING	18
PONOMAREVA S.V., MERZLIAKOVA N.A. THE FAIR VALUE INVESTMENT PROPERTY ACCOUNTING MODEL	18
SECTION 3. BUSINESS & ECOMMERCE	25
PETECHEL T.A., REKEDA A.S. TAX PROBLEMS OF E-COMMERCE: INTERNATIONAL EXPERIENCE AND RUSSIAN PRACTICAL ACTIVITY	25
SECTION 4. TRADE, ECONOMICS AND FINANCE	35
DOVBY I.P., MITROFANOVA I.V., SHKARUPA E.A. STATE SUPPORT OF BUSINESS IN AGRARIAN AND INDUSTRIAL COMPLEX: PROGRAM AND TARGET APPROACH	35
GONENKO D.V., SAFRONOV I.V., KALMYKOV N.N., KLYUKIN A.I., MOLOTKOV S.N., CHERNYAEVA I.V., SHESTAKOV M.V. ON THE IMPLEMENTATION OF THE RUSSIAN FEDERATION, "THE DEVELOPMENT OF THE INDUSTRY AND INCREASE ITS COMPETITIVENESS" OF THE STATE PROGRAM: ARCHIVE FOR 2014.	54
KOSMAROVA N.A. GLOBALISATION AND WELFARE ACROSS THE GLOBE	72
KUCHERENKO M. THE DIFFUSION OF INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN THE FIELD OF TOURISM	80
KURAMETOVA M. ADAPTATION OF THE INTEGRATED MANAGEMENT MODELS OF INNOVATIVE PROCESSES	89
MALYGINA T.Y., MELNIKOVA T.F. FEATURES OF INNOVATION IN THE MARKET OF DENTAL SERVICES	97
MOROZOVA N.I. LOCAL GOVERNMENT AS THE BASIS FOR THE PROCESS OF DEMOCRATIZATION OF SOCIETY AND IMPROVE THE QUALITY OF LIFE	103
SHER M.L., DUDNIK D.V., OPRYSHKO E.L., KOVALEVA O.V., MIRONOV L.V. SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT AND LAND MANAGEMENT IN MODERN CONDITIONS	112
SECTION 5. TOURISM	124
BORODAI V. FEATURES INNOVATIVE TRENDS IN TOURISM DEVELOPMENT	124
KABIROV I.S. TENDENCIES OF DEVELOPMENT OF MACRO-REGIONAL TOURIST MARKETS	130
MUHAMEDKARIMOVA L. THE EFFECTS OF THE UNIVERSIADE IN KAZAN	138
NADUTKINA I.E., KOMPANIETS S.A. PROBLEMS OF TOURISM PROMOTION OF THE BORDER REGION: EFFECTIVE ADVERTISING	153
NOVIKOV A.V., SUMARUKOVA O.V. A RANGE OF SOCIO-ECOLOGICAL ISSUES IN TOURISM	164
SECTION 6. BUSINESS EDUCATION	167
BORODAI V. INSTITUTIONAL DISSONANCE AS A FACTOR IN THE LOW EFFICIENCY OF EDUCATIONAL INVESTMENT	167
KISELEVA A. IMAGE OF COMPREHENSIVE SCHOOL: A GENDER PERSPECTIVE	173

SECTION 1. MARKETING

UDC 33.338

Dudkina O. Biosocial aspects of managing a service organization

Dudkina Olga

candidate of sociological Sciences,
associate Professor of "Service, tourism and hospitality industry",
Of the "Donskoy State Technical University" (DSTU)

Abstract: For organizations of sphere of service, due to the peculiarities of construction and operation of the business, especially characteristic of the variety of talents and capabilities among employees. Working in the service people are different biologically and socially. When the management style is changing, the employees of the organization, while in stress, can change its social nature and start acting more bioavailable, that is, in accordance with their primitiveness – biological entity.

Keywords: biosocial object, primitiveness, the style of leadership.

Management of a modern organization is multifaceted and uniquely interpreted. Around how to manage people, created a lot of theories and various practices. In management one of the most frequently discussed topics is the preference of leadership styles – authoritarian, democratic, liberal... Sometimes other options – types of the modern leader. But all this discussion and so many of the management theories can only be explained by the fact that management sees the person as a social being and therefore, always following his social programs [1]. But it's too primitive perception of reality to manage, and it would be easy if it were so in reality.

However, any Manager of a service organization, even with little management experience (and this Director feels it on himself most of all) can attest to one simple thing: management leadership of the organization of sphere of service, in its classic version, does not always work. Why is this happening? This is due to the fact that for companies of sphere of service because of the peculiarities of construction and operation of the business, especially characteristic of the variety of talents and capabilities among employees. But working in the service people are not just

differentiate in potential, they are different biologically and socially. Any person is the object of biosocial. And "bio" in this case is in the first place.

Classical management knows how to work only with the social part of man, but the biological part of it cannot work. But this does not mean that the management is useless. In order for the management began to work, one must first "turn off" or "mute" the "biological" in the behavior of people of a certain type. And it can be done only when you know what it is. If the person is a biosocial object, it is necessary to understand what is more prevalent social or biological? Really, it all depends on the situation and the individual. But at the same time, biological is still stronger, and only satisfying it, people can be social in full. We can think of high matters, only when fed, and otherwise thinking about high matters slow down and descend to the level of "something to eat". The usual story, as reflected in Maslow's pyramid of needs, i.e. just as you meet some of the needs of the situation and appears a concrete possibility to implement other, higher needs. It is directly connected with the management.

When we become leaders in the new organization or, even harder, climb the corporate ladder in your organization, we are faced with the hierarchy. This hierarchy has its own laws that are important to know to become a real leader, not the formal head [2]. In every hierarchy has its own rigid system, where the top dominant, below are the subdominant and then all the rest. At the very bottom of the hierarchy are the "rulers" is not an insult – it's such the role of the line Manager in the hierarchy, incidentally, is very important for the survival and development of the hierarchy. The feature of hierarchy is that it is everywhere where more than one person, you have it on your work, in your family, among friends, everywhere. And that's absolutely normal. But not everywhere it has a clearly defined rigid structure. The smaller social environment, and the less vital the resource, the hierarchy stiffer the more it is expressed. In the service industry as a service organization, as a rule a small business which involves a small team, and therefore, the hierarchy is something that faces every

member of the organization every minute. The rigid hierarchy in prison, the army and criminal organizations [3].

If there is no external pressure (there is no scarcity of any resource), then that hierarchy is not seen clearly and not acting tough, but she is everywhere. It is a way of existence of mankind as a biological species. If there are any external or internal problem, the hierarchy appears. The hierarchy manifests itself in all transition States, in times of stress. The arrival of a new leader or the appointment of a colleague for the position of head is stress. Stress because disturbed the usual peace and it is unclear what to expect from the new leader. And then people who were previously quite social, and can start to behave in very biological, that is, according to the laws of hierarchy and in accordance with their primitiveness – biological entity [4]. Primitiveness is an indicator that shows how much in human behavior manifested the innate instincts - the herd instinct, the instinct of procreation and the survival instinct. Highly primitive people in their behavior are mainly based on instincts. Low primitive, rational people in their behavior are based mainly on the mind and logical reasoning. Most people when making decisions rely on instincts and intelligence. But the balance of the mind instincts may be different. Primitiveness is a way of human behavior under stress. It is a genetic property that does not change during life, it is a given, as hair color – how could we not painted, their hair will show itself. Same thing with the primitiveness, it does not disappear during the life, therefore it is necessary to understand your primitiveness and be able to work with it.

Primitiveness is not bad and not good, that's a given. All people can be divided into highly primitive people and low primitive. In normal stable conditions, these men differ little from each other, all behave socially. But with the emergence of stress primitiveness is shown.

This explains the change in the behavior of people in the 90-ies, some just appeared primitiveness. How to distinguish between people with different

primitiveness? Speaking about highly primitive people under stress, biological began to dominate over social. Low primitive people under stress began to dominate social over the biological. Different primitiveness is just two different ways to respond to aggression. Highly primitive know how to work with aggression. You yelled, they yelled in response. And that's all. Low primitive people do not know how to work with aggression. You yelled at them, they were silent. It is very important to understand the head. It should be noted that 100% highly primitive or 100% low primitive people is rare, you can even say - pathology. It's like the two extreme points, between which the primitiveness of each of us.

For what purpose the head of service organization needs to know all this. In stress in the hierarchy primitiveness is manifested. Where do you think there are people with high primitiveness in the hierarchy? Right, in the centre hierarchy the subdominant, and, surprisingly, at the bottom – “the rulers”, they are also highly primitive people. Low primitive people often make the top of the hierarchy. Sometimes in rigid hierarchies, they can be in the center, the social they have too much, on the bottom they can be tighten by “lines”.

When in organization comes a new head, that is dominant, in the hierarchy arises stress, because it is not clear what will happen, and so people begin to behave primitive [5]. People with low primitiveness, in which the social "I" more biological, taking the new head because it is socially. With them you never no problems, you don't need them to prove that you are dominant. You – the boss, and that's enough. But people with high primitiveness will manifest itself in another way, you have to prove them that you are dominant. As highly primitive people in stress have strong biological beginning, so to prove your dominance you need biologically, that is, you must show that you are stronger. You must show that you're the boss, and only you can punish or reward. By the way, that's why when you become a leader, highly primitive people sabotaging your orders, they are waiting for you reaction, as from dominant, that is, punishment.

Therefore, no soft measures and the more words (social tool is very effective for low primitive people), don't work here. You are faced with biological, it only understands "power", so it is important to punish those employees that have not complied with your instructions. You do it for them, that they should believe you – dominant, and that the entire hierarchy is well and you can relax. The application of punishment you unplug the primitiveness. You relieve them of the stress and return back to the social life. But the punishment must be reasonable and adequate, and, most importantly, understood by all staff members (hierarchy), so you set new rules of the game: what is possible and what is impossible, and that will for failure, and more importantly, what will happen for the execution of instructions. It is important to give not only negative reinforcement hierarchy – what not to do, but most importantly, what you can do, that is positive reinforcement [6].

These categories are very important for low primitive leaders. Highly primitive head knows it intuitively, for him there is no issue with punishing the subordinate for the cause, but low primitive head, as a person with a strong social side of the personality, it is very difficult to punish a subordinate. Do not be afraid: punishing, you help the person to return to social life, disable his primitiveness [7].

It is interesting that to praise and punishment for people with different primitiveness should be different [8]. Highly primitive: we praise the individual, criticize – publicly. But low primitive: praise – only publicly, criticize – only individually. It is well known that the blame publicly is bad [9]. But if we criticize highly primitive man alone, he may not remember and even denied. But if we publicly mocked low primitive people – we very much hit a very fragile self-esteem. Low primitive) people will eat itself, it is not necessary to burn on it from the tank he will understand himself. And one more thing: although primitiveness is given to us at birth, it is important to work with it. Highly primitive to learn to be less aggressive. Low primitive to learn to be more aggressive, to defend themselves.

So, primitiveness is a part of us, so different in all respects. Highly primitive people change the world to the new, they are promoting new ideas. Low primitive – make the world comfortable to live in, they are the best implementers and executors. It's more like synergy, and a good leader knows how to use it, because the main thing in the assessment of leadership style, still the result of the work of the organization, which largely depends on correct assessment of employees ' potential. And to sphere of service is quite common and, in some cases, it is necessary to have a variety of abilities of the staff.

References

1. Borodai V.A. Socio-societal analysis of institutional sphere of trade in today's society: thesis for the degree of Doctor of Social Sciences. Novocherkassk, 2009
2. Borodai V.A. Crowdreclruiting as the competence assessment of applicants service company., International Scientific Review. 2017. № 1 (32). P. 46-47.
3. Borodai V.A. Increased business potential based on Business Intelligence technologies // Technology Business in Russia: Theory and practice, IV Int.. scientific-practical. Conf., (27 September 2016), Saratov: Publishing House MTC "Business Academy", 2016. – 46P.
4. Borodai V.A. Actualization of the identification elements of the service business of the corporate culture // Tourism and hospitality industry: the current state and development trends, materials of the II Intern. scientific and practical conf., Divnomorskoe, 2016. DSTU 2016. - P. 169-172.
5. Borodai V.A., Petrenko A.S. Talented rabotnikam-of benefits loyalty foundation in the service company // Summing up the year. Questions of political science, sociology, philosophy, history, economics: mezhd.nauch.-pract. Conf., (22 December 2016), Saratov: Publishing House MTC "Business Academy", 2016. - P. 266.

6. Borodai V.A. Evolution of the service management system in the XXI century: the congruence of artificial intelligence and creativity // Science Today: postulates of the past and the modern theory: V int. Scientific-Practical Conf. 2016 Saratov: Publishing House MTC "Business Academy", 2016. - P. 3-7.

7. Grekova G. A., Borovkova A. A. Innovative technologies in education Current issues of psychology and pedagogy in modern conditions // Collection of scientific papers in the international scientific-practical conference, No. 3. Saint-Petersburg, 2016. - P. 149-152.

8. Dudkina O. V., Minasyan L. A., Saga A. S. Experience in the use of information and communication technologies in conducting marketing research on the question of rendering of tourist potential of the city of Rostov-na-Donu // Proceedings of all-Russian scientific.-pract. Conf. "Culture and tourism as tools for the enhancement of human potential of the nation" national Academy of tourism Saint-Petersburg, 2016 – P. 121-128.

9. Ekenel G. E. Formation of professional competitiveness of students of tourist high school // the Subject of professional activity: development strategies and risks: materials and proc. Intern. scientific.-pract. Conf. 17-18 APR. / DSTU. – Rostov n/D, 2014. P. 298-301.

UDC 339.13

Fedorova S. V. The brand platform as the basis for the effective management of brand torus (for example, regional trade Markt Volgograd region)

Бренд-платформа как основа эффективного управления торговой марки (на примере региональной торговой марка Волгоградской области)

Fedorova Svetlana Vladimirovna

Senior Lecturer, marketing Department,
Volgograd State University

Федорова Светлана Владимировна,

Старший преподаватель кафедры маркетинга
Волгоградский государственный университет

Abstract: In the article the brand platform as the basis for the effective management of the brand, to determine its components, their content and the example of the regional brand Volgograd Region conducted an appropriate analysis. The result of Sathya is the recommendation to improve the management of trade mark.

Keywords: brand platform, management components, trademark.

Аннотация: В статье рассмотрена бренд-платформа как основа эффективного управления торговой марки, определены ее компоненты, их содержание и на примере региональной марки Волгоградской области проведен соответствующий анализ. Результатом сатьи является рекомендация по совершенствованию управления торговой марки.

Ключевые слова: платформа бренда, компоненты управления, торговая марка.

Основой эффективного управления брендом является платформа бренда, представляющая собой совокупность атрибутов (идеологических, имиджевых, вербальных, визуальных, маркетинговых), необходимых для построения узнаваемого индивидуального образа, являющихся основой концепции бренда. Жан-Ноэль Капферер в своей книге выделяет два основных инструмента бренд-платформы: отличительные характеристики бренда и позиционирование [2, с. 101].

В большинстве случаев представляют бренд-платформу в программном формате, выделяя следующие ее основные компоненты:

1. Имя бренда (нейминг) - семантическое и фонетическое значение,

включающее описание значений имени, вызываемых им ассоциаций. Это основа для формирования рекламных идей, слоганов и образов, описание которых согласуется с содержанием бизнеса, выступая основой для позиционирования бренда.

2. Визуализация бренда – логотип, шрифты, цвета логотипа, использование дополнительных цветов и их сочетаний. Включает описание использования логотипа, шрифтов, фонов, являющиеся основой для размещения рекламы бренда на информационных носителях.

3. Слоган бренда, в качестве которого выступает запоминаемая фраза, отражающая суть бренда и привлекающая потребителей.

4. Философия бренда, отражающая миссию бренда (например, социальные цели, которым служит бренд) и ценности бренда (принципы, на которых строится бизнес).

5. Описание основных групп (целевых аудиторий) потребителей бренда, необходимое для наиболее полного удовлетворения нужд и потребностей, нивелировать страхи и опасения.

6. Позиционирование бренда, сущность которого можно выразить четырьмя основными вопросами: для кого, зачем, когда и против кого? Данную модель Капферер называет «бриллиантом позиционирования» [2, с. 97]. По его мнению, позиционирование представляет собой двухстадийный процесс: во-первых, он указывает, с какой категорией бренд должен ассоциироваться и сравниваться; во-вторых, он указывает, каковы существенные отличия бренда и его смысл существования в сравнении с другими товарами и брендами этой же категории.

Проведем анализ атрибутов региональной торговой марки Волгоградской области «Сталинградские колбасы».

1. Имя торговой марки (ТМ), бренда, его семантическое и фонетическое значение представлено в таблице 1.

2. Визуализация бренда – логотип, шрифты, цвета логотипа, использование дополнительных цветов и их сочетаний.

Символ логотипа предприятия представляет собой совокупность графического изображения фигурной рамки, наименования фирмы и дескриптора: надписи в логотипе, указывающей на сферу деятельности (рисунок 1):



Рисунок 1 Логотип ООО «Сталинградские колбасы» с дескриптором

На логотипе применены два вида шрифтов: «Times New Roman» и «Arial».

Таблица 1

Анализ имени бренда

Группа критериев	Критерий	Содержание	Характеристика ТМ «Сталинградские колбасы»
1	2	3	4
Лингвистические	Фонетический критерий	Слово должно сравнительно легко произноситься, соответствовать звуковому строю конкретного языка (языков при использовании в нескольких странах или многоязычной стране)	Произносится недостаточно легко, много твердых и рычащих звуков
	Фоносемантический критерий	Вызываемые звучанием слова неосознаваемые описательные ассоциации.	Сталинградские – «тихое, быстрое, короткое» Полное название ТМ – «короткое»
	Лексико-графический критерий	Имя бренда в идеале должно транслитерироваться одинаковым количеством знаков, в независимости от используемого алфавита (для обеспечения стабильности зрительного восприятия бренда)	«Stalingradskie kolbasy» – соответствует
Содержательные	Лексический критерий	«Собственное» значение слова. Предмет, качество, действие, для описания которого используется слово	Продукция, связанная регионально и исторически с городом Сталинград
	Семантический критерий	Особенности значения, присущее конкретному слову: например, слова «учитель, педагог, преподаватель» обозначают, в принципе, один вид деятельности, но под «учителем» понимают «педагога школы», а под «преподавателем» могут иметь в виду и «педагога школы» и «педагога ВУЗа». При этом, если слово «учитель» используется и в мужском («учитель») и в женском («учительница») роде, то «преподаватель» преимущественно в мужском, что отражает уже культурно-обусловленные ожидания с «мужским» и «женским» поведением в том или другом случае.	Семантическое значение слова «Сталинград» характеризуется полисемичностью – то есть наличием у слова разных, но исторически связанных значений (значения разные, но есть общий семантический элемент»), например: 1. Название города Волгоград в 1925–1961 годах. 2. Тяжелый крейсер типа «Сталинград». 3. Астероид в Солнечной системе. 4. Документальный фильм о Сталинградской битве, СССР. (1943) 5. Фильм режиссёра Фёдора Бондарчука (2012) 6. компьютерная игра по сюжету Сталинградской битвы. 7. Станция парижского метро. 8. Термин в преферансе. В рассматриваемой торговой марке употребляется в первом значении. В сочетании со словом «колбасы» означает

			одновременно территориальную (и историческую) привязку (идентификацию по региональной принадлежности) производителя.
	Ассоциативный критерий	Содержательные ассоциации, вызываемые данным словом. Слово «учитель» имеет самую частые ассоциации «истории, математики, добрый...», а «преподаватель» - «учитель, глупый, дурак». Т.е. слово «преподаватель» является с одной стороны, более общим, «родовым», по отношению к «учителю», но окрашен негативно, а «учитель» воспринимается более позитивно	Противоречивые ассоциации: 1. Слово «Сталинградские»: «+» Победа, история, сила, деды, героические, медали, узнаваемые, мужество, Волга, выдержка, Волгоград, ветераны, СССР, местные, советское «-» Сталин, Гитлер, битва, война, солдаты, танки, музей, голод, горе, смерть, память, кровь, боль, страдание 2. ТМ: «+» качество, проверенное временем, местные колбасы, доверие, без консервантов, настоящие (натуральные), семья, СССР, честность, справедливость, предки, достойные, «-» дешевые (низкие цены), выбирают пенсионеры (ветераны), старые (старые технологии), неизвестные (забытые), немодные
Юридический критерий	Возможность регистрации слова в качестве торговой марки или в любом другом юридическом режиме	Не обладают способностью к защите наименования государственных и международных организаций, слова-наименования товаров и слова, указывающие на сенсорные качества товара (например, в наименовании «соленое масло» не обладают защитой по разным критериям ни одно из слов), географические названия (кроме некоторых исключений) и т.д.	Юридически не зарегистрированное, не защищенное название, так как географическое название не может использоваться в качестве ТМ.
	Отсутствие прав на слово на момент подачи заявки на регистрацию.	Отсутствие зарегистрированных или прецедентных прав на регистрируемое слово или сходных с регистрируемым «до степени смешения», т.е. слабоотличимых.	отсутствуют

Антиквенные шрифты (с засечками) типа Times, Times New Roman и Palatino – это компромисс между старым и новым. Четкие и достаточно простые, они обладают хорошо выраженной формой и округлостью, намекающей на неоклассическую традицию и преемственность. Они вызывают чувство доверия, поэтому являются фаворитами у адвокатов и уважаемых представителей традиционного бизнеса [3].

Шрифты Sans Serif (без засечек), такие как Arial, Modern и Univers, обладают малым эмоциональным зарядом и ассоциируются с практичностью и здравомыслием. Они несут в себе современное общее начало и являются надежным выбором для тех, кто жаждет гармонии и стабильности. Arial наиболее часто выбирается для личной переписки.

То есть в целом, выбранные для логотипа шрифты воспринимаются положительно.

Цвет – одна из ключевых характеристик, влияющих на узнавание и восприятие бренда. С учетом традиций, восприятие же самого цвета довольно сильно зависит от национальных и культурных стереотипов. В Европе и США существует отдельная отрасль маркетинга, специализирующаяся на выборе цвета для товаров. Потребитель товара, равно как и его производитель, находятся во власти не только национальных цветовых стереотипов, но и исторически сложившихся цветовых клише. Согласно которым бытовой технике подходит цвет металлик, парфюмерии и косметике – розовый, товарам класса премиум – черный и золотой цвета. Красный цвет – это и показатель повышенной жирности молока и повышенной крепости сигарет. И наоборот, и обезжиренное молоко, и сигареты lights продаются в пачках синего цвета.

Вместе с тем, цветовые стереотипы и предпочтения потребителей – далеко не лучший аргумент при выборе цвета бренда. По мнению аналитиков, гораздо важнее обращать внимание на то, что потребитель считает неприемлемым для

данной категории продуктов. Так, для колбасы синие оттенки неприемлемы, исследования брэндингового агентства Soldis показали, что колбасу в синей упаковке «люди воспринимают как «химическую», а колбасу в фиолетовой упаковке как отраву» [1]. Поскольку при выборе колбасы преобладают рациональные мотивы и консервативное поведение, наличие синего цвета может отталкивать потребителя. Анализ цветов большинства логотипов отечественных производителей колбасных изделий показал значительное доминирование красно-коричнево-золотистых оттенков [4].

Для размещения бренда на рекламных носителях к логотипу добавляется слоган «Победы вкус!» (рисунок 2):



Рисунок 2 Рекламный постер

Слоган «Победы вкус» неоднозначен, отсылая потребителя снова к теме Сталинградской битвы. Такое позиционирование вызывает двойственные ассоциации.

Позиционирование можно выразить четырьмя основными вопросами: для кого, зачем, когда и против кого? Данную модель Капферер называет «бриллиантом позиционирования». По его мнению, позиционирование

представляет собой двухстадийный процесс: во-первых, он указывает, с какой категорией бренд должен ассоциироваться и сравниваться; во-вторых, он указывает, каковы существенные отличия бренда и его смысл существования в сравнении с другими товарами и брендами этой же категории. В данном случае четкого позиционирования нет. Философия бренда (миссия и ценности фирмы) не сформулирована. Соответственно невозможно без четко прописанных процедур четко сформулировать политику бренда.

Таким образом, проведенный анализ позволяет сделать вывод, что наилучшим решением может быть разработка новой торговой марки, поскольку идентификация марки продукции фирмы с ее названием не совсем удачна с точки зрения восприятия потребителя. При этом необходимо учитывать структурные его элементы и источники формирования как факторы эффективного воздействия на целевую аудиторию и получению ответной желаемой реакции [5, с. 370].

References

1. Как важен цвет логотипа для успешного продвижения товаров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://shirpotreba.net/content.php?id=22>.
2. Капферер, Жан-Ноэль. Бренд навсегда: создание, развитие, поддержка ценности бренда [Текст] / Жан-Ноэль Капферер; пер. с англ. Е. В. Виноградовой; под. общ. ред. В. Н. Домнина. – Москва: Вершина. - 2007. – С. 448.
3. Психология восприятия шрифтов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://russia-sponsor.narod.ru/html/5.htm>.
4. Тематический сайт «Мясопортал»: Торговые марки колбас [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.miasco-portal.ru/torgovye-marki/>
5. Полусмакова Н.С. Структурные особенности формирования бренда // Экономика и предпринимательство. - 2016. - № 8 (73). - С. 367-370.

SECTION 2. ACCOUNTING

UDC 330

Ponomareva S.V., Merzliakova N.A. The fair value investment property accounting model

Ponomareva Svetlana Vasilievna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Department of Economic and Finance
Perm national research polytechnic university
pspon@mail.ru

Merzliakova Natalia Andreevna

Applicant
Department of Economic and Finance
Perm national research polytechnic university
plaksina13@gmail.com

Abstract: The interpretation of the concept of «fair value» analysis according to IFRS 13 «Fair value measurement» was made. The investment property fair value treatment according to (IAS) 40 was analyzed. The comparative analysis of fair value handlings by IFRS 13 and IAS 40 was made. The fair value investment property accounting model for residential and non-residential buildings, structure, land and for investment under construction or reconstruction was composed.

Keywords: investment property, fair value accounting model, fair value, The International Accounting Standard 40 «Investment property».

Accounting problems appeared at the country level and at the enterprise level after enactment of the International Financial Reporting Standards in the Russia. There are problems of lack of investment property measurement unified system and lack of software in the investment property accounting.

The investment property explored extensively in works by foreign and Russian scientist: Gerbich M., Levis M., Venmore-Rowland P. [1, P. 207-238], Wang P. [2, P. 185-201], A.D. Zelenevskaya [13, P. 94-96], A.A. Kaplin [4, P. 5-6], A.S. Koksharova [8, P. 85-88], P.N. Lihutin [5, P. 5-6], L.K. Musipova [8, P. 85-88], A.F. Mialkina [9, P. 80-86], Y.Y. Rekshinskaia [11, P. 6-8], D.V. Tihomirov [12, P. 39-80], N.M. Turbina [9, P. 80-86], A.S. Hudiakova [13, P. 94-96], A.L. Shilova [14, P.5].

Authors explored investment property measurement aspects earlier [10, P. 47-54].

For investment property accounting need to choose one of models: fair value model or cost model. This article was dedicated to the fair value investment property accounting model.

The IAS 40 «Investment property» treat the fair value in the following way: «The fair value of investment property is the price at which the property could be exchanged between knowledgeable, willing parties in an arm's length transaction. Fair value specifically excludes an estimated price inflated or deflated by special terms or circumstances such as atypical financing, sale and leaseback arrangements, special considerations or concessions granted by anyone associated with the sale». [7, P. 6]

There is not information who and how must measure investment property fair value in IAS 40: enterprise decides it.

IFRS 13 states that when measuring fair value, the objective is to estimate the price at which an orderly transaction to sell an asset or to transfer a liability would take place between market participants at the measurement date under current market conditions [6, C. 2]

Treatments are different, but there is not information who and how must measure fair value in IFRS 13 too.

Using the fair value investment property accounting model for residential and non-residential buildings, structure, land is possible to use model from figure 1.

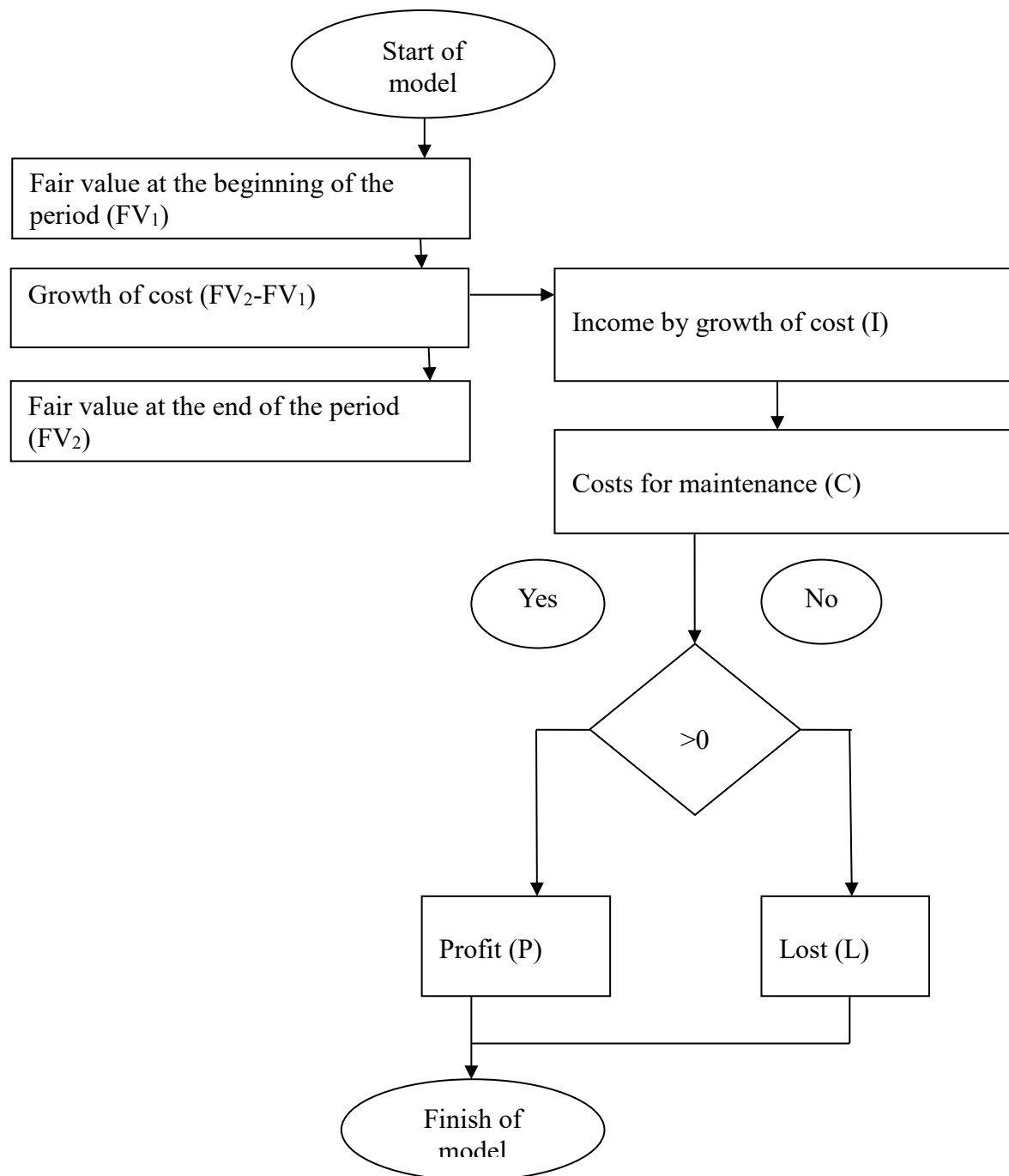


Figure 1 – The dynamic fair value investment property accounting model for residential and non-residential buildings, structure, land

The fair value investment property accounting model for investment under construction or reconstruction showed in the figure 2.

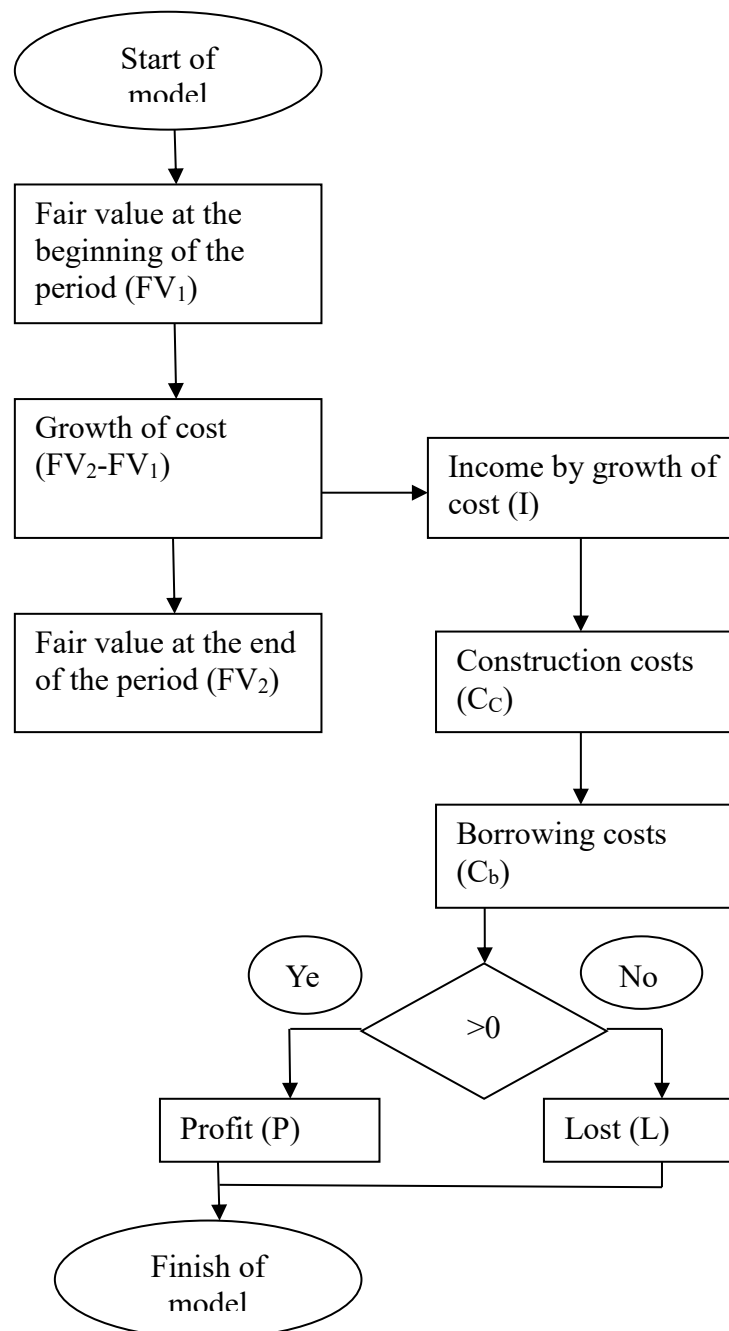


Figure 2 – The fair value investment property accounting model for investment under construction or reconstruction

Both models are dynamic, because result of investment activities can be profitable or unprofitable. The accounting investment under construction or

reconstruction differs, because it considers Construction and Borrowing costs instead Costs for maintenance.

There are problems in the topic of investment property fair value model:

- 1) the software for investment property fair value model absents;
- 2) the unified measurement system for investment property fair value absents.

References

1. Gerbich M., Levis M., Venmore-Rowland P. Property investment and property development firm performance around initial public offering and rights offerings: U.K. evidence // The Journal of Real Estate Finance and Economics. 1999. T.18. № 2. P. 207-238.
2. Wang P. Market efficiency and rationality in property investment // The Journal of Real Estate Finance and Economics. 2000. T. 21. № 2. P. 185-201.
3. IAS proposes fair value accounting for investment property // Management Accounting: Magazine for Chartered Management Accounting. 1999. T.77. №8. P. 46-47.
4. Kaplin A.A. Investitsionnaya privlekatel'nost' v sisteme upravleniya investitsionnoy deyatel'nost'yu predpriyatiya: avtoref. dis k-ta ekon.nauk: 08.00.05 - Moskva, 2008. - P. 5-6.
5. Likhutin P.N. Formirovaniye innovatsionnykh resheniy dlya payevykh investitsionnykh fondov: metodicheskiy aspekt: avtoref. dis. ... K-ta ekon.nauk: 08.00.10 - Novosibirsk, 2010. - P. 5-6.
6. Mezhdunarodnyy standart finansovoy otchetnosti (MSFO) 13 «Otsenka spravedlivoy stoimosti» (vveden v deystviye na territorii Rossiyskoy Federatsii prikazom Minfina Rossii ot 28.12.2015 № 217n, s uchetom popravok dokumentov MSFO, vvedennykh v deystviye na territorii Rossiyskoy Federatsii prikazom Minfina Rossii ot 26.08.2015 № 133n) [Elektronnyy resurs] // URL:

http://minfin.ru/ru/performance/accounting/mej_standart_fo/kons_msfo/ (data obrashcheniya: 13.11.2016 g.).

7. Mezhdunarodnyy standart finansovoy otchetnosti (IAS) 40 «Investitsionnoye imushchestvo» (vveden v deystviye na territorii Rossiyskoy Federatsii prikazom Minfina Rossii ot 28.12.2015 № 217n, s uchetom popravok dokumentov MSFO, vvedennykh v deystviye na territorii Rossiyskoy Federatsii prikazami Minfina Rossii ot 21.01 0,2015 № 9n, ot 11.06.2015 № 91n) [Elektronnyy resurs] // URL: http://minfin.ru/ru/performance/accounting/mej_standart_fo/kons_msfo/ (data obrashcheniya: 20.10.2016 g.).

8. Musipova L.K., Koksharova A.S. Investitsionnoye imushchestvo: priznaniye, otsenka i raskrytiye informatsii v finansovoy otchetnosti // Nauka i mir. - 2014. - № 3 (7). - P. 85-88.

9. Myalkina A.F., Turbina N.M. Mezhdunarodnyye i rossiyskiye aspekty ucheta investitsionnogo imushchestva // Sotsial'no-ekonomicheskkiye yavleniya i protsessy. - 2014. - №10. - P. 80-86.

10. Ponomareva S.V., Merzlyakova N.A. Otsenka investitsionnogo imushchestva promyshlennogo predpriyatiya v sootvetstvii s trebovaniyami mezhdunarodnykh standartov finansovoy otchetnosti // Konkurentosposobnost' v global'nom mire: ekonomika, nauka, tekhnologii. -2016. - № 7, p.2.- P. 47-54.

11. Rekshinskaya Y.Y. Metody otsenki effektivnosti investitsionnykh proyektov pri formirovaniy investitsionnoy politiki na promyshlennykh predpriyatiyakh: avtoref. dis. ... K-ta ekon.nauk: 08.00.05 - Nizhniy Novgorod, 2013. - P. 6-8.

12. Tikhomirov D.V. Investitsionnoye imushchestvo: voprosy otsenki i otrazheniya v otchetnosti po MSFO // Vestnik Finansovogo UNIVERSITETA. - 2014. - №2 (80). - P. 39-80.

13. Khudyakova A.S., Zelenevskaya A.D. Ponyatiye investitsionnykh aktivov: rossiyskiye i mezhdunarodnyye standarty // Mezhdunarodnyy nauchno-issledovatel'skiy zhurnal. - 2015. - № 8-1 (39). - P. 94-96.

14. Shilova A.L. Formirovaniye ekonomicheskoy strategii upravleniya investitsionnoy privlekatel'nost'yu nedvizhimogo imushchestva promyshlennykh predpriyatiy (na primere predpriyatiy Tyumenskoy oblasti): avtoref. dis. ... K-ta ekon.nauk: 08.00.05 - Sankt-Peterburg, 2007. - P. 5.

SECTION 3. BUSINESS & ECOMMERCE

UDC 336.025

Petechel T.A., Rekeda A.S. Tax problems of e-commerce: international experience and russian practical activity

Проблемы налогообложения электронной коммерции: международный опыт и российская практика

Petechel Tatiana Aleksandrovna

Far Eastern Federal University
Vladivostok, Russian Federation

Rekeda A. S.

Far Eastern Federal University
Vladivostok, Primorsky region, Russian Federation

Петечел Т.А.,

Дальневосточный федеральный университет
Владивосток, Приморский край, РФ

Рекеда А.С.

Дальневосточный федеральный университет
Владивосток, Приморский край, РФ
konfeta_95@mail.ru

Abstract. The main direction of the taxation of e-commerce is the legal regulation of the market of electronic services. The main problem with taxation of profit tax and value added tax are allocated in the article. The actions and operations on the Internet are classified based on the concept of electronic services. The problem of tax competition between different countries is considered.

Keywords: e-commerce, tax control, profits tax, value added tax, tax competition

Аннотация. Основным направлением налогообложения электронной коммерции является правовое регулирование рынка электронных услуг. Выделены главные проблемы при обложении налога на прибыль и налога на добавленную стоимость. На основании понятия электронных услуг классифицированы действия и операции в сети Интернет. Рассмотрена проблема налоговой конкуренции различных стран.

Ключевые слова: электронная коммерция, налоговый контроль, налог на прибыль, налог на добавленную стоимость, налоговая конкуренция

В настоящее время коммерция посредством Интернета, иначе называемая электронной коммерцией, начинает создавать все более серьезную конкуренцию традиционному бизнесу. Во-первых, Интернет позволяет преодолеть пространственные барьеры - покупатели и продавцы разных стран получили возможность легко находить друг друга и заключать сделки. Во-вторых,

Всемирная Сеть позволяет сильно сократить временные затраты субъектов рынка на поиск контрагентов и необходимых товаров - Интернет доступен 24 часа в сутки, следовательно, и реклама, и электронные магазины также могут функционировать без перерывов. В-третьих, Интернет может выполнять роль канала доставки определенных товаров, доступных в цифровом виде, например информации, программного обеспечения, аудио- и видеоматериалов, книг. Кроме того, современные технологии позволяют передавать денежные средства с помощью электронных платежных систем, которые функционируют через Интернет. В этом случае и доставка товаров, и их оплата происходят практически мгновенно, а обходится это субъектам рынка значительно дешевле, чем доставка и оплата традиционными способами. Следовательно, понижение затрат на поиск контрагентов и доставку товара порождает четвертое преимущество Интернета - существенное уменьшение стоимости транзакций. Еще один важный плюс ведения бизнеса через Интернет - это отсутствие необходимости привлечения большого оборотного капитала.

Объем внутреннего рынка электронной коммерции в России в 2015 г. достиг 650 млрд. рублей. В рублевом выражении рынок вырос на 16% по сравнению с 2014 г. В том числе выручка от B2C составила 806 млрд. руб. [1]

В связи с этим важную роль начинает играть правовое регулирование электронной коммерции. При этом у государств возникает множество проблем, связанных, в первую очередь, с отсутствием законодательных норм, позволяющих учесть специфику электронного бизнеса: связанные с защитой авторских прав в Интернете, судебной защитой сделок, заключенных через Всемирную Сеть, проблемы налогообложения электронной коммерции. На сегодняшний день большинство стран самостоятельно занимаются разработкой законодательства для налогообложения электронной коммерции, но пока большого результата это не дает, поскольку Интернет является базой для

международной торговли, для эффективного регулирования которой необходимы международные правила.

Первые попытки начать решение вопроса налогообложения электронной коммерции были предприняты уже в 1996 году: Министерство финансов США приняло документ «Избранные выводы из налоговой политики мировой электронной торговли» (Selected Tax Policy Implications of Global Electronic Commerce). [2]

Согласно исследованию, проведенному Техасским университетом, доля Интернета в экономике США росла в 2005 – 2007 гг. с темпом 174% (темпы роста валового внутреннего продукта США в этот период – 2,8%), причем, треть этого роста приходилась на электронную коммерцию. Общая позиция США в отношении налогового регулирования электронной коммерции состоит в максимальном освобождении Интернета от специальных налогов и таможенных тарифов, к электронной коммерции необходимо применять те же принципы налогообложения, что и к традиционной коммерции, и приспособлять к ее регулированию уже существующие нормы, а не создавать новые специальные законы.

21 октября 1998 г. Конгресс принял «Закон о свободе Интернета от налогов» в качестве гл. XI и XII «Закона о различных консолидированных и чрезвычайных дополнительных ассигнованиях» от 1999 г. (P.L. 105-277, 112Stat 2681). В числе положений этого закона – трехлетний мораторий на возможность взимания определенных налогов на сеть Интернет правительствами штатов и местными властями; запрет налогов на доступ в Интернет, если такой налог не был введен вообще и не исполнялся фактически до 1 октября 1998 г.; учреждение Консультативной комиссии по электронной коммерции (ККЭК), которая может вносить в Конгресс рекомендации по налогообложению электронной коммерции в Соединенных Штатах и за рубежом; противодействует нормативным,

тарифным и налоговым барьерам для международной электронной коммерции и предлагает Президенту добиваться международных соглашений об их отмене (дополнительную информацию можно получить из доклада CRS Report RL30667, Internet Tax Legislation: Distinguishing Issues).

ЕС поддержал временный мораторий на мировые налоги на электронную коммерцию и выступает за то, чтобы сделать этот мораторий постоянным. [4]

При обложении налогом на прибыль корпораций главной проблемой электронной коммерции становится вопрос наличия или отсутствия постоянного представительства. В традиционной коммерции под постоянным представительством подразумевается офис или иное постоянное место деятельности компании, а также так называемый зависимый агент (лицо-резидент, заключающее сделки от имени данной компании). Долгое время шла дискуссия, является ли сервер, на котором находится веб-страница - средством электронной коммерции, постоянным представительством. Вопрос был решен в 2000 году ОЭСР в поправках к «Комментариям к модельной налоговой конвенции ОЭСР», согласно которым само по себе физическое нахождение веб-сайта на сервере не ведет к образованию в стране, где этот сервер физически находится, постоянного представительства компании - владельца сайта. Также было установлено, что организация, предоставляющая услуги веб-хостинга для электронного магазина, не является зависимым агентом владельца магазина, так как не заключает сделок от его имени. Но если в стране находится не просто веб-сайт, а еще и специализированное оборудование (программно-аппаратный комплекс), обслуживающее электронный магазин, постоянное представительство возникает (даже если это оборудование полностью автоматизировано), так как у компании появляется постоянное место деятельности. Позиция ОЭСР была воспринята США и Европейским Союзом. [3]

Второй проблемой для взимания налога на прибыль является установление характера дохода. Если в результате сделки покупатель получает право использовать товар только для собственных нужд, продавец должен уплатить с суммы продажи налог на доход, а если была осуществлена передача продукта с возможностью его дальнейшего коммерческого распространения - доход от сделки будет квалифицирован как роялти, и налог с продавца должна будет удерживать сторона, выплачивающая такой доход, то есть покупатель. Большую роль в определении характера дохода от электронных сделок сыграл отчет Технической консультативной группы по квалификации доходов «Вопросы квалификации норм налоговых соглашений, возникающие в сфере электронной коммерции». Согласно данному отчету, из 28 видов электронных сделок оплата только за три признается роялти, а все остальные квалифицированы как прибыль, облагаемая налогом на доход.

Косвенным налогом, применяемым в странах Европейского Союза, является налог на добавленную стоимость (далее - НДС). В мае 2002 года была принята директива ЕС, согласно которой правила налогообложения НДС услуг, предоставляемых с помощью электронных средств связи, действуют со значительными изменениями. Во-первых, вся продукция, реализуемая с помощью электронных средств связи, была приравнена по юридическому статусу к услугам и ее налогообложение теперь происходит по местонахождению покупателя. Во-вторых, европейские продавцы, реализующие электронные товары за пределы ЕС, налог на добавленную стоимость уплачивать не обязаны, а иностранные Интернет - коммерсанты, реализующие такие товары в странах ЕС, напротив, должны платить НДС.

В российском законодательстве определение электронной коммерции пока не закреплено, хотя сам термин неоднократно употреблялся в официальных документах как «электронный документ», «электронная форма сделки»,

«электронная подпись», «электронные расчеты». Данные юридические конструкции используются преимущественно в подзаконных актах. Большая часть отношений между участниками электронной торговли не регулируется специальными, адресованными им законами или иными источниками права.

Во-первых, не было определения того, что считать электронными услугами.

Во-вторых, возникали вопросы о том, что считать местом реализации подобных услуг в некоторых спорных случаях.

В-третьих, по сути, не было механизма удержания налога с иностранных поставщиков, не имеющих обособленных подразделений на территории РФ, если покупатель услуг — физическое лицо.

Федеральный закон от 03.07.16 г. № 244-ФЗ с 2017 г вводит новое понятие — электронные услуги - оказание услуг через информационно-телекоммуникационную сеть, в том числе через информационно-телекоммуникационную сеть "Интернет" автоматизированно с использованием информационных технологий.

Под электронными услугами понимается широкий круг действий и операций в сети «Интернет», перечень которых приведен в новой статье 174.2 НК РФ (таблица 1).

Таблица 1

Классификация электронных услуг в сети «Интернет»

Действия и операции	Содержание
Предоставление прав	– на использование программ для электронных вычислительных машин (включая компьютерные игры), баз данных через сеть "Интернет", в том числе путем предоставления удаленного доступа к ним, включая обновления к ним и дополнительные функциональные возможности; – на использование электронных книг (изданий) и других электронных публикаций, информационных, образовательных материалов, графических изображений, музыкальных произведений с текстом или без текста, аудиовизуальных произведений через сеть "Интернет", в том числе путем предоставления удаленного доступа к ним для просмотра или прослушивания через сеть "Интернет";
Оказание услуг	– по рекламе в сети "Интернет", в том числе с использованием программ для электронных вычислительных машин и баз данных, функционирующих в сети "Интернет", а также предоставление рекламной площади (пространства) в сети "Интернет"; – по размещению предложений о приобретении (реализации) товаров (работ, услуг), имущественных прав в сети "Интернет"; – по предоставлению технических, организационных, информационных и иных возможностей, осуществляемых с использованием информационных технологий и систем, для установления контактов и заключения сделок между продавцами и покупателями (включая предоставление торговой площадки, функционирующей в сети "Интернет" в режиме реального времени, на которой потенциальные покупатели предлагают свою цену посредством автоматизированной процедуры и стороны извещаются о продаже путем отправляемого автоматически создаваемого сообщения); – по обеспечению и (или) поддержанию коммерческого или личного присутствия в сети "Интернет", поддержка электронных ресурсов пользователей (сайтов и (или) страниц сайтов в сети "Интернет"), обеспечение доступа к ним других пользователей сети, предоставление пользователям возможности их модификации; – предоставление доменных имен, оказание услуг хостинга; – по администрированию информационных систем, сайтов в сети "Интернет"; – по хранению и обработке информации при условии, что лицо, представившее эту информацию, имеет к ней доступ через сеть "Интернет"; – по предоставлению в режиме реального времени вычислительной мощности для размещения информации в информационной системе; – по поиску и (или) представлению заказчику информации о потенциальных покупателях; – по предоставлению доступа к поисковым системам в сети "Интернет"; – по ведению статистики на сайтах в сети "Интернет". – по поиску автоматизированных данных, осуществляемых автоматическим способом через сеть "Интернет" при вводе данных покупателем услуги, их отбору и сортировке по запросам, предоставлению указанных данных пользователям через информационно-телекоммуникационные сети (в частности, сводки фондовой биржи в режиме реального времени, осуществление в режиме реального времени автоматизированного перевода); – иные услуги, оказываемые через Интернет или иные автоматизированные аналогичные сети

Источник: [1]

Данный перечень не является закрытым, следовательно, иные услуги, оказываемые через Интернет или иные автоматизированные аналогичные сети, также могут быть квалифицированы как электронные услуги.

Реализация электронных услуг в соответствии с введенными правилами (подп. 1 п. 1 ст. 148 НК РФ) облагается НДС по месту нахождения покупателя (юридические и физические лица). Таким образом, территория российской организации не будет признаваться местом реализации электронных услуг, оказываемых российскими компаниями в адрес иностранных покупателей. В тоже время, реализация таких услуг иностранными компаниями, не зарегистрированными на территории РФ, российским покупателям будет облагаться НДС без права налогового вычета НДС, предъявленного им поставщиками товаров, работ, услуг.

В течение 30 дней после вступления в силу Закона иностранные лица, подпадающие под новые нормы, должны подать заявление о постановке на учет в налоговом органе. [1] Как постановка на учет, так и взаимодействие с иностранными компаниями будет осуществляться в электронной форме через личный кабинет налогоплательщика. Соответствующие изменения внесены в статьи 11.2, 23, 31, 83 части первой НК РФ.

Такие иностранные компании не обязаны составлять счета-фактуры, вести книги покупок, книги продаж, журнал учета полученных и выставленных счетов-фактур в части оказания IT-услуг. Но сами будут исчислять по ставке 15,25 процента налог и до 25-го числа, следующего за истекшим налоговым периодом, уплачивать его в бюджет РФ. Они обязаны также предоставить декларации в те же сроки, что и российские налогоплательщики. Если иностранная компания не захочет действовать сама, то может работать через посредников и агентов, которые будут выступать по общим правилам как налоговые агенты.

Если физическое лицо — покупатель услуг не является предпринимателем, то его место жительства не единственный критерий для определения места реализации электронных услуг. По новым правилам считается, что такое лицо осуществляет деятельность на территории РФ, если соблюдается хотя бы одно условие:

- место жительства покупателя — РФ;
- оплата проводится через банк или оператора электронных денежных средств, который находится в РФ;
- сетевой адрес покупателя зарегистрирован в РФ;
- международный код страны телефонного номера, используемого для приобретения или оплаты услуг, присвоен РФ.

Таким образом, под налогообложение подпадут и те услуги, которые будут приобретаться россиянами за рубежом, если оплата пройдет через российский банк.

В целях налогообложения прибыли по действующим в РФ правилам у иностранной компании постоянное представительство из-за продажи на территории РФ электронных услуг не возникает.

Важная проблема, связанная с налогообложением электронной коммерции, касается налоговой конкуренции разных стран. Электронная торговля изначально имеет международный характер и обладает гораздо более высокой мобильностью, чем обычный бизнес, что позволяет компаниям в случае ужесточения налогового режима страной их резидентства достаточно легко изменить налоговую юрисдикцию. Таким образом, может сложиться ситуация, что страна, предоставляющая наиболее льготные условия налогообложения, получит львиную долю мировой налоговой базы. Возможным решением данной проблемы является унификация налогового законодательства, которая должна также способствовать решению проблемы налогового контроля. Значительные

различия в законодательстве разных стран только способствуют злоупотреблениям и уклонению от уплаты налогов.

References

1. О внесении изменений в части первую и вторую Налогового Кодекса Российской Федерации - Федеральный закон от 03.07.16 г. № 244-ФЗ
2. Sales Taxes. Electronic Commerce Growth Presents Challenges; Revenue Losses Are Uncertain, GAO/GGD/OCE-00-165, 2000 г.
<http://www.unclefed.com/GAOReports/ggd00-165.pdf>
3. Шпагина М. Виртуальная суть налогов // Государство и Интернет. 8.11.12.2000 <http://archive.expert.ru/intemet/00/00-47-59/ifae2.htm>
4. Правовые проблемы налогообложения субъектов электронной предпринимательской деятельности / Л.В. Фролова // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. Изд-во: СГСЭУ. г. Саратов.- 2009.179-182 с. <http://elibrary.ru/item.asp?id=13091203>
5. Годовой отчет исследовательского агентства Data Insight "Электронная торговля в России: итоги 2015 года"
http://www.slideshare.net/Data_Insight/2015-57273778

SECTION 4. TRADE, ECONOMICS AND FINANCE

UDC 332.055

Dovby I.P., Mitrofanova I.V., Shkarupa E.A. State support of business in agrarian and industrial complex: program and target approach

Государственная поддержка предпринимательства в АПК: программно-целевой
подход

Dovby Irina Pavlovna

Doctor of Science (Economics), Associate Professor,
Department of economic security,
Institute of economy and management,
Southern Ural state university
betelgeyse@mail.ru

Mitrofanova Inna Vasilyevna

Doctor of Science (Economics),
Leading Scientific Researcher,
Institute social and economic and humanitarian researches
of the Southern Russian Academy
of Sciences scientific center, Rostov-on-Don;
Professor, Department of World and Regional Economy,
Volgograd state university, Volgograd
mitrofanova@volsu.ru

Shkarupa Ekaterina Aleksandrovna

PhD in Economics, Associate Professor,
Department of theory of finance, credit and taxation,
Volgograd State University, Volgograd
shkarupa_volsu@mail.ru

Довбий Ирина Павловна

доктор экономических наук, доцент,
кафедра экономической безопасности,
Институт экономики и управления,
Южно-Уральский государственный университет,
г. Челябинск

Митрофанова Инна Васильевна

доктор экономических наук, главный научный сотрудник,
Институт социально-экономических и
гуманитарных исследований Южного научного центра РАН,
г. Ростов-на-Дону;
профессор, кафедра мировой и региональной экономики,
Волгоградский государственный университет,
г. Волгоград

Шкарупа Екатерина Александровна

кандидат экономических наук, доцент,

кафедра теории финансов, кредита и налогообложения
Волгоградский государственный университет,
г. Волгоград

Abstract. Background – to open the main problems and to reveal the prospects of program and target development of agrarian business in modern Russia.

Methods. Realization of the dialectic principles of research within system and evolutionary approaches became a methodological basis of the solution of the tasks set by authors; creative synthesis of general scientific and specific methods of research is used: subject and object, structurally functional, comparative and other types of the analysis, and also method of expert evaluations.

Result. In the conditions of action of the external economic sanctions, response Russian countersanctions and a course of Russia towards large-scale import substitution it is necessary to stir up activities for formation of conditions for modernization of agrarian production technologies, providing high-quality information and analytical services, professional development of shots for the village, to increase in the areas for already working businessmen in the sphere of agrobusiness.

Conclusions. Such measures as restoration and high-quality improvement of public pastures and haymakings for cattle of personal subsidiary farms, development of rural cooperation in collecting, temporary storage, processing, formation of parties and sales of products of personal and country farms; development of infrastructure and logistic providing the village, will allow to create a condition for the competitive and balanced development of agrarian business.

Keywords: agriculture, agrarian business, personal subsidiary farms, country (farmer) farms, food security, state support, state programs, regulation, target financing, development, efficiency

Аннотация. Цель – раскрыть основные проблемы и выявить перспективы программно-целевого развития аграрного предпринимательства в современной России.

Метод. Методологической основой решения поставленных авторами задач стала реализация диалектических принципов исследования в рамках системного и эволюционного подходов; использован креативный синтез общенаучных и специфических методов исследования: субъектно-объектный, структурно-функциональный, компаративный и другие виды анализа, а также метод экспертных оценок.

Результат. В условиях действия внешнеэкономических санкций, ответных российских контрсанкций и курса России на масштабное импортозамещение необходимо активизировать деятельность по формированию условий для модернизации аграрных производственных технологий, предоставлению качественных информационно-аналитических услуг, повышению квалификации кадров для села, увеличению площадей для уже работающих предпринимателей в сфере агробизнеса.

Выводы. Такие меры, как восстановление и качественное улучшение общественных пастбищ и сенокосов для скота личных подсобных хозяйств, развитие сельской кооперации по сбору, временному хранению, переработке, формированию партий и реализации продукции личных и крестьянских фермерских хозяйств; развитие инфраструктуры и логистического обеспечения села, позволят создать условие для конкурентного и сбалансированного развития аграрного предпринимательства.

Ключевые слова: сельское хозяйство, аграрное предпринимательство, личные подсобные хозяйства, крестьянские (фермерские) хозяйства, продовольственная безопасность, государственная поддержка, государственные программы, регулирование, целевое финансирование, развитие, эффективность

Наиболее динамично развивающимся сегментом отечественного АПК являются предпринимательские структуры, которые могут и должны играть важную роль в обеспечении продовольственной безопасности, производя экологически чистую продукцию. Государство, конечно, должно решать проблемы аграрного предпринимательства посредством реализации комплекса мер, направленных на подготовку кадров, благоустройство сельской инфраструктуры, стимулирование молодых специалистов, развитие сельскохозяйственной науки. Но действия эти должны носить не декларативный, а конкретный финансовый и нефинансовый характер [17; 19].

Малый бизнес в аграрном секторе находится в жесткой конкурентной борьбе с крупными агропромышленными компаниями, при этом постоянно нарастает доля крестьянских (фермерских) хозяйств (КФХ) и личных подсобных хозяйств (ЛПХ) в производстве сельскохозяйственной продукции. Так, в начале 2000-х гг. доля КФХ составляла всего 3,2%, в 2014 г. – уже 10%. Среднегодовые темпы роста в КФХ с 1990 по 2014 гг. составили 136,7%, в то время как у сельскохозяйственных организаций – 95,2%.

В денежном выражении объем производства сельскохозяйственной продукции составил 4225,6 млрд руб., в том числе КФХ – 422,7 млрд руб.; ЛПХ – 1747,8 млрд руб. Значительной является доля малых форм хозяйствования в производстве сельскохозяйственной продукции, вырастивших в 2014 г. 87,7% картофеля, 83,3% овощей и молока 53,4%.

Наиболее представительным сектором являются крестьянские фермерские хозяйства и индивидуальные предприниматели, осуществляющие сельскохозяйственную деятельность. На начало 2014 г. их численность составила 223,2 тыс. единиц, в том числе юридических лиц (КФХ) – 47,3 тыс. ед., индивидуальных предпринимателей (ИП) и глав КФХ – 211,7 тыс. ед. [20].

Вторым по значимости сектором являются микропредприятия и малые сельскохозяйственные организации – 34,0 тыс. ед. ЛПХ составляют третью по значимости форму хозяйствования. На 01.01.2013 г. их число составляло 16,27 млн ед., в том числе ЛПХ, ведущих товарное производство, 2,4 млн ед.

Программно-целевой подход в практике государственного управления, правового и экономического регулирования хозяйственных процессов предусматривает согласование интересов государства, региональных властей и хозяйствующих субъектов, рациональное сочетание принципов стратегического планирования и рыночных методов хозяйствования.

Программно-целевой подход при формировании базовых политик региона учитывает отраслевой, территориальный аспекты, но, главное, он реализует программно-проблемный аспект, являясь эффективным средством централизованного управления решением крупных проблем, не устранимых в инерционном режиме функционирования [5; 9].

Реализация такого программно-целевого инструмента, как национальный проект «Развитие АПК», была нацелена на поддержку крупных сельскохозяйственных производителей, в связи с чем последствия кризиса сказались именно на КФХ, снизивших объем производства сельхозпродукции с 209,2 млрд руб. в 2008 г. до 187,4 млрд руб. в 2010 г. Но уже в 2011 г. данный показатель составил 294,5 млрд руб. и к началу 2014 г. достиг 361,3 млрд руб. [6; 21].

ЛПХ успешно сосуществуют с КФХ, играя значительную роль в производстве продуктов питания. Вторые, на первый взгляд, имеют значительные преимущества перед первыми, которые не спешат трансформироваться в предпринимательский сектор, несмотря на имеющиеся плюсы, как в части величины располагаемых земельных угодий, так и

возможностей строительства жилья и инфраструктуры на землях сельскохозяйственного назначения (табл. 1).

Таблица 1

Некоторые сравнительные характеристики возможностей личных подсобных (ЛПХ) и крестьянских фермерских хозяйств (КФХ)

Показатели	ЛПХ	КФХ
Уплачиваемые налоги	Земельный налог, налог на имущество физических лиц, транспортный налог	ЕСХН (6 % от разницы между доходами и расходами), земельный налог, транспортный налог, страховые взносы в государственные внебюджетные фонды (пенсионный, социального и медицинского страхования)
Располагаемые земельные угодья	Не более 5,5 Га	Не ограничено
Строительство на землях с/х назначения	Запрещено строительство инфраструктуры ЛПХ	Разрешено строительство жилья и инфраструктуры ЛПХ

В числе причин – недостаточное количество стимулов и преференций для предпринимательских структур, наличие огромного количества барьеров для входа в отрасль. Проблемы носят более глубокий характер и требуют отдельного изучения. В частности, при переходе от формы ЛПХ к КФХ остро встают вопросы кредитной обеспеченности и страхования, технической и энергетической вооруженности, современных технологий производства продукции животноводства и выращивания сельскохозяйственных культур. Узким местом является и реализация сельскохозяйственной продукции внутри региона и за его пределами.

ЛПХ уплачивают значительно меньше налогов. При переходе в статус КФХ налоговые обязательства возникают в соответствии с критериями налогового законодательства. В частности, применяются различные системы налогообложения доходов: налог на прибыль организаций (гл. 25 НК РФ); единый сельскохозяйственный налог, ЕСХН (гл. 26.1 НК РФ); упрощенная

система налогообложения, УСН (гл. 26.2 НК РФ); налог на доходы физических лиц, НДФЛ (гл. 23 НК РФ) [10] (табл. 2).

Таблица 2

Системы налогообложения доходов сельскохозяйственных
товаропроизводителей в 2016 г.

Сельскохозяйственные товаропроизводители	Системы налогообложения доходов, налоговая ставка			
	НДФЛ (13% от доходов)	УСН (6% от доходов или 15% от разницы между доходами и расходами)	ЕСХН (6% от разницы между доходами и расходами)	налог на прибыль организаций (20% от прибыли)
Личные подсобные хозяйства	+	–	–	–
Индивидуальные предприниматели	+	+ (налог) / + (патент)	+	–
Крестьянские (фермерские) хозяйства	+	+	+	–
Сельскохозяйственные потребительские (кроме кредитных), производственные кооперативы	–	+	+	+ (в части реализации произведенной, переработанной собственной с/х продукции)
Сельскохозяйственные потребительские кредитные кооперативы	–	+	–	+
Прочие коммерческие сельскохозяйственные организации	–	+	+	+

(+/-) могут/не могут применять систему налогообложения

Производственные и потребительские, кредитные кооперативы, прочие сельскохозяйственные организации при выборе общего режима налогообложения дохода, наряду с уплатой налога на прибыль организаций, являются также плательщиками: НДС (в зависимости от вида реализованной продукции (работ, услуг) применяется налоговая ставка в размере 0%, 10% или 18%); страховых взносов в государственные внебюджетные фонды (пенсионный, медицинского и социального страхования) по ставке 34%; налога на имущества организаций по ставке не более 2,2% от остаточной стоимости

имущества; земельного налога (в размере 0,3% от кадастровой стоимости земель сельхозназначений и 1,5% от кадастровой стоимости прочих земельных участков; транспортного налога (не является объектами налогообложения техника (согласно перечня), используемая при сельскохозяйственных работах для производства сельскохозяйственной продукции [10].

При выборе специального режима налогообложения дохода в виде единого сельскохозяйственного налога (ЕСХН) сельскохозяйственные товаропроизводители (производственные и потребительские кооперативы (кроме кредитных), индивидуальные предприниматели, КФХ и прочие коммерческие организации), наряду с единым сельскохозяйственным налогом уплачивают страховые взносы в государственные внебюджетные фонды (пенсионный, медицинского и социального страхования) по ставке 34%; земельный налог (в размере 0,3% от кадастровой стоимости земель сельхозназначений и 1,5% от кадастровой стоимости прочих земельных участков; транспортный налог (не является объектами налогообложения техника (согласно перечня), используемая при сельскохозяйственных работах для производства сельскохозяйственной продукции. Данная категория налогоплательщиков освобождается от налога на добавленную стоимость, налога на имущество организаций, а индивидуальные предприниматели освобождаются от налога на имущество физических лиц.

В случае выбора упрощенной системы налогообложения дохода сельскохозяйственные товаропроизводители (производственные и потребительские кооперативы (кроме кредитных), индивидуальные предприниматели, КФХ и прочие коммерческие сельскохозяйственные организации) наряду с уплатой единого налога выплачивают те же налоги и страховые платежи, что и в случае применения единого сельскохозяйственного налога.

Индивидуальные предприниматели, осуществляющие виды деятельности, указанные в ст. 346.25.1 НК РФ, со среднесписочной численностью наемных работников не более пяти человек, применяют упрощенную систему налогообложения на основе патента и уплачивают наряду с патентом те же налоги, что и плательщики на упрощенной системе налогообложения дохода [2; 10].

Анализируя налоговое поле аграрных предпринимателей, можно констатировать, что нагрузка по-прежнему велика и не способствует заинтересованности ЛПХ к переходу в организационную форму КФХ.

Политика государства по поддержке сельскохозяйственных товаропроизводителей включает комплекс мер, которые можно сгруппировать по целевому признаку. Во-первых, это макроэкономическое государственное регулирование, оказывающее, косвенное воздействие на аграрно-продовольственный сектор экономики, например, валютное регулирование (ослабление курса национальной валюты выгодно для национальных экспортеров сельскохозяйственной продукции, но не выгодно для тех, кто импортирует сельскохозяйственную технику, удобрения, сырье); увеличение процентных ставок имеет следствием удорожание кредитов для сельскохозяйственных товаропроизводителей [1].

Во-вторых, ценовое регулирование, включая таможенно-тарифное, которое осуществляется посредством государственных закупок сельскохозяйственной продукции, поддержки внутренних цен на продукцию аграрного сектора экономики. В-третьих, это прямая поддержка сельскохозяйственных производителей в виде дотаций, компенсационных и страховых платежей (за ущерб от стихийных бедствий); реализация региональных программ поддержки агропромышленного комплекса.

В-четвертых, это финансовая помощь в виде страховых программ, компенсации издержек, льготного налогообложения, субсидирования выплат процентов по кредитам и т.д. В-пятых, это содействие развитию сельскохозяйственной инфраструктуры и агропродовольственного рынка посредством государственного финансирования целевых и рыночных программ, выделения субсидий на хранение и транспортировку сельхозпродукции [3].

Государственная поддержка малых форм хозяйствования на селе, а именно ЛПХ, касается двух аспектов: возмещение процентной ставки по кредитам и займам и субсидии за реализованную продукцию животноводства (молоко). Государственные субсидии, предоставляемые на развитие сельского хозяйства, выдаются товаропроизводителям на условии регионального софинансирования [6; 7; 18].

Для КФХ данная поддержка более широкая: субсидии за реализацию продукции животноводства, за увеличение численности молочных коров и выхода телят, на племенное животноводство и элитное семеноводство и т.д.; компенсация части затрат по выполнению строительства, реконструкции и капитального ремонта сельскохозяйственной инженерной инфраструктуры, на приобретение технологического оборудования, на проведение фитосанитарных мероприятий и т.д.; льготные цены на горючесмазочные материалы для аграриев [1; 16; 21].

Согласно данным Департамента сельского развития и социальной политики, общий объем поддержки малых форм хозяйствования в сельскохозяйственной сфере увеличится в 2016 г. по сравнению с 2012 г. в 1,67 раз (табл. 3).

Таблица 3

Направления поддержки малых форм хозяйствования в сельскохозяйственной
сфере, млн руб. [13]

Направления поддержки	2012	2013	2014	2015	2016 (прогноз)
Государственная поддержки кредитования малых форм хозяйствования	5800	500	4750	7619	5985
ВЦП «Поддержка начинающих фермеров»	2000	2000	1900	3200	4336
ВЦП «Развитие семейных животноводческих ферм»	1500	1500	1425	3075	3861
ВЦП «О развитии сельскохозяйственной кооперации»				400	1500
Оформление в собственность земельных участков крестьянских (фермерских) хозяйства	120	120	114	50	114

«Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013–2020 годы» с изначально предполагаемым (по оптимистичному сценарию) объемом финансирования 1509,7 млрд руб. предусматривает комплекс направленных на рост доходности и эффективности сельских товаропроизводителей мер поддержки развития агропромышленного комплекса:

- финансовых, как в виде прямой бюджетной поддержки (текущей, проектной, по эффективности), так и виде льготных кредитов (с возмещением части процентной ставки) и лизинга (по линии Росагролизинга);
- организационных (регулирование на федеральном уровне сельскохозяйственного рынка; реализация комплекса мер по сбыту сельхоз продукции, например проведение ярмарок; подготовка и переподготовка кадров; выделение земли и т.д.);

– информационных (создание и поддержание работы сайтов Министерства сельского хозяйства и других министерств и ведомств; PR сопровождение отрасли и предприятий; и т.д.) [15].

Эффективность государственных программ будет достигаться при соблюдении таких принципов, как системность политики, стабильность и преемственность аграрного курса, принцип софинансирования аграриев из федерального и региональных бюджетов, государственно-частное партнерство.

В качестве основных целей государственной программы обозначены продовольственная независимость (в параметрах Доктрины продовольственной безопасности РФ), расширенное и эффективное воспроизводство природных и земельных ресурсов, финансовая устойчивость и конкурентоспособность аграрных товаропроизводителей и их продукции, устойчивое развитие сельских территорий.

Программа включает комплекс федеральных целевых программ (ФЦП), направленных на развитие растениеводства, животноводства, модернизацию и инновационное развитие различных подотраслей, включая переработку, а также ряд подпрограмм, направленных на развитие аграрного сектора. Особое место занимает подпрограмма «Поддержка малых форм хозяйствования», на реализацию которой за 2013–2020 гг. будет потрачено 83,7 млрд руб. (табл. 4).

Таблица 4

Объем финансовых ресурсов для реализации отдельных подпрограмм
Государственной программы (2016–2020 гг.), млрд руб. [4]

Подпрограмма	2016	2017	2018	2019	2020	Всего
Поддержка малых форм хозяйствования	10,4	10,8	11,3	11,8	12,3	83,7
Техническая и технологическая модернизация, инновационное развитие	3,2	3,2	3,3	3,3	3,4	23,7
Обеспечение реализации Государственной программы	25,2	26,2	27,1	28,3	29,1	202,4
ФЦП «Устойчивое развитие сельских территорий на 2014–2020 гг.»	10,6	11,9	14,2	16,5	19,2	99,4

В качестве мероприятий предусмотрена поддержка начинающих фермеров, развитие семейных животноводческих ферм на базе КФХ, государственная поддержка кредитования малых форм хозяйствования, оформление земельных участков в собственность КФХ.

В рамках программы развития сельского хозяйства финансовая поддержка малых форм хозяйствования в направлении развития животноводческих ферм, поддержки потребительской кооперации и начинающих фермеров, субсидирования кредитов и займов, предоставления грантов (табл. 5).

Таблица 5

Поддержка малых форм хозяйствования в Государственной программе
(2016–2020 гг.), млрд руб. [4]

Направления финансирования	2016	2017	2018	2019	2020
Поддержка потребительской кооперации в рамках региональных экономически значимых программ и предоставление грантов на развитие материально-технической базы	05	0,5	0,5	0,5	0,5
Компенсирование части затрат фермеров по оформлению земель в собственность	0,11				
Развитие семейных животноводческих ферм	1,425	1,65	1,72	1,8	1,87
Поддержка начинающих фермеров	1,9	2,1	2,3	2,4	2,5
Субсидирование краткосрочных и долгосрочных кредитов и займов	5,98	6,9	7,2	7,57	7,88

Реализация Программы ведется в соответствии с установленными целевыми индикаторами (табл. 5, 6) на условиях софинансирования за счет средств федерального бюджета (1,51 трлн руб., 66%), бюджетов субъектов федераций (0,77 трлн руб., 34%), а также по возможности вовлекаются средства бюджетов муниципальных образований и внебюджетных источников.

Таблица 6

Индикаторы Государственной программы (2016–2020 гг.) [4]

Подпрограмма	2016	2017	2018	2019	2020
Ввод (приобретение) жилья для граждан, проживающих в сельской местности, всего (тыс. кв.м.)	695,6	729,0	801,4	881,9	967,6
в том числе для молодых семей и молодых специалистов, (тыс. кв.м.)	387,8	406,4	446,8	491,7	539,5
Уровень газификации домов (квартир), %	57,2	57,8	58,5	59,2	60,1
Обеспеченность сельского населения питьевой водой, %	59,6	60,1	60,6	61,2	61,9

Отдельно следует сказать о возможности получения КФХ грантов как в рамках реализации политики импортозамещения, так и в рамках действующей государственной программы, с учетом и других возможных источников (табл. 7).

Таблица 7

Возможности получения грантов крестьянскими фермерскими хозяйствами по линии импортозамещения (на примере производства молока)

Направление	Финансирование, млн. рублей/ производство молока, тыс. тонн	2016 г.		2017 г.	
		по Гос программе	дополн. финанс.	по Гос программе	дополн. финанс.
Начинающие фермеры	Финансирование из федерального бюджета, млн. рублей	2098,0	2435,9	2198,7	2818,96
	Производство молока, тыс. тонн*	40,5	52,5	45,5	54,5
Семейные животноводческие фермы	Финансирование из федерального бюджета, млн. рублей	1573,5	2435,9	1649,0	2818,96
	Производство молока, тыс. тонн*	80,5	110,0	85,5	115,0

* по предварительным расчетам Министерства сельского хозяйства РФ

Развитие аграрного предпринимательства поднимает важнейшую проблему, стоящую перед малыми формами хозяйствования: организация хранения, переработки и сбыта выращенной ими растениеводческой и

животноводческой продукции. Вопрос выживания малого агробизнеса, вытесняемого крупным, актуализирует задачу развития сельскохозяйственной потребительской кооперации. Получение грантов возможно как крестьянскими фермерскими хозяйствами, так и организациями потребительской кооперации и сельскохозяйственными потребительскими кооперативами.

Гранты на развитие материально-технической базы дают возможность строительства или модернизации производственных зданий, цехов, помещений, строений, негосударственных лабораторий ветсанэкспертизы и приобретение оборудования для заготовки, сортировки, переработки, хранения, убоя, первичной переработки и охлаждения птицы и мяса, подготовки к реализации, а также покупку транспорта для погрузки, разгрузки, транспортировки сельскохозяйственной продукции (специализированные фургоны, прицепы, полуприцепы, вагоны, модули, контейнеры для перевозки сельскохозяйственной продукции (в т.ч. в лизинг) [1; 3; 7].

По данным Министерства сельского хозяйства РФ, 25 субъектам в 2015 г. были предоставлены субсидии в сумме 0,4 трлн руб. на поддержку 57 кооперативов. Максимальный размер гранта, предоставляемого на строительство и модернизацию цехов, зданий, сооружений, помещений, на приобретение транспортных средств и оборудования (финансируемого на 70% из федерального и на 30% – из регионального бюджетов), составляет 70 млн руб.

Грант предоставляется на условиях, что 40% проекта финансируется собственными средствами кооператива, а 60% – это государственная поддержка. Ряд субъектов Федерации приняли и успешно реализуют собственные региональные программы по развитию сельскохозяйственной потребительской кооперации, созданию логистических центров, модернизации инфраструктуры кооперации (табл. 8).

Таблица 8

Поддержка региональных программ развития сельскохозяйственной потребительской кооперации в 2014 г. [14]

Наименование региональной программы	Объем финансирования в 2014 г.		
	Всего	Федеральный бюджет	Бюджеты регионов
Амурская область. Развитие и поддержка сельскохозяйственной потребительской кооперации.	35645	5345	30300
Приморский край. Развитие сельскохозяйственной кооперации и логистических центров.	41518	518	41000
Чувашская Республика. Модернизация и развитие инфраструктуры картофелеводства и овощеводства, в том числе создание оптово-распределительного центра.	59185	30654	28531

Агрессивная политика западных стран по захвату российских рынков продовольствия была частично приостановлена в связи с введением эмбарго на импорт в Россию ряда продовольственных товаров и принятием Распоряжения Правительства от 02.10.2014 г. № 1948-р «Об утверждении плана мероприятий («дорожной карты») по содействию импортозамещению в сельском хозяйстве на 2014–2015 годы». В качестве приоритетов государственной политики определены наращивание экспорта сельскохозяйственной продукции и импортозамещение. Следует также упомянуть об увеличении финансирования экономически значимых региональных программ (13,0–21,3 млрд рублей ежегодно), что особенно актуально в связи со вступлением России в 2012 г. в ВТО.

Развитие аграрного предпринимательства предполагает комплексное развитие сельских территорий, обеспечение со стороны государства стабилизации численности сельского населения и улучшения качества жизни с учетом современных требований и стандартов. Важно повысить ответственность руководителей органов власти регионального и муниципального уровней за деятельность по созданию предпринимательского климата, повышению эффективности сельского хозяйства в целом и аграрного предпринимательства,

в частности, за обеспечение роста реального вклада сельских территорий в социально-экономическое развитие страны. Необходимы не только отладить помощь и поддержку аграрному предпринимательству, но крайне важно определить потенциал его развития, «точки роста» и проблемные зоны [8; 15; 18; 19].

В условиях введенных Правительством РФ контрсанкций и импортозамещения необходима не просто поддержка, а формирование реальных условий для инновационного совершенствования аграрных производственных технологий, получения качественных информационно-аналитических услуг, подготовки и повышения квалификации кадров, увеличения площадей для уже работающих предпринимателей. Требуют неотложного решения такие проблемы, как создание (восстановление, улучшение) общественных пастбищ и сенокосов для скота личных подсобных хозяйств; развитие сельской кооперации по сбору, временному хранению, переработке, формированию партий и реализации продукции личных и крестьянских фермерских хозяйств; развитие инфраструктуры и логистического обеспечения села.

ПРИМЕЧАНИЕ

Статья подготовлена в рамках выполнения Государственного задания ФАНО России по проведению фундаментальных научных исследований «Проблемы демографического и социально-экономического развития южного макрорегиона (2016-2018 гг.)» (№ 0260-2014-0004)

References

1. Алтухов А.И., Дрокин В.В., Журавлев А.С. Продовольственная безопасность и импортозамещение – основные стратегические задачи современной аграрной политики // Экономика региона. – 2015. – № 3 (43). – С. 256–266. DOI: [10.17059/2015-3-21](https://doi.org/10.17059/2015-3-21).
2. Богачкова Л.Ю., Усачев А.А. Регулирование развития малого и среднего бизнеса в России: проблемы и решения // Вестник Волгоградского государственного университета, Серия 3: Экономика. Экология. – 2015. – № 3 (32). – С. 52–61. DOI: <http://dx.doi.org/10.15688/jvolsu3.2015.3.5>.
3. Гарипов Ф.Н., Гизатуллин Х.Н., Гарипова З.Ф. Основные направления преодоления вызовов в XXI веке в агросфере // Экономика региона. – 2016. Том 12, № 1. – С. 105–116. DOI: [10.17059/2016-1-8](https://doi.org/10.17059/2016-1-8).
4. Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013–2020 годы: утверждена постановлением Правительства Российской Федерации от 14 июля 2012 г. № 717. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_133795/ (дата обращения 23.05.2016).
5. Захарова Е.Н., Керашев А.А. Ключевые компетенции как ведущий фактор обеспечения конкурентоспособности АПК региона // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. – 2009. – № 1. – С. 161–169.
6. Липина С.А. Евразийские интеграционные экономические процессы: возможности роста // Журнал правовых и экономических исследований. – 2014. – № 4. – С. 15–23.
7. Липина С.А. Социальная медицина и «зеленая» экономика: форсайт экотехнологий // Региональная экономика. Юг России. – 2013. – № 2. – С. 84–89.
8. Митрофанова И.А. Экономический потенциал налогового стимулирования деятельности предприятия // Международный бухгалтерский учет. – 2012. – № 43. – С. 37–38.

9. Митрофанова И.В. Целевые программы как инновационный инструмент управления региональным развитием // Terra Economicus. – 2005. – Т. 3. – № 4. – С. 85–92.
10. Налоговый Кодекс РФ, часть 2. – URL: <http://www.assessor.ru/zakon/nk/ch2/> (дата обращения 07.07.2016).
11. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации: Федеральный закон от 24.07.2007 года № 209-ФЗ. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_52144/ (дата обращения 12.07.2016).
12. Основные показатели сельского хозяйства в России в 2015 г. – URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1140096652250 (дата обращения 11.06.2016).
13. О направлениях поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства в сфере сельского хозяйства. – URL: tpprf.ru/download.php?GET=6LPAY%2F81Bmz2lG9ujsVz5g%3D%3D (дата обращения 12.06.2016).
14. Оценка эффективности государственных программ поддержки малого и среднего предпринимательства (МСП), организаций инфраструктуры и институтов развития. – URL: www.mcx.ru/documents/file_document/v7_show/30605..htm (дата обращения 13.06.2016).
15. Сафронов А.Е., Павленко Т.С. Рациональное использование природно-экономического потенциала региона // Региональная экономика. Юг России. – 2012. – № 13. – С. 463–469.
16. Сельское хозяйство, охота и охотничье хозяйство, лесоводство в России. 2015: Стат.сб./ Росстат. – М., 2015. – 201 с.
17. Соколова С.А. Сущностные характеристики и оценка факторов развития территории // Национальная безопасность и стратегическое планирование. – 2014. – № 4 (8). – С. 46–52.

18. Тарханов О.В. Обстоятельства, мешающие развитию сельского хозяйства // Национальная безопасность и стратегическое планирование. – 2014. – № 2 (6). – С. 72–79.
19. Тлисов А.Б., Родионова Е.В., Иванов Н.П. Региональная экономическая политика: новые приоритеты в условиях внешнеэкономических санкций // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия: Экономика и экологический менеджмент – 2015. – № 1. – С. 188–197.
20. Чернова О.А., Климук В.В. Императивы продовольственной безопасности в планах развития АПК Юга России // Региональная экономика. Юг России. – 2016. – № 3 (13). – С. 71–78. DOI: <http://dx.doi.org/10.15688/re.volsu.2016.3.8>
21. Шепитько Р.С., Дугина Т.А., Немченко А.В., Лихолетов Е.А. Многофакторный вектор развития сельского хозяйства региона // Экономика региона. – 2015. – № 4 (44). – С. 275–288. DOI: 10.17059/2015-4-22.

UDC 330

Gonenko D.V., Safronov I.V., Kalmykov N.N., Klyukin A.I., Molotkov S.N., Chernyaeva I.V., Shestakov M.V. On the implementation of the Russian Federation, "the development of the industry and increase its competitiveness" of the state program: archive for 2014.

О ходе реализации государственной программы Российской Федерации
«Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности»: архив за 2014г.

Gonenko Daniel Vladimirovich

Ph.D., Associate Professor, School of Public Administration of Civil Service of the Institute
of economy and management RANHiGS

Safronov Ivan Vladimirovich

Ph.D., senior lecturer in public and municipal administration of the Tambov branch
RANHiGS

Kalmykov Nikolai Nikolaevich

candidate of sociological sciences, director of the Expert-Analytical Center RANHiGS

Klyukin Andrew Igorevich

Ph.D., Associate Professor of Public and Municipal Administration of the Tambov branch
RANHiGS

Molotkov Sergey Nikolaevich

Ph.D., Associate Professor of Public and Municipal Administration of the Tambov branch
RANHiGS

Chernyaeva Irina Vasil'evna

Doctor of Economics, Professor of Economics and Finance of the Tver branch RANHiGS

Chicherova Elena Yur'evna

Doctor of Economics, Professor of Economics and Finance, public sector institutions and
civil service management RANHiGS

Shestakov Maxim Valer'evich

Ph.D., Associate Professor of Public and Municipal Administration of the Tambov branch
RANHiGS

Гоненко Даниил Владимирович

К.э.н., доцент факультета государственного управления экономикой Института
государственной службы и управления РАНХиГС

Сафронов Иван Владимирович

К.э.н., старший преподаватель кафедры государственного и муниципального
управления Тамбовского филиала РАНХиГС

Калмыков Николай Николаевич,

к.с.н., директор Экспертно-аналитического центра РАНХиГС

Клюкин Андрей Игоревич

К.и.н., доцент кафедры государственного и муниципального управления Тамбовского
филиала РАНХиГС

Молотков Сергей Николаевич

К.и.н., доцент кафедры государственного и муниципального управления Тамбовского
филиала РАНХиГС

Черняева Ирина Васильевна

Д.э.н., профессор кафедры экономики и финансов Тверского филиала РАНХиГС

Чичерова Елена Юрьевна

Д.э.н., профессор кафедры экономики и финансов общественного сектора Института
государственной службы и управления РАНХиГС

Шестаков Максим Валерьевич

К.и.н., доцент кафедры государственного и муниципального управления Тамбовского
филиала РАНХиГС

Abstract: в статье отражены основные аспекты по реализации государственной программы РФ «Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности».

Keywords: экономическое развитие, промышленность, конкурентоспособность

Аннотация: The article reflects the main provisions for the implementation of the state program of the Russian Federation "Development of Industry and Enhancing Its Competitiveness"

Ключевые слова: Economic development, industry, competitiveness

Экономическое положение современной России в последнее время определяется двумя главными процессами: продолжением социально-экономических реформ по развитию рыночных отношений и реализацией экономической политики, направленной на увеличение темпов экономического роста и экономического развития. Макроэкономические индикаторы, характеризующие эти процессы, сохраняют преемственность с тенденциями прошлых лет и показывают возникновение многих новых явлений, развитие которых серьезно усложняет функционирование экономики в настоящее время и определение перспектив на будущее. При этом особое внимание уделяется проблемам развития промышленности и повышению ее конкурентоспособности

Главным «локомотивом» экономического роста является индустриальный сектор, это – костяк любой развитой экономики. Только современный развитый

промышленный сектор может обеспечить быстрый и качественный рост экономики, поскольку именно промышленность обеспечивает наиболее высокие из всех секторов темпы прироста производительности труда и оказывает высокий мультипликативный эффект на другие отрасли и секторы.

Сегодня промышленная политика – комплекс правовых, экономических, организационных, образовательных, информационных, социально-инфраструктурных и иных мер государственного воздействия на промышленную деятельность, направленных на развитие промышленного потенциала Российской Федерации, обеспечение производства конкурентоспособной продукции, сбалансированное и стабильное развитие промышленности в целях социально-экономического развития и обеспечения безопасности Российской Федерации.

Целями промышленной политики в Российской Федерации являются стабильное и инновационное развитие промышленности, достижение и поддержание высокой конкурентоспособности национальной экономики, решение на этой основе социальных задач государства и обеспечение национальной безопасности Российской Федерации.

Задачами промышленной политики в Российской Федерации являются:

- 1) нормативное правовое регулирование промышленной деятельности;
- 2) софинансирование создания или развития промышленной инфраструктуры, а также инфраструктуры поддержки субъектов промышленной деятельности;
- 3) выравнивание конкурентных условий ведения промышленной деятельности в Российской Федерации и за рубежом.

Вместе с тем, углубление сырьевой специализации российской экономики привело к возникновению проблемы «голландской болезни» («ресурсного проклятья»), проявляющейся в развитии добывающего сектора и сектора

неторгуемых благ, к числу которых относится строительство и сфера услуг, при сдерживании роста обрабатывающих отраслей промышленности и расширении импорта готовой продукции.

Государственная программа Российской Федерации «Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности» (далее – Программа), так же как и Стратегия социально-экономического развития России до 2020 года (далее – Стратегия-2020), по сути, является политическим решением о переводе российской экономики с инерционного энерго-сырьевого на инновационный путь развития. В ближайшие десятилетия Россия не сможет освободиться от «нефтяной зависимости».

Поскольку опережающее развитие страны может носить в настоящее время только ярко выраженный инновационный характер, на каждом этапе развития Российской Федерации требуется анализ содержания и характера государственной поддержки и стимулирования инновационных промышленных систем, определяющих позицию страны на мировой арене.

Образованию и развитию национальной экономики России как макроэкономической системы сопутствовало возникновение комплекса специфических проблем, обсуждение которых сопровождалось появлением ряда теорий, объединяемых теорией трансформации. Во многом под влиянием этой теории экономически развитые страны вмешивались в экономику слаборазвитых стран третьего мира. В настоящее время сложность и противоречивость воздействия внешних и внутренних факторов влечет необходимость кардинальной переработки прежних теоретических основ.

При реализации либерально-монетаристской модели трансформации социально-экономической системы в нашей стране были абсолютизированы рыночные характеристики экономики и не принимались во внимание нерыночные. Была поставлена задача построить искомую систему развитой

экономики, воспроизводя реальный процесс ее трансформации (несоизмеримые по продолжительности с реальными процессами на практике сроки) путем внедрения упомянутого идеализированного рыночного механизма. При этом был проигнорирован факт изменения внешней среды, отбрасывались все свойства исходной трансформируемой системы.

В настоящее время наибольшее значение придается институциональному направлению и концепциям развития, в которых некоторая совокупность институтов (норм, правил, процедур, механизмов их реализации) выделяется в качестве универсального свойства, стержня. Однако это свойство является вторичным по отношению к уровню развития производительных сил и производственных отношений, их структуре, формам организации производства и др. По-видимому, именно их состояние и определило тот факт, что заимствования России, а не заимствованные Россией институты и вживление новых регуляторов, привели к неожиданному результату – широкому распространению нестандартных поведенческих моделей и непрерывному рассмотрению их ассортимента, когда любые формальные институты тут же «прорастают» неформальными отношениями и личными связями. «Мутации» такого типа приводят к бездействию и неспособностью институтов служить общими правилами игры.

Вывод 1. Это заставляет предполагать продолжающее существование стационарной переходной экономики. Это своеобразная стабилизация экономики, в которой базовые, формальные институты продолжают функционировать по образу и подобию неформальных. Если российская экономика так и не заработала по обязательным для всех законам с использованием прозрачных и обязательных процедур, то, прежде всего из-за отсутствия эффективных механизмов контроля за соблюдением законов и контрактных установлений. Формирование таких механизмов блокировалось следующим:

- высокой степенью неопределенности, возникшей еще на начальном этапе реформ, отсутствием политической воли;
- неукорененностью традиций «правильного и целесообразного поведения», идеологическим расколом общества;
- интеллектуальной незрелостью элиты, несовершенством стимулов.

То есть для нормальной работы экономики в стране необходима реинституализация, основными элементами которой должны стать:

- установление прозрачности информации и единых правил игры в соответствии с законом;
- ликвидация множественности центров власти и обеспечение независимости государственных институтов от влиятельных групп со специальными интересами;
- сужение пространства применения «серых» схем, «непрозрачной» теневой практики, коррупции и воровства.

Все эти меры направлены на улучшение общеэкономической ситуации в стране, стабилизацию экономики и развитие производственной сферы, иначе в стране будет сохраняться обстановка, неблагоприятная для реального сектора экономики.

Возможности долгосрочного развития могут помочь обеспечить:

- улучшение условий инвестирования и активизация инвестиционных процессов, увеличение числа источников инвестиций;
- создание равных условий конкуренции для всех хозяйственных субъектов;
- совершенствование налоговой системы;
- стимулирование прогрессивных структурных сдвигов, повышение конкурентоспособности российской экономики, защита интересов российских производителей на внешних и внутренних рынках;

- стимулирование инновационной активности;
- формирование конкурентных и эффективных рынков агропромышленной продукции, создание их оптимальной правовой, финансовой и институциональной инфраструктуры;
- обеспечение условий для вовлечения земли в хозяйственный оборот;
- реформирование ЖКХ;
- создание условий для интеграции Российской Федерации в мировую экономику, приведение законодательства в соответствие с общемировыми требованиями;
- углубление экономической интеграции России с государствами-участниками СНГ, Таможенного и других видов союзов.
- продолжение политики индустриализации страны как важного ресурса экономического развития.

Вывод 2. Если максимально использовать уже созданные условия для дальнейшего роста производства и промышленности, необходимо:

- существенно увеличить количество малых и средних предприятий, развивающихся вокруг существующих крупных комплексов, либо являющихся их частью;
- дальнейшее уменьшение налоговых платежей с предприятий, инвестирующих технологическое перевооружение производства и внедрение новой техники пропорционально росту затрат на эти цели;
- оптимизация величины акционерных капиталов, направлений его использования (на базе существующих государственных программ, нуждающихся во взаимоувязке);
- всемерную интеграцию науки и производства для выпуска конкурентоспособной продукции, формирование производственно-торговых и

финансовых объединений, ориентирующих производство на решение стратегических задач;

- организационная и структурная перестройка экономики, в первую очередь, в промышленности.

Освоение научных технологий – главный путь подъема экономики и уровня жизни населения, однако в последнее время, несмотря на принятие правительством меры, включая Стратегию-2020, усилилась технологическая и инновационная отсталость страны от экономики развитых стран. Поэтому преждевременно полагать, что в России уже создана цивилизованная рыночная система, отвечающая интересам населения. Не обеспечиваются рациональное распределение и эффективное использование ресурсов в народном хозяйстве страны, прежде всего – прогрессивной техники и новейших технологий. Нужна действительно долгосрочная социально-экономическая и научно-техническая стратегия, учитывающая сегодняшнее разноуровневое (и даже разноукладное) состояние реального сектора. Здесь в качестве текущей задачи может быть поставлена задача технологической модернизации производства как путь догоняющего развития, который с учетом сегодняшнего положения на рынках технологий и общему понижению спроса, мог бы относительно дешево обойтись стране, если мы не будем упускать время. Накопившийся на достаточно высоком уровне квалифицированный состав рабочей силы и огромный запас природных ресурсов, а также осознанно-выбранное направление развитие экономики на текущий период могли бы выровнять ситуацию с разноукладным характером промышленности и других отраслей хозяйства и создать неплохую базу для дальнейшего развития в сторону инновационного и научно-технического прорыва.

Вывод 3. Не последнюю роль в развитии данного направления могут сыграть внутренние рынки стран СНГ, возможности Таможенного союза и

другие аспекты международного сотрудничества России. Последовательное развитие в данном направлении позволит сдвинуть с места экономические темпы роста последних лет.

Насущная необходимость экономического оживления – это не только и не сколько изменение внешнеэкономической конъюнктуры для некоторых отраслей промышленности и появление новых возможностей для импортозамещаемых производств.

Здесь могут найти продолжение уже применяющиеся меры:

- увеличение госзаказа, финансовая подпитка в АПК;
- содействие реализации федеральных целевых программ и отраслевых целевых программ, финансирование строительства наиболее приоритетных проектов из госбюджета;
- расширение налоговых льгот для инвесторов на региональном уровне;
- сохранение и усиление льгот по налогообложению прибыли, направленные на прямые вложения в капитал;
- борьба с вывозом капиталов за рубеж;
- стимулирование к выходу производств из тени;
- регулирование цен и тарифов на продукции и услуги естественных монополий, сдерживание их роста в необходимые моменты развития;
- ограничение государственного масштабного передела собственности и дезинтегрирующих процедур;
- упорядочение управления государственным капиталом;
- влияние на взаимодействие крупного и среднего, а также малого бизнеса;
- усиление мер по противодействию коррупции и нарушение законодательства.

Сверхлиберализация производственных отношений приемлема для стран, где уже сложилась рыночная экономика с доминированием ТНК, обеспечивающих экономический рост и внешнеэкономическую экспансию.

Вывод 4. Фискальная политика Российской Федерации базируется в основном на доходах, получаемых от экспорта сырья, а так как мировые цены являются экзогенным фактором, то это ставит курс рубля в зависимость от международной финансовой конъюнктуры. Становление газонефтяной отрасли сопровождалось наращиванием объемов иностранного кредитования, более 300 млрд долл. При всей доходности предприятий этой отрасли их развитие носит дотационный характер. Государство оплачивает за счет льготного налогообложения обновление основных средств, разработку более сложных месторождений, участвует в проектах по строительству трубопроводов, защищает интересы компаний на международных рынках, закрывает глаза на необоснованно завышенные цены внутреннего рынка. Россия несет долговременные обязательства по поставкам нефти и газа другим странам. Таким образом, в экономике сохраняется официальная поддержка сырьевого типа экономики, хотя именно эта отрасль должна бы стать заказчиком и инвестором инновационных технологий.

Государственная программа «Развитие промышленности и повышения ее конкурентоспособности» реализуется с ноября 2010 года, поэтому на основе статистических данных можно говорить, насколько России удалось преодолеть экспортно-сырьевую направленность своего развития и оценить сложившиеся тенденции. Как выяснилось именно показатели добывающей промышленности оказывают наибольшее влияние на ВВП страны. Динамика показателей этой отрасли характеризует не только внутреннюю конъюнктуру рынка, но также и мировые тенденции потребления этих ресурсов.

Главной целью промышленной политики является повышение эффективности и конкурентоспособности промышленности России на внешнем и внутреннем рынках, которое неразрывно связано с модернизацией и подъемом экономики. Длительность перехода на инновационный путь развития определяется существующей отраслевой структурой и недостаточным уровнем человеческого потенциала, который данный переход и должен обеспечить.

Необходимо понимать, что структура промышленности – совокупность взаимосвязанных высокотехнологичных и базовых отраслей. К высокотехнологическим секторам экономики отнесены авиационная, ракетно-космическая промышленность, судостроение, радиоэлектронная промышленность, атомный энергопромышленный комплекс, энергетическое машиностроение, информационно-коммуникационные технологии, а к базовым отраслям – энергетическое, нефтегазовое, транспортное, тяжелое машиностроение, станкоинструментальная промышленность и горно-металлургического комплекс.

Опорными отраслями экономического роста должны стать отрасли, где наша страна изначально имеет конкурентные преимущества. Одним из таких направлений должна стать переработка нефти. Но данное реформирование необходимо проводить очень осторожно, чтобы это не отразилось негативно на внутреннем рынке. В первую очередь нужно разработать эффективный механизм распределения нефти, который позволил бы обеспечивать химические производства сырьем, производить высококачественные нефтепродукты внутри страны, и продолжать экспортировать нефть. Основным инструментом такого регулирования является отмена экспортных пошлин на вывоз нефти и нефтепродуктов, ограничений по ввозу импортного топлива.

Таким образом, можно прийти к выводу, что в ближайшей перспективе России не удастся кардинально переломить наметивший путь экономического

роста. Именно экономический рост оперирует количественными показателями, тогда как понятие «развитие», в первую очередь, определяет качественные преобразования, т.е. совершенствование базовых технологий и социальной. Богатая сырьевая база должна стать неотъемлемым фактором конкурентоспособности промышленности России, если ей удастся переломить технологическую отсталость производства.

Необходимо также отметить, что оборонно-промышленный комплекс долгое время занимал значимое место в экономике страны, был основой инновационной и научной деятельности. Именно благодаря данному сектору промышленности создавались прогрессивные технологии, которые использовались в дальнейшем и в других отраслях.

По нашему мнению, в данной отрасли мог бы существовать потенциал роста, но только в условиях государственного заказа, с одной стороны, и привлечения частных инвестиций в развитие комплекса с другой стороны. Оборонно-промышленный комплекс не может иметь резерв самостоятельного развития, и одновременно с этим в рамках государственной безопасности не может быть открыт для иностранного капитала. А в рамках ограниченности ресурсов государственной власти придется решать вопрос о приоритетах развития военной или потребительской продукции.

Происходящие в последние годы глобальные изменения привели к тому, что развитие космической, авиационной, машиностроительной, судостроительной промышленности стало востребовано рынком. При эффективной промышленной политике данные отрасли смогут не только предложить востребованный конкурентоспособный продукт, но и запустить инновационные процессы во всей экономике. Для разработки данных востребованных, как на отечественном, так и на мировом рынке, продуктов

необходимо использовать потенциал многих отраслей во взаимосвязи с научным сектором страны.

Основными выводами по выполнению стратегических программ могут быть следующие:

1) Среди российских товаропроизводителей реальной международной конкурентоспособностью обладают лишь компании, занятые в экспортно-ориентированном сырьевом секторе, производстве военной техники и вооружений, выпуске современного технологического оборудования, разработке новых товаров и материалов. Данные отрасли базируются на сравнительно передовых технологиях и высокопрофессиональных кадрах. Однако их позиции на мировом рынке не так прочны, как у ведущих транснациональных компаний.

2) Мировой опыт показывает, что развитие рыночных отношений само по себе не является достаточным условием быстрого научно-технического развития, тем более что спад промышленного производства, нестабильность кредитно-финансовой сферы, довольно высокий уровень инфляции и ряд деструктивных особенностей управления (коррупция, в частности) породили в России беспрецедентное падение инвестиционной активности, и соответственно плохо стимулируется инновационная деятельность в большей части отраслей промышленности.

3) Постепенное снижение стоимости рубля относительно доллара и евро может положительно отразиться на стоимости отечественных товаров, прежде всего на внутреннем рынке, увеличить возможности отечественных производителей, в первую очередь – продовольствия, усилить их конкурентные преимущества.

4) Возродить экономическую мощь России возможно лишь на основе интеграции в мировую экономику, однако этот процесс не должен быть ограничен отраслями топливно-энергетического комплекса, первичной

переработки сырья. Основным государственным приоритетом должно стать развитие научно-технического потенциала, основой которого должен служить уцелевший высокий интеллектуальный потенциал российского народа.

5) Ядром политики модернизации предприятий должна стать мобилизация всех инвестиционных возможностей и ресурсов, обеспечивающих в рыночной экономике воспроизводство основного капитала. Без модернизации производственно-технической базы предприятий невозможен переход к инновационной, современной экономике, неосуществим качественный скачок в уровне производства.

6) При решении проблемы модернизации предприятий необходимо иметь в виду, прежде всего смену поколений техники, а не обычные процессы улучшения и частичного совершенствования, что довольно часто на практике скрывается за понятием модернизация.

7) Инновационная сфера, которая должна обеспечить реальную модернизацию экономики, находится почти в упадке, прежде всего в машиностроении, не имеет внутренних ресурсов для обновления. Необходимо последовательное выполнение уже существующих государственных программ, а также усиление государственного финансирования отраслей инфраструктуры НИОКР, взаимодействие государства и частного капитала, поддержке отечественного производителя.

8) Реформирование отношений управления (устранение несовершенства корпоративного управления, позволяющего вымывать активы, скрывать реальную прибыль, осуществлять политику сговора по ценам и т.д.) должно быть увязано с налоговым законодательством, конкретными процедурами и технологиями учета финансовых потоков, внутреннего и внешнего аудита).

9) Решающим условием использования преимуществ, связанных с процессами интернационализации хозяйственной жизни, является проведение

государством внутренней политики, открывающей простор структурной перестройке народного хозяйства, предпринимательству и цивилизованной конкуренции, ориентирующей отечественные предприятия на выпуск продукции, сопоставимой с лучшими зарубежными образцами по качеству, ценам и издержкам. Базироваться она должна, в первую очередь, на эффективной системе образования, подготовки и переподготовке кадров.

Таким образом, нами сформулированы следующие предложения:

1) Необходимо, на наш взгляд, выделить первоочередные, текущие задачи программы в связи с использованием сегодняшнего момента и его опасностей/преимуществ. Так, в рамках основной цели Программы определить главной целью модернизацию отечественного производства и качественный рост промышленного производства. Данная задача может быть решена при помощи инструментов реальной промышленной политики, основы которых заложены в обсуждаемую Программу. Однако успех реализации такой программы зависит от высоких (на уровне 6-7%) темпов роста экономики. Поэтому необходимо уточнить реальные (осуществимые на сегодняшний день с учетом сложностей выполнения бюджетных обязательств и изменениями курса рубля) объемы финансирования предложенных отраслевых подпрограмм и уточнить список подпрограмм, способных на сегодняшний день служить эффективными флагманами производства.

Без выхода на средний технологический уровень всех сфер промышленного производства, инновации экономикой восприниматься не будут. Без прохождения этапа модернизации фактор инноваций, как драйвера (движущей силы) экономики, не работает, так как не имеет под собой основы для движения. Структура промышленного производства для инновационного движения должна быть, возможно, более выровненной по укладам, причем доля

пятого уклада должна преобладать. Такой мощный рывок страна должна сделать за возможно более короткие сроки.

2) Главными движущими силами создания высокотехнологической промышленности, способной производить наукоемкие технологии должны быть имеющиеся в стране ресурсы, высокая квалификация населения и наука. На предприятиях наукоемких отраслей осуществляется интенсивная инновационная деятельность, продуцируется высокая добавленная стоимость, которая, при высокой оплате такого труда способствует нарастанию рентабельности (при достижении высоких темпов роста). Поэтому для нашей страны нужно с определенностью выбрать стратегию интегрированной модернизации, объединив все имеющиеся на сегодняшний день стратегии (Стратегия-2020, Энергетическая стратегия-2030, рассматриваемая Программа и другие). Все стратегии должны быть подчинены не отраслевым/секторальным целям, а единой цели, так как ресурсы для их осуществления одни и те же.

3) Для реализации задачи создания взаимосвязанной промышленной политики и стратегии развития экономики необходимо создание государственного прогнозно-аналитического Центра для проведения и своевременной корректировки экономической стратегии и промышленной политики.

4) Вариантом реализации такой политики на текущий период должны стать импортозамещающие технологии, закупать которые сейчас для России выгодно в силу кризисного падения спроса в мире. На базе заимствованных технологий можно и нужно осуществлять технологический прорыв. Поэтому необходимо точно выделить связки отраслей, ориентированных в первую очередь на внутренний рынок. Кроме того, в силу схожей структуры экономики и давних экономических связей, России следует ориентироваться на интеграцию в рамках Таможенного союза и СНГ.

5) Наиболее перспективными представляются в этой связи легкая, пищевая промышленность и производство сельскохозяйственного оборудования и техники. Кроме того, должны быть выделены производства сырья и материалов для нужд отечественного производства. В рамках поддержки автомобильной промышленности распределить приоритеты, отдавая предпочтение развитию производства промышленных автомобилей и автотранспорта. Производство легковых автомобилей, возможно, поддерживать госзаказами и программами утилизации.

6) Выделение взаимоувязанных цепочек производителей, как залог главного развития обрабатывающих отраслей промышленности, в первую очередь ориентированный на внутренний рынок, требует выделения данных частей программы как первоочередных задач, нуждающихся в поддержке и финансировании. К ним примыкают две базовые отрасли – энергетика и транспорт. Необходимо определить на уровне базовых задач Программы минимальные цифры изменения структуры отечественного производства (доля добывающих отраслей, %, в том числе отраслей сельскохозяйственного производства, не менее таких-то цифр). Иначе проблемы структурной перестройки экономики останутся нерешенными и за пределами 2020 года.

7) Оценка эффективности, предлагаемая в Программе, скорее всего, должна быть разложена на составляющие, указанные в составе интегрального показателя, так как на первом этапе реализации (до 2015-го года) крайне важными останутся два первых показателя – целевое использование средств и достижение запланированных объемов выпуска для отслеживания выполнения Программы по конкретным отраслям. В первую очередь это касается указанных выше отраслей.

8) При субсидировании технического перевооружения перерабатывающих отраслей промышленности, в частности, легкой

промышленности, на наш взгляд, одним из главных условий предоставления субсидий могли бы стать показатели энергоэффективности закупаемого оборудования и технологий, так как они указываются в технических характеристиках и легко поддаются контролю. Обладают такими характеристиками только новейшее, передовое оборудование, способствующее преодолению технологической отсталости вместе с увеличением объемов производства.

9) В отраслях пищевой промышленности есть смысл вернуться к государственным стандартам качества (как это происходит в Беларуси, активно пользующейся советскими ГОСТами и без особого труда одним качеством подвинув молочными и мясными продуктами нашего и импортного производителя). Реальное качество продукции стоит всех запланированных мероприятий по продвижению отечественной продукции на рынки.

UDC 339.9

Kosmarova N.A. Globalisation and welfare across the globe

Kosmarova Nadiya Anatolievna

Institute of Economics and Management CFU by V.I. Vernadsky,
Simferopol

Abstract. The article considers that globalisation has delivered welfare improvements across the globe through security, availability of education, health and resources allocated to the poor.

Keywords: Globalisation, welfare, Index of Globalisation, human development, poverty, export, economic growth, national security.

Globalisation is a process of increasing integration of economies worldwide especially through trade and financial flows [1]. It is also important to understand that globalisation is inevitable and irreversible. It is influencing a lot of areas such as economics, global security, environment and the others. All of these should be considered before concluding whether or not benefits of globalisation outweigh the disadvantages experienced from it. Welfare is to be understood through security, availability of education, health and resources allocated to the poor.

The debate on whether globalisation improves welfare around the globe arises from the claim that globalisation is the main reason behind the rise of inequality and the uneven allocation of capital. "Globalisation has dramatically increased inequality between and within nations" argues Jay Mazur. On the other hand, statements like "Over the past 20 years the number of people living on less than \$1 a day has fallen by 200 million, after rising steadily for 200 years" (James Wolfensohn, president of the World Bank) are heard as often. Since these controversial accounts take place at the same time, there is a problem on one of the sides of the argument. There could be many more reasons to either an increase or decrease in welfare apart from globalisation. However, if we see a clear statistical pattern in most of the examined cases which

supports either one of the stand points, we may conclude on whether or not globalisation increases welfare. In order to do so the data has to be observed.

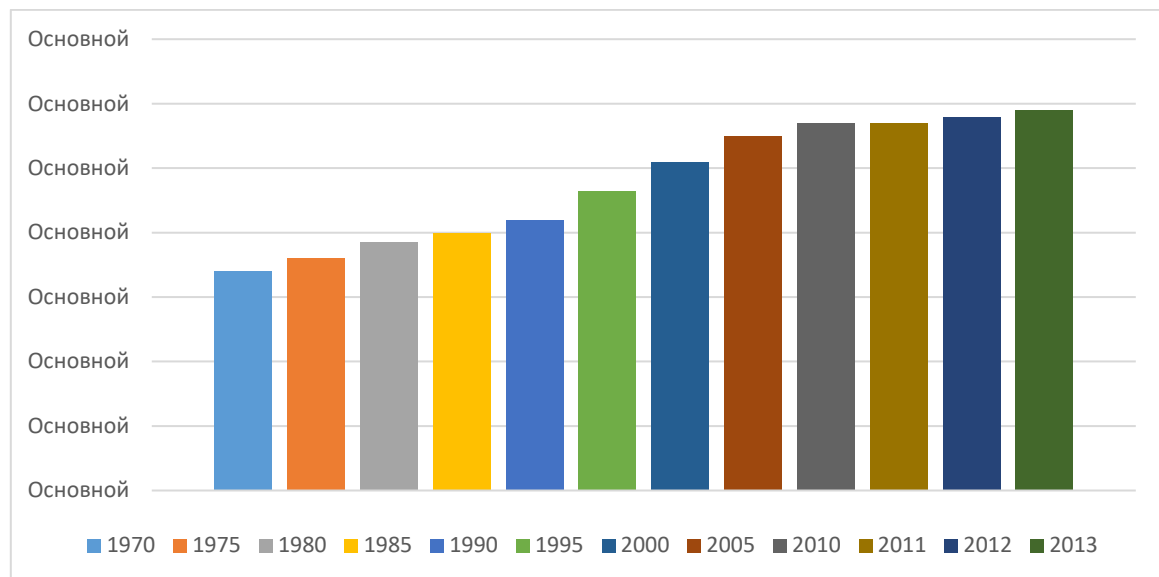


Figure 1. Index of Globalization*

* KOF Globalization Index - <http://globalization.kof.ethz.ch/aggregation/>

Many studies use cross-sectional statistics to examine the relationship between some dimensions of globalisation and growth. Those could, however, show the factors which do not change over time and are not the consequences of globalization [1]. Instead, panel data could be considered as rather representative by avoiding shortcoming which could appear when using cross-sectional approach. To show the extent to which countries or regions are globalised KOF Index of Globalisation could be used as well as data on trade throughout the world. Index of Globalisation is shown on Figure 1 and we can see a steady growth in world globalisation by every year. Figure 2 represents exports of goods and services per cent of GDP worldwide. Export, however, is only one of many factors which influence economic globalisation, not to mention political and social aspects of it.

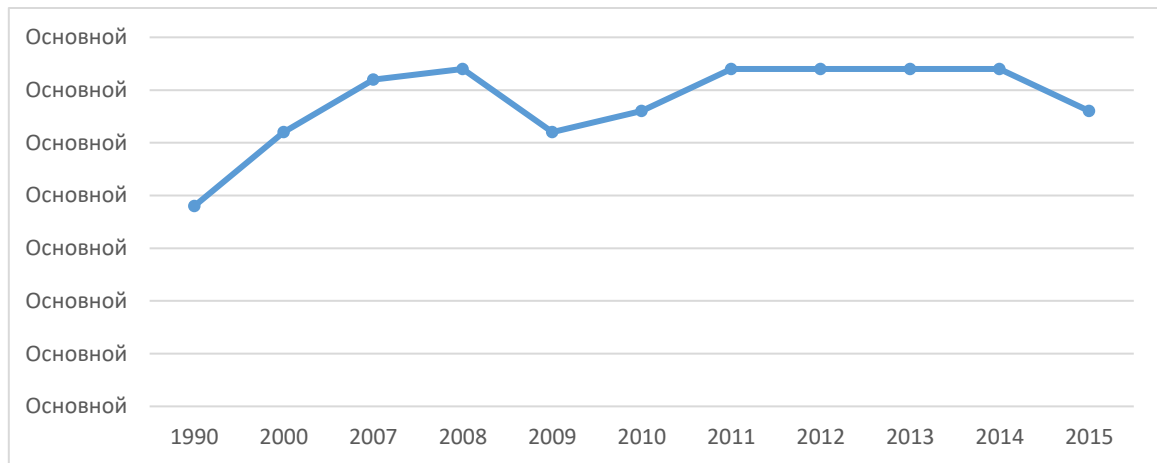


Figure 2. Export of goods and services*

*Exports of goods and services (% of GDP). <http://databank.worldbank.org/data>

Figure 3 shows poverty headcount ratio at \$1.90 a day. This way of looking at poverty is direct and immediate. It is apparent that since 1990, which is associated with the collapse of Soviet Union, economic liberalisation followed by globalisation rose, whereas poverty is steadily decreasing since the beginning of the age of globalisation.

Apart from the ones presented above, there are broader measures of welfare that take into account social conditions show that poorer countries have done progress in decreasing poverty and inequality [3]. This then refers to the notion of human security which is not to be mistaken with national security which will be mentioned later. The origin of the concept of human security can be traced to the publication of the Human Development Report issued by the United Nations Development Programme (UNDP). The concept of human development is introduced in the report in 1994. Human Development Index (HDI) is derived and used broadly. HDI worldwide in 1990 was 0.597 and rose up to 0.711 in 2015 according to 2015 UN Human Development Report.

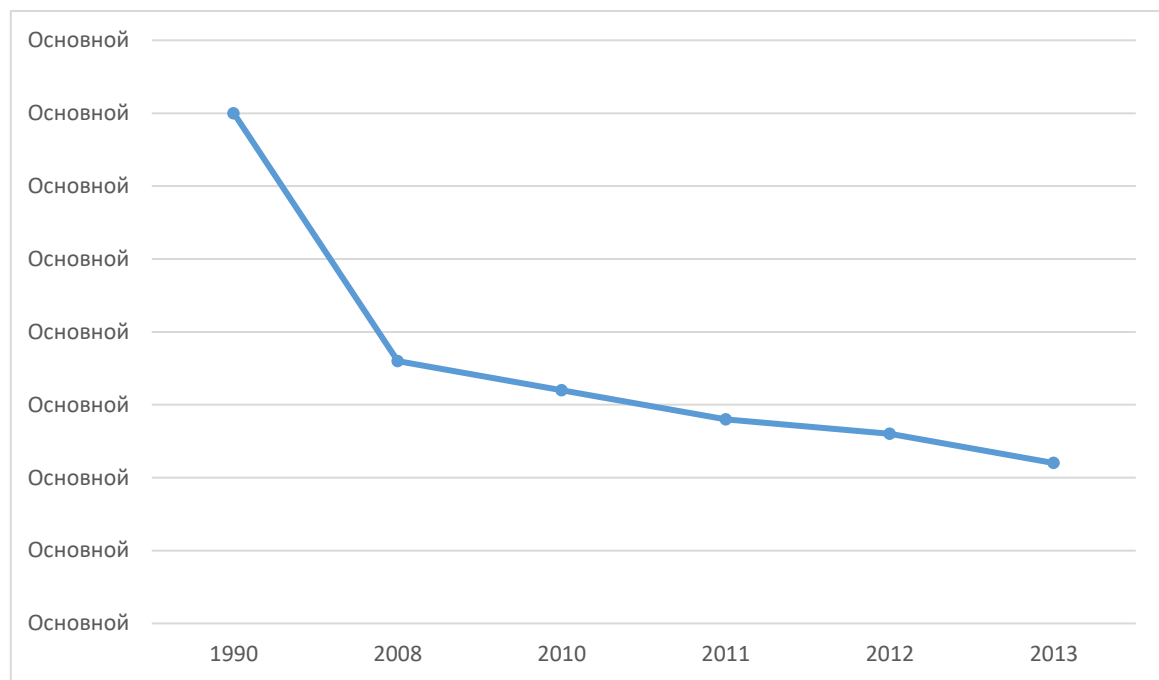


Figure 3. Poverty headcount ratio at \$1.90 a day (2011PPP)(% of population)*

*UN Human Development Report Office. "Human Development Report 2015: Work for Human Development" (created 11/24/2016)

Following the same source of data, HDI in the least developed countries rose by around 45% during the past 25 years. A similar trend is seen when looking at other indicators such as life expectancy and education availability. Since 1990, 2 billion people have been lifted out of low human development, extreme income poverty has been reduced by more than a billion. Every region of the world has seen Human Development Index gains [3].

It is remarkable that more globalised developing economies grow rapidly since 1970's, compared to those less globalised ones which are not experiencing the same amount of economic growth. These countries were particularly influenced by the policies proposed to them. Any strive towards market economy, economic liberalisation and international integration therefore pays off eventually if the state manages to make these policies working in practice [3].

A study carried out by Dollar and Kraay in 2001 as well as Greenway in 1999 show that there is a strong correlation between trade and economic growth. However there are researches such as Rodrik (1998) and Alesina (1994) report that there is no relation between the two. And finally a research by Garrett in 2001 argues there is a negative effect of globalisation in low income countries. Again, however, studies done by Rodrick, Alesina and Garrett only look at cross-sectional data which could be considered inappropriate for such a research. There is though statistical data presenting a continuous period of time which could be taken as a support for the argument against economic liberalisation. In China, for example, FDI rose by 6% shifting towards services, while FDI into manufacturing stagnated, resulting in its share of FDI flows dropping to 31 per cent [3]. "Rising wages and production costs, particularly in the coastal region, have put an end to the significant edge that China once held in manufacturing in general and labour-intensive production in particular." says 2016 World Investment Report. This is an "out of pattern" example, however, since any other decreases in FDI are caused by either large interdependence between the states, such as Kazakhstan who's FDI plunged by over a half largely due to Russia's weakened economic performance, or a somehow caused or even self-inflicted isolation from the trade.

Seems like an undoubtable case of an outstanding improvement of economic situation caused by liberalisation. This, however, does not mean any advancement in welfare has taken place. One must observe a broader context according to the definition of welfare given in order to claim whether or not globalisation has caused any improvements in welfare globally.

Environment is considered one of the problems associated with globalisation. It comes from the increased levels of production and consumption as a result. On the other hand, it is often said to have the opposite effect. It has promoted the sharing of knowledge and the influence of NGO's on global environmental issues [3]. There is no

doubt about the validity of both arguments therefore it could be said that globalisation is the cause of a negative effect on the environment to a certain extent, although at the same time it is the means by which a consensus between people is to be reached on this issue. Another problem associated with globalisation is the one of security and terrorism in particular. This one is similar to the previous in terms of the uncertainty of the effect of globalisation on both issues. On one hand, globalisation is unintentionally making weapons to be assembled by the terrorist groups, including weapons of mass destruction. On the other hand it allows a higher level of cooperation between states to take place. Not to mention that the very same or even rather advanced technologies of weapon construction are shared among the nations for self-protection. Thus states have political, military, legal, economic and technological advances in the struggle against terrorist groups.

Globalisation also results in social integration. Technological progress caused by globalisation promotes and thus entail international trade and a deeper economic integration, as they lower cross-border transaction costs [4]. Any information including all sorts of marketing could be accessed worldwide which eventually results in the decline of the importance of geographical location of the customer as such. This then leads to the greater availability of information on economic stances in different countries and consequently reduces any hypothetical resistance to ideas which could be brought to the country of the reader. Therefore structural reforms held in industrialised countries would spread to developing countries faster and the acceptance and comprehension of those will be present [4].

Apart from the apparent benefits of globalisation, the world currently faces all the apparent threats of a constantly globalising society. The major fear is the one of harm to the worker's interests. The argument rests upon the assumption that industries in developed countries will become uncompetitive compared to "low-wage economies". We can observe this fear simply by looking at the last presidential election

in the United States. One of the reasons why Mr. Trump is popular is his stand point on protection of national businesses. Industries are in danger due to various scarce factors of production. And this seems to be very convincing, although there are solutions to it apart from radical isolations and enforcements to bring factories back to the country of origin as Mr. Trump suggested. The solutions are derived from the nature of economies. They mature, shift from producing goods to providing services, they also shift towards highly skilled jobs. This process would be happening with or without globalisation. It is the only difference that with a market economy the changes will be softened by benefits of capital flows, technological innovations, and lower import prices [5]. IMF suggest that the restrictions of trade and/or capital flow does help but only in the short-term. "Rather, governments should pursue policies that encourage integration into the global economy while putting in place measures to help those adversely affected by the changes." As potential solutions IMF proposes to make sure there is enough opportunity for education and vocational training to allow workers to adjust to the constantly changing economy, and also to assure social safety precautions are followed to assist people who are displaced.

All the factors discussed above and all the data presented lead to the conclusion that globalisation has increased living conditions worldwide. Considering the criticisms towards globalisation, one may disregard some due to certain shortcomings in methodology, others would be explained as exceptions due to various other external influences that could have caused such an outcome. Others, however, are undoubtedly true. Those problems are present, therefore it is impossible to say that in every case globalisation brought about more benefits than disadvantages. But I would still claim that the general trend with regard to the correct policies enforcements globalisation does increase welfare across the globe.

References

1. Alesina, A, Grilli, V and Milesi-Ferretti, GM. 1994. "The political economy of capital controls". Cambridge: Cambridge University Press.
2. Axel Dreher. (2006). "Does globalization affect growth? Evidence from a new index of globalization." Vol. 38 , Iss. 10, 2006.
3. Baylis, Smith, Owens. (2014). "The Globalization of World Politics." Oxford University Press
4. Dollar, David and Aart Kraay. "Trade, Growth, And Poverty". 1st ed. [Washington, D.C.]: Development Research Group, World Bank, 2001. Print.
5. Garrett, G. 2001. "The Distributive Consequences of Globalization". UCLA, MS
6. Greenaway, D, Morgan, W and Wright, P. 1999. "Exports, export composition and growth".
7. IMF Staff. "Globalization: Threat or Opportunity?" April 12, 2000 (Corrected January 2002)

UDC 33.338

Kucherenko M. The diffusion of innovative technologies in the field of tourism

Диффузия инновационных технологий в туристской сфере

Kucherenko Margarita

Faculty Bachelor of service and tourism
Don State Technical University

Scientific adviser

Borodai V., Doctor of Social Sciences, Professor of the Department Services, tourism and
hospitality industry
Don State Technical University

Кучеренко Маргарита

бакалавр факультета Сервис и туризм
Донской государственный технический университет

Научный руководитель

Бородай В.А., д.с.н., профессор кафедры Сервис, туризм и индустрия гостеприимства
Донской государственный технический университет

Abstract: The article shows that the phenomenal success of tourism due to the constant desire to learn about the world of mankind. This contributes to the spread of innovative information technologies. For Russia, innovative technologies are important from the perspective of the current challenges in the tourism industry such as service levels increase, the improvement of material and technical base, preservation of cultural monuments, etc. Innovative technologies in the tourism industry can open up new opportunities for innovators, making tourism accessible to different groups.

Keywords: innovative technologies, the tourism industry, information resources, efficiency, competitiveness

Аннотация: В статье показано, что феноменальный успех туризма обусловлен постоянным стремлением человечества познать окружающий мир. Этому способствует распространение инновационных информационных технологий. Для России инновационные технологии важны с позиции решения насущных проблем в туристской отрасли, таких как повышение уровня сервиса, совершенствование материально-технической базы, сохранение памятников культуры и т.д. Инновационные технологии в туристской отрасли позволяют открывать новые возможности для инноваторов, делают туризм доступным для разных категорий населения.

Ключевые слова: инновационные технологии, индустрия туризма, информационные ресурсы, эффективность, конкурентоспособность

Tourism - the sphere of economic complex, which provides one-tenth of the world's gross product. This industry is growing rapidly in the coming years may be the most important sector of business activity.

Forecasts of experts of the World Tourism Organization on the development of tourism in the world to fully apply to Russia. After all, it is extremely advantageous geographical and geopolitical location, developed transport network, has significant natural and recreational, historical and cultural resources, populated by hard-working and hospitable people. Ensure adequate return on this powerful capacity to use it for the benefit of active rest and recovery is possible only if a clear organization of tourist activity, strengthening existing and creating new material and technical base, to attract experienced and qualified personnel, that is subject to the proper organization and effective management tourism [1]. Tourist business attracts entrepreneurs small starting capital, fast payback period, the continued growth in demand for tourist services, high level of profitability.

The global tourism industry has experienced a boom in 2000 and holds the growth of tourists and revenues from the tourist activity in the subsequent years of the XXI century. Every year the number of tourists increased by 5-7% per year. Income from tourism reached a record high and year are about \$ 500 billion. Dollars. The impressive results of the 2000s and subsequent years has been achieved thanks to the numerous significant events such as the anniversary of Christianity, the Summer Olympic Games in Sydney and winter in Salt Lake City, European and world football championships, etc.

The phenomenal success of tourism due to the fact that it is based on the satisfaction of a constant desire of mankind to know the world, to explore the culture, traditions, customs and traditions of different peoples. This knowledge through tourism helped raise the standard of living in many countries, the development of transport, information and other technologies, globalization, and gave a powerful impetus for the formation of ethnographic and other types of tourism [2].

There is a shift in consumption patterns - for many tourism is no longer a luxury but a natural necessity. In some, especially the European countries, even formed such

a thing as the "right to tourism", it is reflected in the Global Code of Ethics for Tourism adopted by the World Tourism Organization.

The organization "World Economic Forum" was the rating of competitiveness of the tourist market. 139 countries assessed. The rating indicates that although the European region as a whole is open to trade and movement of people, some countries are lagging behind. The three leaders on the competitiveness of the national tourism market accounted for Switzerland, Germany and France. The basis of the competitiveness of these countries make up the innovation and information technologies. Therefore, in competition with one of the directions of development of the tourism industry of countries in transition is the introduction of innovative technologies, which, in our opinion, play a different role. The complexity of the study of this topic is the lack of interpretation of the concept of "innovative technology" not only in tourism but also in other industries. By this term, we think it is advisable to understand the radically new or improved technologies that significantly improve the conditions of formation of tourist products or services or goods themselves act [3]. In contrast, innovation, innovative technologies are more narrow notion because even Joseph Schumpeter defined five areas of formation of novelty: the production of a new product, the reorganization, the introduction of a new method of production, development of new markets, the development of a new source of raw materials or semi-finished products. Then, as other researchers in the study of the essence of this concept is understood in primarily Internet-based technologies, which are only one of the types of innovative technologies in tourism. For tourism as a sector includes a variety of objects with a different level of service, a different kind of tourism products and services, possibilities of its development and role in the economy [4].

Accordingly, the course of social development of countries, which is inherent in the polarization of economic and social processes, the transition from life-support model to model a variety of free time when the role of tourism is increasing and

expanding its functions. On these grounds the world can be divided into the following groups:

- Countries where tourism is developing evolutionary, organically woven into the life style, and ensure the development of the tourism industry, which is able to create an innovative tourism product (it's mostly highly developed countries);
- For introduced the country's tourism, where it is considered only as the scope of application of labor, and the tourism industry is generated when the state assistance efforts of transnational capital (developing countries);
- The country where tourism was part of the style of a significant layer of the population lives in conditions of socialization in terms of stabilization of socio-economic development and the growth of income levels immediately restored (post-socialist countries).

That is, the development of tourism as a social phenomenon and the tourism industry as a component of the economic complex of the country, provided the general level of social and economic development of the country, and this dependence is mutual. [5] Thus, the partial study of market processes in tourism can be traced global socio-economic and socio-cultural change inherent in the present stage of development of human civilization and to determine their regional characteristics. After all, for countries that have a developed market and tourist infrastructure, innovative technology now used to: maintain the interest of the individual tourist sites, attracting new tourists, raising their level of comfort and the creation of exclusive services. While Russia's innovative technologies are important from the perspective of the current challenges in the tourism industry (increase service levels, improve the material and technical base, preservation of cultural monuments and the like).

In this case, we consider it appropriate to single out the following types of innovation:

- on the field of innovation, new to the industry, new country, new to the world, the new enterprise;
- content: organizational management, information, technology, engineering;
- because of the occurrence: the reactive and strategic;
- on the potential: the radical and modifying.

According to this classification of Internet technology will relate to information technology innovation. These technologies can be used in the formation of the tourism product tourism companies in order to:

- 1) carrying out promotional activities;
- 2) to inform consumers about updates and promotions;
- 3) the formation of a positive image among tourists about the company;
- 4) the promotion of new types of tourism services (visits to museums via the Internet network is not only Russia, but also of the world).

In particular, it should be noted that at present the last service was extended and is of interest to many target groups, such as students, who during the lessons via the Internet can visit the museums, which are located in another country and get acquainted with the achievements of world culture and art. Today it is possible for objects such as the Hermitage in St. Petersburg, Kiev-Pechersk Lavra, the Louvre in Paris, the Metropolitan Museum in New York (www.panotours.ru, <http://rzd.ru/steams>, <http://tours.kremlin.ru>, www.armchair-travel.com, www.virtualtravel.cz, www.sphericalimages.com, www.googleartproject.com, www.everyscape.com and the like). Also of interest are the virtual tour, where you can not only visit some museums, but also to see the monuments of culture, nature [6]. In this regard, Google is an interesting company and offer "Russian railways", offering to travel from Moscow to Vladivostok, which passes through the two parts of the world, 12 regions and 87 cities. You can simultaneously view on Lake Baikal, the Barguzin Mountains and the like. Also, Google has launched a new service Hotel Finder, designed on the basis of

ITA Software Product. The purpose of this service - the hotel search on the parameters entered by the user. The new service allows you to search for hotels by location, price, star rating, reviews, and availability of discounts for accommodation. Users can view the photos of the selected hotels, their addresses and phone numbers, and book a room, follow the link on Google's partner sites (eg, Priceline to or Travelocity). So far, the service extends only to the territory of the United States, on the location of the hotel information can be obtained from the map service Google Maps. The project announced pilot, later on the basis of its plan to launch a full version.

The next area of the use of innovative information technology is the integration of the efforts of both the tourist company, the insured, transport company, tour desk, hotels, catering establishments for the creation of information tourist products, which will allow the Internet user to select a service, and for the participants to form your purchasing, pricing, investment and sales policy [7].

At the same time, information technology in the field of tourism, which will be used for the organization of hotel and restaurant business, in our opinion, it is better attributed to the organizational and managerial.

In recent years, is spreading at a hotel business organization the use of technology "smart home", which allows more efficient use of all available resources (water, electricity, heat and so on. N), because we all know that this hotel is one of the largest consumers of these resources . Therefore, in the US Competition Sustainable Suite Design Competition was first held, organized by the U. S. Green Building Council and the ASID (American Association of Interior Designers). Competition task for interior designers was to create a hotel room projects that correspond to modern notions of responsibility towards the environment, which would at the same time become a new positive experience for customers. It focuses on the consumption of water, environment, energy, materials, indoor environment. We believe that this technology can improve the efficiency and performance of the hotel business

management system and a prerequisite for its competitiveness, because it allows you to combine safety, comfort and technical capacity [8].

All these innovative technologies positively affect the development of ethnographic tourism not only in Russia but also worldwide. Being in different parts of our planet, the people at the click can learn about the life, national cuisine as well as traditional costumes nationalities, of which they had not even heard.

The emergence of new types of goods and services in the tourism market is due, as a rule, with the scientific and technological progress, providing all the new opportunities in travel and urbanization, in connection with which the people have the desire to change the situation from day to day routine. [9] However, tourists with good and stable income, which allows you to travel, there is a surfeit of standard tourist programs. In this case, the tourists there is a need to obtain new experiences, which offer the most innovative travel agencies.

The next direction - is the use of advanced automated systems for security organizations in hotels and restaurants, management of engineering infrastructure, storage facilities and the like, which allows not only to streamline the process of managing, but also efficient use of all available resources.

The technical innovation technologies should include the introduction of humanoid robots that are created by Japanese scientists to reduce the impact of human emotions on the quality of the organization of hotels and restaurants. These works are created to solve problems with crowded, which will organize work efficiently [10]. To improve the work with the staff of hotels by MTech was proposed application REX Room Expeditor Mobile Apple iPhone / iPod funds. This could also include the use of WI-FI - technologies in hotels and restaurants, DVD-Players, and TVs with LCDs. In particular, if you woke up in the middle of the night «Royal Suite» and want to go to the bathroom, you do not have to wander in the dark. On the edge of the bed there is a small button. By clicking on it, the path to the bath begins to glow softly underfoot.

And nowhere is there any wires - they are securely hidden under the floor and furniture legs. The next technology - is the use of terminals for the reservation of seats and different hotels. Portal Prohotel.ru - is not only a social network for professionals Horeca segment, but also easy online marketplace. booking portal site «Prohotel.ru» contains a regularly updated directory of hotels around the world, thanks to which the user has no problem with the choice of hotel facilities. Book apartments are directly on the portal site. To do this, go to the "Hotels" section (Prohotel Reservation Service). booking system asks the user to enter the name of the country and the city, and then provides all the options. Focusing on the description and photos of hotel suites, the user can book your favorite apartment to him.

Thus, we can conclude that the innovative technology in the tourist industry are the need of the hour, they can not only improve the quality of services, but also efficient use of all available resources, both for tourists and for the owners of the tourism business. [11] With the development of science and technology will continue to develop innovative technologies in the tourism industry that will create new opportunities for innovators and make tourism accessible to different groups.

References

1. Borodai V. Simulation assessment center in the service of the company as a factor in the accuracy and validity of the information about the employee// International Journal Of Professional Science. 2017, №1. P. 22-33
2. Borodai V. Brand of the employer as DNA of corporate culture of service company // European Research. 2017. № 1 (24). P. 34-35. DOI: [10.20861/2410-2873-2017-24-001](https://doi.org/10.20861/2410-2873-2017-24-001)
3. Borodai V. A. Socio-societal analysis of institutional sphere of trade in today's society: thesis for the degree of Doctor of Social Sciences. Novocherkassk, 2009. – 415p.
4. Borodai V. Crowd recruiting as the competence assessment of applicants service company // International Scientific Review. 2017. № 1 (32). P. 46-47.

5. Borodai VA Increased business potential based on Business Intelligence technologies // Technology Business in Russia: Theory and practice. - IV Int. scientific-practical. Conf., (27 September 2016), Saratov: Publishing House MTC "Business Academy", 2016. – 46p.
6. Borodai VA Optimization of travel-policy in the corporate business travel // Tourism and hospitality industry: the current state and trends of the international scientific-practical conference in the framework of the XI International scientific-technical forum InERT 2014. P. 8-12.
7. Borodai V.A. Socio-economic development of tourist areas - institutional aspects // Socio-economic and technical-technological problems of the development of services. - Mine .: South-Russian State University of Economics and Service; Rostov-on-Don, 2012. P. 11-15.
8. Borodai VA Trade as a social process of innovation and a factor of social transformation // Humanitarian and socio-economic sciences. 2008. № 4. P.181-184.
9. Borodai VA Influence dualism of media space on the perception of the subject-user market // Theory and practice of modern science. 2015. №6 (6). P.155-158.
10. Borodai VA, Kazmina LN The process of commercialization of individual competencies in tourism on the basis of a personal brand // Economy and Society. - 2015. № 6-1 (19). P. 378-381.
11. Dudkina OV, Minasyan LA, Saga AS, Experience in using information and communication technologies in conducting marketing research on the visualization of the tourist potential of the city of Rostov-on-Don // Culture and tourism as tools enhancing the human potential of the nation. The National Academy of Tourism, St. Petersburg, 2016

UDC 330

Kurametova M. Adaptation of the integrated management models of innovative processes

Kurametova M.,

DBA student, Kazakh humanitarian-law university

Abstract: An author was stated the questions of use of foreign experience and also an application of innovative approaches and development, typical for domestic model of management, effective instruments and mechanisms. The analysis of international experience of use management various forms is considered as mobile and adequately applicable, separate examples of possible adaptation of the integrated management models of innovative processes in the conditions of Kazakhstan are given in the article.

Keywords: the integrated models, management, innovations, technologies, communications, processes, mechanisms.

Development of integration processes in the conditions of globalization and the crisis phenomena in world economy causes a need of the system analysis of real international experience of system improvement of the integrated management model of innovative processes.

The leading innovative centers of the majority of foreign countries concentrate attention on development of the universal innovation management models as major resource for overcoming the crisis phenomena [1]. Kazakhstan is emphasized on formation of innovative economy, which both according to contents and in a form has to correspond to the perspective directions of scientific and technical development and social progress.

It is required not only the developments of own, typical for domestic management model, effective instruments and mechanisms of ensuring sustainable innovative development of national economy, but also rational use of foreign experience in this area.

Innovations traditionally consider the introduced innovations, providing high-quality changes in production and services. The innovation typology assumes their division on a number of indicators, including on the new, in comparison with foreign analogs, and those which are new nationwide. Such typology is also possible in relation to management system of innovative process, but only taking into account national specifics, and also with use of the new innovative management forms, which can be successfully adapted in various branches and regions of the country.

It would be useful at the international experience analysis of use of various management forms to consider them not as static system of the relations, and as mobile, flexible, which is adequately can be used, first of all, in real sector. In this regard, it would be appropriate to give some concrete examples of possible adaptation in the Kazakhstani conditions of the integrated management models of innovative processes, used in different countries during creation of the hi-tech and science intensive enterprises, turnout of the innovative production, demanded in the world market [2].

Russia is the closest to Republic of Kazakhstan according to the contents and forms of management innovative processes, where, as well as in Kazakhstan, it is had a system of strategic forecasting and innovative planning development with determination of the corresponding priority directions of exactly scientific sphere, scientific and technical and also innovative activity, where the essential support is given to institutes of science and education, and also to innovative infrastructure subjects.

It is carried out the large-scale state program of national economy modernization according to the initiative of Russian government. In Russia special attention is paid to development of hi-tech and science intensive sectors on the basis of the latest science developments, the equipment and production.

Along with the state support of corporate management structures of science and innovations, it is also developed the system of private and state partnership, venture

financing from the private companies, and such phenomena is characteristic and for Kazakhstan. Interstate program of innovative cooperation of the states - CIS participants for the period till 2020 is developed and implemented according to the Russia initiative and also joint Kazakhstan and Russian programs of scientific and technical cooperation, where the largest results became developments in the field of telecommunications, information technologies.

It is necessary to pay attention to positive experience of corporate management with innovative processes at number of the countries of the European Union which got positive results [3]. So, for example, Austria, having the effective system of the taxation, stimulating innovative development of managing subjects, is reached high work efficiency in the industry, therefore Austria on this indicator occupies one of the leading places in the world.

Germany emphasizes traditionally special importance to science and innovations development. It is planned to use about twenty billion Euros from means of the federal budget on development of high technologies in 2013 - 2015. Such support is given as large, so to medium-sized and small enterprises, including in the form of gratuitous investments and soft loans. Federal government stimulates the venture capital development, and also creation of special funds for development of the hi-tech companies. However such support isn't provided to the unprofitable enterprises [4]. Programs of innovative development continue to be developed and be implemented in Germany, as well as in the majority of the European Union countries, despite the global financial crisis.

So in Italy the financial support was given to both legal and natural persons in the form of compensation to 30% from the cost of alternative energy sources equipment, and also for carrying out reorganization of buildings and constructions with use of energy saving technologies. At the same time Italy has created the trust funds for

development of scientific research and increase in producer competitiveness that promoted to introduction of innovations in real economy sector.

Effective methods of stimulation of enterprise innovative activity are applied in some other countries of the EU. In the Netherlands, for example, it is developed the program for development of innovative business except the created funds for ensuring production of hi-tech production together with private enterprises. Special attention is paid to activities of the incubators for creation of the hi-tech enterprises mainly on the basis of the operating universities except the direct financial support, which is directed first of all on development of hi-tech sectors in this country.

It should be used Sweden experience in creation of scientific and technological parks and business-incubators on the basis of universities. Formation of innovative infrastructure directly is engaged the state agency on innovative systems by means of which there are developed the specific innovative projects on creation of the hi-tech and science intensive enterprises [5]. This agency realizes corporate management of innovative processes in close cooperation with the agency of economic and regional development, and also with Swedish fund of strategic researches which finances the research centers and the corresponding scientific projects.

The state support is carried out also in modernization of key branches of Sweden economy, including on development of the known European and world brand – Volvo.

Among the European Union countries a special interest for the Republic of Kazakhstan represents the Czech Republic experience on innovation development where it was created a number of the integrated structures of innovative management processes: Innovative Business Association, Innovations and Technology Transfer Information Center, Research and Education Center, Innovative Agency, International Innovative Center, and also network of scientific and technological parks and centers of the technology transfer. Group of companies of the Republic of Kazakhstan cooperate with the above-named integration structures.

At the same time it should be noted orientation of the Czech Republic to development of new and high technologies in such science intensive branches as telecommunications and microelectronics, information, nano- and bio- technologies. Together with it, the created new innovative enterprises seek to establish strategic partnership with the largest multinational corporations, for example such as Siemens, Marzotto, Volkswagen.

The engineering companies are actively developed in the Czech Republic, participating in development and implementation of innovative projects not only in own country, but also in other foreign countries. This experience should be considered also in Kazakhstan which has considerable innovative potential.

It would be useful to apply creation practice of the scientific and technological parks network in India, oriented on the software and hardware production. Exactly this priority direction gave a chance not only to create the new hi-tech, science intensive enterprises, but also to provide jobs for a large number of young graduates, preventing their migration to other countries. It is implemented the state program of innovation support in India, so the soft loans for creation of the innovative enterprises are granted by the created Technological Development Council.

Besides it is developed a venture financing of various innovative projects first of all in the sphere of communication technologies. As result of the realization of given strategic direction of communication technology development is increase in India GDP, which belongs to the third world countries. The Kazakhstani high technology park (KHTP) carries out active cooperation with scientific and technological parks of India, specializing in area of the telecommunication information technologies. It is created the Indian training center at KHTP.

Powerful impulse of the Chinese economy growth was development and implementation of the state programs, directed to creation of the favorable environment for development of the hi-tech and science intensive enterprises, infrastructure

development of the science and breakthrough technologies, increase in innovative activity of the enterprises of real economy sector.

At the same time special significance is given to carrying out of the fundamental researches according to strategic objectives of China along with loan and a transfer of foreign technologies[6]. Exactly stake on development of science and technologies was allowed China to bring national economy to new qualitative level and to provide distribution of the Chinese goods at the foreign markets. It should be noted that goods quality, manufactured in China, is non-uniform, and in many respects it depends on the level of technological and innovative management at the operating enterprises.

Having high production mobility, the Chinese producers are focused on application of the latest equipment and technologies, but they also use low-skilled work that affects quality of products, but is characterized by its low cost value [6]. It is used practice of the related loans during creation of the hi-tech, science intensive enterprises that has a positive impact on industrial sector development and population employment as well. China is a strategic partner of Kazakhstan concerning investments and new technologies use, first of all in such branches as telecommunications, power, construction material production, household appliances, etc.

Japan and South Korea accumulated considerable experience in use of various forms of corporate management during creation of the hi-tech and science intensive enterprises, focused on development of the export potential. So, Japan widely uses a typical form of export crediting on classification of the WTO, by means of the Japanese Bank of International Cooperation and private banks. At the same time an indispensable condition of the innovative project implementation is insurance of the credits in Japanese Agency of Export Insurance.

Thus, economic security of the country is ensured by means of corporate structures of management of banking and insurance sector. A characteristic feature of Korea development is the high level of knowledge intensity of GDP which over the

years is not less than 5 percents, at the same time more than a third of GDP is formed due to innovative output at the hi-tech, science intensive enterprises.

Special attention is paid to attraction of direct foreign investments at the guaranteed state preferences for construction of the new enterprises, acquisition of the hi-tech equipment, remuneration of labour and staff development of these enterprises.

A characteristic feature of new and high technologies development is stimulation of the private companies in this sphere, by means of providing the tax benefits for those companies which are engaged in development of innovations in the sphere of material production [7]. Therefore three quarters of all financial means on new and high technology development is received from the private companies. In addition, there is a considerable government support to the export-oriented companies for promoting of the innovative production on foreign market. Kazakhstan carries out cooperation with Korea in various areas. Korea shares the positive experience in creation of the state system of electronic government to the Ministry of information and communication of the Republic of Kazakhstan.

It is possible to draw the following conclusions proceeding from the analysis of the international experience of use of various instruments and mechanisms, corporate management structures for creation of the hi-tech and science intensive enterprises: the complex nature of innovative development and improvement in management is the most reasonable methodological approach of phased, system transition to new technological structures; it is necessary to consider a real condition of material and technical basis and the current sectoral pattern of production at the developing of instruments and mechanisms of innovative development.

References:

1. Region competitiveness of Kazakhstan: potential and increase mechanisms / Edited by N.K. Nurlanova. – Almaty, Institute of Economics of Committee of Science MES RK, 2012.
2. Khussainov B.D. Globalization, Transnationalization, Integration. Monograph / Editor-in-chief, Professor of Economics of the Oxford University P. Oppenheimer: - Almaty: “Publishing house Edelweiss” LLP, 2012. - 312 pages.
3. Stepanova M.G. Corporate enterprise management systems. J. of Applied and Fundamental Research International Journal. 2016, No. 1-3, page 457
4. Helmut Laux, Bases of the organization: management of decision-making: Translated from German. – M.: Business and Service, 2006. – 600 pages.
5. Parakhina V.N., Maksimenko A.S., Panasenko S.V. Strategic management. Manual for higher education institutions. - M: KnoRus, 2012. Page 496
6. Issaev D.V. Corporate and strategic management. Information aspect. Publishing house: Higher School of Economics, 2010, page 220
7. Skaletsky E.V. Volynchuk A.B. Public administration of the international integration processes as an instrument of formation of favorable conditions for growth of entrepreneurial firms. J. Basic researches, 2015, No. 11 – 7, page 1480 - 1483

UDC 330

Malygina T.Y., Melnikova T.F. Features of innovation in the market of dental services

Особенности внедрения инноваций на рынке стоматологических услуг

Malygina Tatyana Yurevna
student, Orenburg State University

Малыгина Татьяна Юрьевна
студент, Оренбургский государственный университет

Melnikova Tatyana Fedorovna
candidate of economic sciences, associate professor of the department of marketing,
commerce and advertising, Orenburg State University

Мельникова Татьяна Федоровна
кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга, коммерции и рекламы,
Оренбургский государственный университет

Abstract: In the article the features of introduction of innovations in the field of dentistry in the market. Analyzes the main problems and prospects of innovation in Russia.

Keywords: innovations, dentistry, innovative infrastructure.

Аннотация: В статье рассматриваются особенности внедрения инноваций в области стоматологии на рынке услуг. Анализируются основные проблемы и перспективы внедрения инноваций в России.

Ключевые слова: инновации, стоматология, инновационная инфраструктура.

В настоящее время рынок стоматологических услуг интенсивно развивается, несмотря на то, что имеют место быть кризисные явления в экономике. В то же время сохраняется ведущее значение фактора конкуренции. Для многих стоматологических клиник одной из первостепенных задач стоит удержание на рынке стоматологических услуг.

На рынке стоматологических услуг увеличению конкурентоспособности может способствовать внедрение различных инноваций в области стоматологии. Но для того что бы применить эти инновации и получать прибыль необходимо провести серьезную работу по внедрению новой технологии в клиники, а так же проанализировать все варианты последствий реализации.

Тем не менее, очень мало научных исследований, направлено на развитие инноваций в данной области. И практически отсутствуют научные результаты, которые можно было бы применить в сфере стратегического управления конкурентоспособностью стоматологических услуг.

Под инновацией понимается какой-либо новый продукт, цель которого увеличить рост и эффективность различных процессов, которые существуют на современном рынке.

Инновации – это результат мыслительной деятельности человека, его творческого процесса, фантазии, изобретений, знаний, навыков и рационализации, которые необходимо довести до стадии эксплуатации на рынке и в дальнейшем использование этой инновации станет источником прибыли [3].

Стоматология является той областью, в которой успешное развитие малых инновационных предприятий наиболее затруднено. По мнению Митрофанова А.С., руководителя программы «Развития фонда содействия инноваций», на это влияют такие объективные факторы как:

- большой срок вывода продукции на рынок, связанный с длительным временем сертификации медицинской продукции;
- жесткие требования, предъявляемые контролирующими органами к организации и производства продукции связанной с медицинскими технологиями;
- большие затраты связанные с выводом новой инновационной продукции медицинской направленности на рынок [4];
- для разработки инноваций в области стоматологии требуется штат специалистов и наличие дорогостоящего экспериментального оборудования.

Как правило затраты на осуществление вышеперечисленных этапов очень большие, и не всегда стоматологической клинике удастся окупить вложенные

средства, не говоря уже о получении прибыли, причина тому слабо развитая бизнес-культура в нашей стране, которая только формируется.

Различные предприятия в области медицины, в том числе и стоматологические клиники, нуждаются в развитии инноваций, но в нашей стране этот процесс на стадии становления.

К тому же нестабильность экономики влияет на уровень цен, которые могут увеличиться в любой момент, риски очень высоки, тем более, что срок окупаемости инвестиций в инновационную деятельность занимает достаточно долгий промежуток времени.

Помимо отсутствия желания отечественных фирм внедрять у себя новые инновационные продукты по причине высоких затрат от таких долгосрочных дорогостоящих вложений, немало важным является отсутствие подготовленных квалифицированных специалистов которые способны довести инновационный продукт до стадии эксплуатации и коммерциализации его на рынке.

Решив проблему с подготовкой персонала, удастся активизировать инновационную деятельность, что можно наблюдать на примере зарубежных компаний, где научно-технические идеи способны воплотить в инновационные продукты только высококвалифицированные кадры.

В Российском здравоохранении есть множество проблем. Одной из них является низкое финансирование, другая проблема в организации системы управления, которая не сдерживает организационное внедрение инноваций.

Имеющаяся нормативно-правовая база тормозит внедрение ресурсосберегающих технологий, ограничивает права хозяйствующих субъектов, и мешает гибкому и оптимальному распределению имеющихся ресурсов.

Одними из недостатков в области эффективной организации отечественного здравоохранения являются: нехватка информатизации отрасли,

малое использование современных средств вычислительной техники и связи в лечебно-диагностическом процессе, а так же в процессе управления и анализе и обучении персонала.

Соболев Е.А. в своей статье «Проблемы внедрения инноваций в России» отмечает, что еще одним недостатком в законодательстве РФ в области инновационных исследований является довольно ограниченный набор льгот для предприятий, работающих в сфере инновационных разработок, что естественным образом негативно сказывается на масштабах и темпах внедрения научных исследований и нововведений, в том числе в области стоматологии. Помимо финансовых вложений в развитие инноваций предприятий, государству необходимо оказывать содействие в снижении налогов [1].

Есть еще один фактор, от которого зависит развитие инновационной деятельности – слабо развитая инновационная инфраструктура.

Инновационная инфраструктура представляет собой совокупность взаимосвязанных структур, которые обслуживают и обеспечивают активное и постоянное развитие инновационной деятельности, создавая условия для поддержания и стимулирования эффективной деятельности небольших фирм, которые занимаются инновационными разработками [4].

Помимо внешних факторов, внутренние условия стоматологической клиники должны способствовать переходу к инновационной экономике. Многое зависит от руководителя, его желаний к переменам и готовности к обучению. Такой руководитель, личным примером будет способствовать снижению сопротивлению к переменам со стороны сотрудников организации.

Механизм управления и внедрения инноваций на данный момент является слабым звеном организационно-экономического механизма управления всей экономикой. В условиях рыночной экономики инновации должны способствовать ее интенсивному развитию, обеспечивать ускорение внедрения

последних достижений науки и техники в производство, полнее удовлетворять потребителей в разнообразной высококачественной продукции и услугах.

Стоит отметить, что организационные инновации в сфере здравоохранения играют решающую роль, необходимо совершенствовать подходы к управлению, для того чтобы улучшить состояние здоровья населения благодаря доступности и высокому качеству медицинской помощи.

В итоге, развитие конкурентоспособности услуг клиники называется инновационным, если темп технологических инноваций положителен. Инновационный сценарий ведет к росту производительности труда, увеличению фондоотдачи, росту качества услуг. Прогноз траектории роста производственного потенциала служит основой для прогнозирования динамики конкурентоспособности услуг стоматологической клиники при различных предположениях о стратегии экономического роста целевого конкурента.

Только объединив усилия государства, регионального правительства, предпринимательства и научных учреждений, можно добиться прогресса в развитии инновации и отдельных видов инновационной продукции, по средствам совместного формирования и реализации различных научных проектов, вкладывая в них посильные средства [2].

Для изменения такого положения дел, помимо вышеперечисленных рекомендаций, необходимо разработать механизм формирования в обществе конструктивного отношения к нововведениям и воспитания инновационной восприимчивости.

References

1. Герасимова С.В. Прогнозирование инновационного развития конкурентоспособности стоматологических услуг / С.В. Герасимова // Современные наукоемкие технологии. – 2010. - №

2. Желтоножко. Т. А. К вопросу об организационных инновациях в российском здравоохранении / Т.А. Желтоножко// Вестник ФА. – 2011 – №4.
3. Соболев.Е. А. Проблемы внедрения инноваций в России/ А.Е. Соболев // Science time. – 2014. – № 8.
4. Хуснутдинов А.З. Концепция фирмы в реализации инновационно-инвестиционного механизма /А.З. Хуснутдинов // Современные исследования социальных проблем. – 2011.– №3.

UDC 338.2

Morozova N.I. Local government as the basis for the process of democratization of society and improve the quality of life

Местное самоуправление как основа процесса демократизации общества и
повышения качества жизни населения

Natalia Morozova,

Doctor of Philology, professor, Head of the Department of management,
technologies of trade and public food consumption,
Volgograd Cooperative Institute (branch)
Russian University of Cooperation,
Volgograd,
miss.natalay2012@yandex.ru

Морозова Наталья Ивановна,

д.э.н., профессор, зав. кафедрой менеджмента,
технологии торговли и общественного питания,
Волгоградский кооперативный институт (филиал)
Российского университета кооперации,
Волгоград.
miss.natalay2012@yandex.ru

Abstract. The article examines the historical aspects of the formation of local self-government. The features of different models of local government.

Keywords: local government, quality of life, state and municipal management

Аннотация. В статье рассматриваются исторические аспекты формирования местного самоуправления. Показаны особенности различных моделей местного самоуправления.

Ключевые слова: местное самоуправление, качество жизни населения, государственное и муниципальное управление

Сегодня во всех демократических государствах местное самоуправление рассматривается как неотъемлемый атрибут системы демократического управления, выступает своеобразным свидетельством демократического здоровья общества. Иначе говоря, местное самоуправление представляет собой форму народовластия в его непосредственной реализации.

Основы теории местного самоуправления заложили такие ученые как: Алексис де Токвиль - французский государственный и общественный деятель, историк, Рудольф Гнейст и Лоренц Штейн - немецкие учёные-правоведы и их последователи. Так, А. де Токвиль высоко оценивал значение института местного самоуправления в построении демократического общества. «Коммунальные институты делают для свободы то, что начальная школа для науки; они делают ее доступной для народа, позволяют вкушать ее плоды и привыкать ею пользоваться. Нация может ввести у себя свободное правление и без коммунальных институтов, но у нее не будет духа свободы» [3, с. 8].

Аналогичной позиции придерживался Лоренц Штейн, считая, что «...самоуправление есть первая форма, в которой достигает своего осуществления идея свободного управления, как организованного и полномочного участия граждан в функциях исполнения вообще и управления в особенности. Оно возникает не столько благодаря свободной и самостоятельной воле отдельных граждан, сколько благодаря природе данных отношений, порождающих и делающих необходимым это участие. И поэтому следует исходить из той мысли, что самоуправление, как и его естественные основы, обнимает целое государство и таким образом создает вторую органическую систему исполнения рядом с системой правительственной, и что из взаимного соприкосновения этих систем возникает потом право их обеих» [8, с. 14].

В современных демократических государствах построение и функционирование системы местного самоуправления основывается на принципах, закрепленных в Европейской Хартии о местном самоуправлении. Выделяя основные типы организации системы местного самоуправления за рубежом, представляется возможным отметить два наиболее ярких примера: англо-саксонская модель и континентальная, европейская модель.

Рассматривая американско-саксонскую модель самоуправления, остановимся на модели, установившейся в США, в которой организация местного самоуправления предполагает многообразие его форм в субъектах Федерации и даже в пределах одного штата, в городских и сельских поселениях. У местного самоуправления США есть глубокие исторические корни. Демократическая политическая философия в североамериканских колониях основывалась на представлениях о государстве и обществе как добровольных объединениях, способствуя развитию федеративной концепции государства в американской политической мысли [1]. Американская демократия предполагает исключительно высокую культуру участия граждан в локальной и региональной политике. И именно поэтому в американских штатах местное самоуправление по-прежнему работает по принципу «демократия малых пространств».

Принцип демократизма в местном самоуправлении также обуславливается тем, что в США большинство публичных властных должностей — выборные и очень мало назначаемых должностей. В США центральные партии, которые имеют представительства на местах, активно участвуют в выборах и поэтому могут влиять на политическую активность жителей регионов, тем самым, предоставляя им возможность решать наиболее актуальные социально-политические проблемы. Данный феномен политической жизни и есть, в понимании американцев, настоящая демократия.

Таким образом, федерализм США консолидирует (сплачивает) систему органов государственной власти и местного самоуправления, поощряет активное участие граждан в решении вопросов государственной важности и местного значения.

Пример Франции демонстрирует иную социально-политическую практику демократии и федерализма. Исследуя европейско-континентальную

и американскую практику самоуправления, уже упомянутый выше французский исследователь А. де Токвиль отмечал, что многие европейские революции ликвидировали местные традиционные властные институты и подчинили граждан тотальному контролю и гнетущей опеке государственных ведомств и чиновников.

Более того, тенденция к централизации демократических государств превзошла те пределы, о которых даже не помышляли апологеты абсолютистской монархии. А. де Токвиль утверждал, что «государство постоянно расширяет свои прерогативы, становится более централизованным, предприимчивым, абсолютным и всемогущим. Граждане находятся под неусыпным надзором правительственных учреждений. Каждый день незаметно для себя они жертвуют государству новую частицу своей личной свободы. Эти люди, которые время от времени опрокидывают троны и попирают королей, — эти люди все легче и легче, не оказывая никакого сопротивления, подчиняются первому желанию любого государственного служащего. Данная модель взаимоотношения гражданина и государства, свойственная унитарным государствам, предполагает сочетание прямого государственного управления на местах и местного самоуправления» [5, с. 2-42].

Местное самоуправление во Франции, обуславливалось историческими событиями и процессами конца XVIII — начала XIX веков, и весьма отличается от истоков возникновения местного самоуправления в США.

Французская община (коммуна) формировалась на церковно-приходской основе на протяжении длительного исторического периода. Учредительное Собрание, упразднив власть феодальной аристократии, упразднило и исторически сформировавшееся деление Франции на земли и провинции. С тех пор территориальной единицей местного управления стал департамент, управляемый назначенным представителем центральной власти, которому были

предоставлены многочисленные полномочия для администрирования подведомственных им территорий. Это, в свою очередь, привело к бюрократической централизации и созданию института префектов. Появление института префектов во французском аппарате административного управления аргументировалось необходимостью соблюдения единства и неделимости нации. Данная сверх централизованная система управления просуществовала во Франции почти 200 лет вплоть до 1982 г.

В последнее время французские подходы к самоуправлению становятся всё более гибкими. Это проявилось в уменьшении полномочий префектов с 1980-х гг., а также в значительном ослаблении контроля вышестоящих инстанций самоуправления над нижестоящими инстанциями в системе административной иерархии. Несмотря на это, неравномерность территориального деления рассматриваемых стран ведет к поляризации социально-экономического развития.

Таким образом, во Франции сформировалась традиция целенаправленного строительства системы муниципального управления, в которой самоуправление и гражданская инициатива поощряются органами власти.

Институт местного самоуправления в России нельзя отнести ни к одной из рассматриваемых выше моделей. Местное самоуправление появилось еще в дореволюционный период. Его началом считается земская реформа – 1864 года и городская реформа – 1870 года. Впрочем, в этом исследовании мы не станем обращаться к истории становления МСУ в России в XIX-XX веках. Данные вопросы были уже неоднократно рассмотрены в научных источниках. Отметим только, что процесс построения был сложным, периоды расцвета чередовались с полным забвением и отказом от идей децентрализации власти и построения местного самоуправления. И, наконец, в конце XX - начале XXI вв. местное

самоуправление в России начало переживать процесс восстановления и обновления, который продолжается до настоящего времени [6. 7].

Конституция РФ 1993 года, закрепила понятие, функции и сущность местного самоуправления и определила пределы его самостоятельности. Тем самым конституционный строй в Российской Федерации опирается на местное самоуправление и в полной мере признается и гарантируется Конституцией Российской Федерации. Федеральный закон «Об общих принципах организации местного самоуправления в РФ», принятый в 1995 году, детализировал функции и полномочия органов местного самоуправления. В настоящее время в Российской Федерации действует Федеральный закон «Об общих принципах организации местного самоуправления в РФ», от 2003 года. Его принятие выступило своеобразным стартом проведения муниципальной реформы и видоизменения административно-территориального деления РФ. И уже на 1 марта 2009 года в Российской Федерации были образованы 24035 муниципальных образований, которые подразделялись на следующие территориальные образования: городские округа - 506, муниципальные районы - 1809, городские поселения - 1746, сельские поселения - 19738, внутригородские муниципальные образования – 235 [2, с. 116].

Кроме того, каждый субъект Федерации принял собственный Закон о местном самоуправлении, в котором определялись: система местного самоуправления региона, порядок ее формирования и функционирования. В результате была законодательно определена сфера ответственности органов местного самоуправления, закреплены финансовые ресурсы необходимые для реализации собственных полномочий, реорганизована структура муниципалитетов путем выделения типов муниципальных образований.

В дальнейшем в Федеральных законах «О внесении изменений в статью 26.3 Федерального закона «Об общих принципах организации законодательных

(представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации» и «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» от 27.05.2014 № 136-ФЗ были произведены уточнения в области организации МСУ.

В обобщенном виде роль местного самоуправления в повышении качества жизни населения представлена на рис. 1.



Рисунок 1. Роль органов местного самоуправления в повышении качества жизни населения

Источник: авторский

В свою очередь, самоорганизация и самостоятельность осуществления общественно значимых функций, усиление гражданской ответственности и

самостоятельности населения, формирование человека нового типа — гражданина с определенной организационной культурой и правосознанием, который может не только влиять на власть, но и участвовать в управлении, — это объективный и непрерывный процесс развития гражданского общества. Оно «невозможно без местного самоуправления, представляющего собой его продукт и одновременно средство его построения и развития» [4].

Таким образом, можно сделать вывод, что в России сформировался правовой фундамент института местного самоуправления, что позволит проводить дальнейшие организационные изменения в структуре управления.

Подводя итог, отметим, что местное самоуправление в структуре иерархии власти, является основой демократического развития государства, стимулирует участие граждан в решении вопросов местного значения и выступает гарантом роста качества жизни населения, проживающего на конкретной территории. Основная цель местного самоуправления заключается в решении социальных, экономических, политических и прочих проблем местного уровня, основанных на удовлетворении потребностей населения, проживающего на определенной территории, стимулирующих рост качества жизни населения.

References

1. Баглай Н. В. Конституционное право зарубежных стран / Норма — Инфра М, Москва, 2008. 358 с.
2. Белоус А.Б. Местное самоуправление в России: история и современность. СПб.: Питер. 2014.
3. Бойцова, В. В. Местное самоуправление как разновидность публичной власти // Юридический мир. 2003. № 4. С. 8.

4. Кружков А. В. Местное самоуправление в России: несбывающийся проект // Полис. 2004. № 6. С. 55
5. Местное самоуправление в зарубежных странах: информационный обзор М, Норма — Инфра, 2004.
6. Морозова Н.И. Развитие территориальных социально-экономических систем и его оценка по критерию качества жизни населения: автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора экономических наук / Волгоградский государственный университет. Волгоград, 2012
7. Морозова Н.И. Планирование развития территориальных социально-экономических систем по критерию качества жизни населения //Региональная экономика: теория и практика. 2011.№ 32. С. 52-59.
8. Штейн Л. Учение об управлении и право управления с сравнением литературы и законодательства Франции, Германии, Англии. СПб. 1874.

UDC 332.142.,332.145.,338.49

Sher M.L., Dudnik D.V., Opryshko E.L., Kovaleva O.V., Mironov L.V. Socio-economic development and land management in modern conditions

Sher Marina Leonidovna

Candidate of Economic Sciences, docent
Associate Professor of Federal State Educational Establishment "Russian Academy of Justice" North-Caucasian subsidiary's economics department
mlsher@yandex.ru

Dudnik Danil Vladimirovich,

PhD Economics, head of the department of economy,
FGBOU VO «Russian state university of justice», assistant professor,
North Caucasian branch, Krasnodar

Opryshko Elena Leonidovna

Candidate of Economic Sciences, docent
Senior Lecturer of Federal State Educational Establishment "Russian Academy of Justice"
North-Caucasian subsidiary's economics department
opryshko.elena@yandex.ru

Kovaleva Olga Victorovna

PhD Technical Sciences, associate Professor of the Geoecology and nature management
department, Kuban State University
Russia, Krasnodar

Mironov Leonid Valerievitch

4th year student of economic faculty
Federal State Educational Establishment "Kuban State University"
leniamironoff@yandex.ru

Abstract: Under current conditions the state regional policy should be oriented to a more balanced spatial development of the national economy through the identification and disclosure of the merits and advantages of each region, developing and promoting new agglomerations of dynamic economic growth, and on the whole territory of Russia.

According to the authors, the management of territorial development - is a specially organized system of actions aimed at ensuring sustainable and balanced reproduction of social, economic and natural territory potentials with positive dynamics of life quality level parameters.

Keywords: competitive strategies, modern approaches, management innovation, management of territories.

In the modern world in times of difficult socio-economic situation and the ambiguity of land management has a very important role in the development of all country aspects, as a competent, effective and rational land resources management depends on the population life level.

Socio-economic territory development in the global concept is the process of improving the population living standards, which includes increasing the number and quality indicators such as: production of goods, provision of works and services provided to the population, including the result of mutually beneficial trade relations with neighbouring and other areas.

Lately we are increasingly faced with one of the latest achievements of management science – the science of project management. New civil law equates the municipal formation to the subjects of market relations. This situation imposes to the local authorities rather high requirements for the management of economic activity in General –management development of the city. Now the achievements of this direction in management science begin to be used in many areas of life. With all the realities of today, under the management of socio-economic development means the management of mutually-agreed projects (programs) of development of all spheres of life of the municipality, associated resource, timing in accordance with the adopted priorities.

In the current system of management of development of municipal formation the latter is a socio-economic system, including the subjects and objects of management, structured in hierarchical levels, each of which has its own function and area of responsibility. The functionality is reflected in the results, providing socio-economic development.

Stable socio-economic development in the territory management develops in such a way that in the implementation of goals and objectives to date, the controls areas to stimulate and help achieve goals in the future. Given this, we can say that authorities of the territories there is always a strategy for socio-economic development of the territory, taking into account the short-term and long-term development.

Regional development strategy of the country heterogeneous in relation to the regions that form it. This is because each region has specificities in the field of resource endowments, structure of the economy and each region has its own strengths and

weaknesses developed not developed economic sector. However, we can say that the availability of many different resources is not a major factor in the sound management of territories as the only effective and rational use of these resources ensures economic stability, development and prosperity of the region. The uniqueness of the system of local self-government in Russia is in its nature self-organization of the population that can be attributed to local government to social phenomena.

Main integral purpose of socio-economic development of territories is to improve the quality of life of the population. This process has three essential components:

- increasing incomes, improving public health and raising level of education;
- creation of conditions conducive to the growth of self-esteem of people as a result of the formation of social, political, economic and institutional systems focused on respect for human dignity;
- an increase in the degree of personal freedom of the people, including their economic freedom.

The last two components of quality of life not always taken into account in assessing the degree of socio-economic development of countries and regions, but recently it is more and more attention in economic science and political practice.

Under the territorial development we need to understand the most General approach to public management tasks-development based on systemic-structural representation of the integrity of the country.

In summary form these include the development of a single scheme of territorial development of the country, combined the tools of business activity, multiplying social capital and the centralised state intervention in the natural process of restructuring the space.

The management of territorial development - is a specially organized system of actions aimed at ensuring sustainable and balanced reproduction of social, economic

and natural potentials of the territory with positive dynamics of parameters of level and quality of life of the population. Such actions can be implemented locally (local authorities), and regional (authorities and management of subjects of Federation and their associations), and General government level (the Government and Federal Assembly). [1, p.5].

Factors affecting the efficiency of land administration from a position of maintaining the state cadaster registration of land plots may be different. These include the reliability of the generated information about the land plots, and optimization of functions of public authorities on the implementation of the registration function and information interaction in the sphere of implementation of state cadastral registration of land plots. [4, p.28].

Along with administrative methods of economic effective application of market regulators, in particular, direct investment subsidies, which could cover part of the costs of developing new environmental and resource saving technologies, provision of state low interest loans for the purchase and installation of equipment that contribute to improving environmental quality, providing long - term loans with low interest rates payments, tax relief on expenditure on research papers in the field of environmental protection and costs associated with pollution control. [5, p.56].

Important signs of development of territories can be attributed to the resistance, i.e., long-term preservation of the reproductive potential of the territory and balance - respect for each regional system of certain proportions of the main components of its potential. Part of the processes of socio-economic development of the country and its regions composed of the following major tasks:

1) increase wages, social payments, benefits, pensions, state-provided benefits to the population growth of the income of citizens;

2) creation of all necessary conditions for the formation of socio-economic, political and other systems, aimed at recognition of human dignity and spiritual development;

3) increased social freedom of citizens;

4) desire for economic independence of the population, etc.

Strategic planning and regional marketing are the most effective and relevant mechanisms for the management of socio-economic development of the country and the region.

Planning of socio-economic development of the region is a cyclical and continuous process that coordinates, directs and supervises the activities of management of territories and promotes the adoption of relevant decisions on both tactical and strategic.

The presence of a well-composed strategic planning of economic development provides a long-term plan of action that allows you to quickly and effectively implement the adopted management decisions not only in the current time period, but also stimulates the right decisions in the future while managing the development of territories.

Strategic planning and regional marketing are the most effective and relevant mechanisms for the management of socio-economic development of the country and the region.

Strategic planning and management is a reliable methods, mechanisms and tools of modern management. The use of strategic planning and management has long been advised by all experts and is in great demand, because have proved their efficiency in various fields of human life activities, such as agriculture, industrial, business, construction, organization of transport routes and more.

Strategic planning has gained widespread use in the embodiment of the anti-crisis measures at the regional and state level in other areas of the country and regions. Figure No. 1 shows the strategic planning cycle. [2]



Picture 1 - strategic planning Cycle

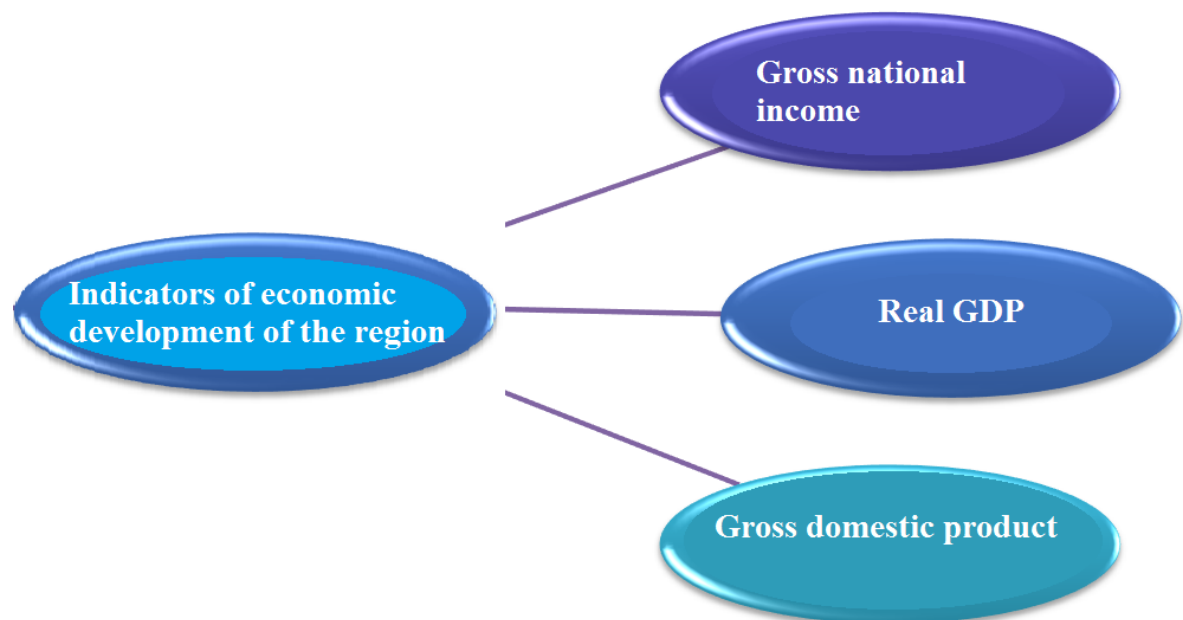
The presence of a well-composed strategic planning of economic development provides a long-term plan of action that allows you to quickly and effectively implement the adopted management decisions not only in the current time period, but also stimulates the right decisions in the future while managing the development of territories.

The planning process is the course taken by the authorities on the economic development of the region, represents the aggregate effective management decisions that have been made in planning with the strategic development plan. Figure 2 shows the indicators that characterize economic development of the region.[3]

Strategic prospects for development of economic entities in terms of economic restrictions are dependent primarily on the transformation of the Russian Federation in

the state, producing and selling competitive products, establishing equivalent conditions of competition between enterprises belonging to different sectors of the market. In addition, a special role is played by effective regional innovation system and innovative marketing strategies. [6, p.190]

Also, important role in strategic development planning has the state financial control. State and municipal financial control is a sub-branch of financial law with a complex structure and includes the following institutions: budget control, tax control, control in the sphere of the monetary system and ensure its normal functioning, foreign exchange control, supervision of the state banking activities, oversight of state decentralized Finance (financial control). [7, p.16]



Picture 2 – The indicators characterizing economic development of the region

Economic indicators are pointing to a valid actual increase in the level of economic development of the country and the region are called traditional indicators. Traditional indicators measure changes in the level, as production indicators and consumption goods, given the increase or decline in overall per capita.

Base a common method to assess the indicators of the level of economic development of regions and the country as a whole is called the rating level of production.

However, an assessment of the level of production cannot be called an effective method of assessing the level of economic development, reflecting the real situation in the region, because it is unilateral and insufficient. Also, economic development by production level based on current state macroeconomic goals. The ratio of the main macroeconomic goals defines the main macroeconomic objective of reflecting the major task of macroeconomic policy, the implementation of which is intermediate macroeconomic goals and tactical goals. First adjust the values of key macroeconomic variables, the second is carried out the transformation of the national economy. The state at its disposal has the appropriate tools that it can use to influence the economy. Under the policy instrument is understood as an economic variable under the control of the state and contributing to the achievement of one or more macroeconomic goals. There are the following instruments of macroeconomic policy: fiscal policy, monetary policy, foreign economic policy, trade policy [8, p.61].

A socially oriented market economy is a highly efficient economy is an entrepreneurial, market infrastructure, effective state regulation of income distribution, motivate entrepreneurs in expanding and improving production. It guarantees a high level of prosperity faithfully working members of society, while respecting constitutional guarantees of the rights and freedoms of citizens.

The Concept "strategy of socio-economic development of regions of the Russian Federation" developed by the Ministry of regional development of the Russian Federation, declared that the concentration of efforts within individual regions will allow to obtain economies of scale and agglomeration economies, which will create "poles" of growth in the power of self-development.

First of all, the development of regional strategies for socio-economic development it is necessary to apply strategic planning, which is the management of all public processes. Taking into account the coming new change in technological structure, the increasing role of human capital and the exhaustion of the potential of export-raw model of development.

In some of the key concepts of municipal development should also remember the concept of sustainable development.

It originated under the influence of increased attention to environmental issues. According to the wording of the UN, sustainable development is "development companies that can satisfy the needs of present generations without compromising the possibilities, leave a legacy for future generations to meet their own needs". In the Russian legislation, sustainable development is interpreted more vaguely as a harmonious development of production, social sphere, population and the natural environment. [9]

Accordingly, the focus of the concept of sustainable development - reconciling economic development with ecology. It is postulated that the economy needs to equally focus both on the needs of the present, and maintaining the same opportunities for future generations.

However, it is important to make the right choice "poles", the development of which over time will ensure the development of the surrounding regions. In addition, one of the necessary conditions of realization of strategy of socio-economic development of regions of the Russian Federation is development of the General scheme of spatial development of the Russian Federation, whose main objective is to produce a functional zoning of the territory of the Russian Federation, including:

- indicate the types of territories and regions for the formation of a differentiated economic, social and regional policy in respect of them;

- to describe the functional device and to give the forecast of socio-economic development in the key geostrategic regions of the country;
- form the main directions of development of the settlement system of the Russian Federation;
- to identify areas of migration flows and create conditions for the development of mechanisms to manage migration flows;
- implement territorial synchronization of the basic infrastructural strategies (transport, energy).

Aligning priorities between regions and organization on this basis of strategic alliances, the formation of macro-regions, able to become equal partners in the system of global relations all may provide strategic breakthroughs.

In the process of studying this issue, we came to the conclusion that for the effective management of territories and socio-economic development of regions and the country as a whole it is necessary to consider all of these indicators and conduct continuous monitoring and control of plans and actions aimed at the achievement of objectives.

In the framework of monitoring and control should include such factors as:

- 1) the quality and volume of regional production; the dynamics of income growth money resources of the population;
- 2) the level of infrastructure improvement;
- 3) the availability of quality education and health care;
- 4) the freedom of creative activities of citizens;
- 5) ensuring necessary conditions for the social and spiritual life of people;
- 6) mobility of the transport infrastructure and other major socio-economic indicators.

Thus, in conditions of rapid and dynamic changes of major industries, a key indicator of socio-economic development of territories is the degree of development of

the entire urban and regional infrastructure. Since this indicator gives an objective evaluation of the effectiveness of the controls, as it directly affects on the quality of life of the population and is key to future development and prosperity of regions and Russia as a whole.

References

1. Управление территориальным развитием: учеб. пособие /Л.С. Валинурова, Л.Г. Ахтариева, Н.З. Мазур.– Уфа: БАГСУ, 2012. –116 с.
2. Сизов А.П., Государственные учётные системы по управлению и развитию территорий Российской Федерации. Издательство: Кнорус, 2016.
3. Прокопов Ф.Т., Региональная экономика и управление развитием территорий. Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры, Издательство: Юрайт, 2015.
4. INDICATORS OF ECONOMIC EFFICIENCY OF ENVIRONMENTAL MANAGEMENT. Cher M.L., Kovaleva O.V., Mironov L.V., Pikalova N.A., Opryshko E.L. В сборнике: The latest concepts of research: experience, tradition, innovation, effective development strategy materials of the I international research and practice conference December. Scientific publishing center “Open knowledge”. 2016. С. 26-32.
5. IMPROVEMENT OF THE SYSTEM OF ENVIRONMENTAL - ECONOMIC LAND MANAGEMENT. Sher M.L., Kovaleva O.V., Mironov L.V. Новая наука: Опыт, традиции, инновации. 2016. № 6-1 (89). С. 56-57.
6. СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОГРАНИЧЕНИЙ. Шер М.Л., Шевченко О.П. Теория и практика общественного развития. 2015. № 24. С. 189-191.

7. ЭКОНОМИКО-ПРАВОВОЙ АСПЕКТ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО ФИНАНСОВОГО КОНТРОЛЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ. Аладжев А.И., Милконова Ю.И., Шер М.Л. Теоретические и прикладные аспекты современной науки. 2014. № 5-5. С. 14-17.

8. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТАКТИЧЕСКИХ ИНСТРУМЕНТОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ НА РЫНКЕ ПОСРЕДНИЧЕСКИХ УСЛУГ. Шер М.Л. Экономика и предпринимательство. 2012. № 3 (26). С. 58-64.

9. Движение регионов России к инновационной экономике /Под ред. А.Г. Гранберга, С.Д. Валентя. -М.: Наука, 2006. 402 с.

10. Гранберг А.Г. Моделирование пространственного развития национальной и мировой экономики: эволюция подходов // Регион: экономика и социология. 2007, №1. С.87-106.

SECTION 5. TOURISM

UDC 33.338

Borodai V. Features innovative trends in tourism development

Особенности инновационных тенденций в развитии туризма

Borodai Vladimir

Doctor of Social Sciences,
Professor of the Department Services, tourism and hospitality industry
Don State Technical University

Бородай Владимир

Доктор социологических наук,
профессор кафедры Сервис, туризм и индустрия гостеприимства
Донской государственной технической университет

Abstract: It is shown that among a number of global trends in the tourism sector appears technological innovation - turagregatory that the tourist market are in a better position than the tour operators. On the one hand it is low costs for opening and running a business, on the other - profitable prices for tours to consumers. The development of the technology in question is seen as an extension of a network of representative offices throughout Russia, as well as the creation of portal systems, where tourists would be able to not only find a suitable tour, but to get all the necessary information.

Keywords: tour operator, tourist industry, the business environment, the search platform, the tourist market

Аннотация: Показано, что среди целого ряда глобальных тенденций в сфере туризма появляется технологическая новация – турагрегаторы, которые на туристском рынке находятся в более выгодном положении, нежели туроператоры. С одной стороны это низкие издержки при открытии и ведении бизнеса, с другой – выгодные цены на туры для потребителей. Развитие рассматриваемой технологии видится в виде расширения сети представительств по всей России, а также создания порталных систем, где турист смог бы не только найти подходящий тур, но и получить всю необходимую информацию.

Ключевые слова: туроператор, туриндустрия, деловая среда, поисковая платформа, туристский рынок

Современная туристская сфера быстро прогрессирует. Ее развитие способствует активному экономическому росту многих стран мира. На развитие туристской отрасли хозяйства отдельного государства существенно влияют мировые тенденции развития туризма.

Среди целого ряда глобальных тенденций следует отметить появление технологических новаций среди компаний, которые называют турагрегаторы. В

деловой среде существует достаточно большое число определений этому понятию, которые по разному формируют содержательную часть этой категории. Считаем целесообразным дать расширенное понимание этой категории.

Туристский агрегатор - это компания, которая собирает все предложения по турам от подключенных к системе туроператоров и дает возможность поиска туров по всем туроператорам в одном месте [1].

Туристский агрегатор может быть, как посредником (брать процент с покупателя), так и быть исключительно бесплатным сервисом (продает туры по цене туроператора, но при этом туроператор платит агрегатору вознаграждение за привлеченного клиента).

Туристский агрегатор на туристском рынке находится в более выгодном положении, нежели сами туроператоры. Им не обязательно как-либо специально регистрироваться, иметь какие-либо финансовые гарантии и так далее. Таким образом открыть такой бизнес весьма просто и перспективно, основные затраты на начальном этапе составят разработка поисковой платформы, сайт и затраты на привлечение трафика на сайт [2].

Крупные туристские агрегаторы России. На сегодняшний день можно отметить трех крупных лидеров в сегменте туристских агрегаторов. Это Слетать.ру, TurPoisk и Gold Travel. Два первых агрегатора - не что иное, как поисковые платформы. Для туриста вся польза заключается в том, что можно в одном месте произвести поиск сразу по всем предложениям туров по популярным туроператорам [3]. К туристской деятельности они имеют отношение весьма посредственное - это прежде всего IT платформы (аналогичные платформам бронирования отелей и продажи авиа, ж.д.-билетов). Если взять ближе к туриндустрии, то это что-то вроде онлайн туристского агентства. На этом, пожалуй, и все. Что касается Gold Travel, то этот "агрегатор"

стоит рассмотреть более пристально.

Туроператор-агрегатор Gold Travel. Gold Travel - это полноценный туроператор, зарегистрированный в Едином федеральном реестре туроператоров. То есть компания имеет все необходимые механизмы, защищающие туриста на государственном уровне (финансовые гарантии, обеспечение, лицензии и т.д.). При этом основной деятельностью Gold Travel является функция туристского агрегатора, ну или если грубо говорить - турагентства.

У туроператора Gold Travel на сайте есть поиск туров по всем туроператорам, аналогично, как это есть и у других агрегаторов. Что касается уникальности, помимо того, что мы имеем дело с туроператором, у Gold Travel поиск производится только по самым лучшим туристским туроператорам, входящим в ТОП-10 рейтинга туроператоров России. Это очень важный момент, ведь нередки случаи, когда мелкие туроператоры пачками банкротились [4]. Здесь в этом плане есть весьма неплохая защита.

Но, самым главным отличием туроператора Gold Travel являются цены, по которым предлагается купить тур. Цены у Gold Travel порой, значительно ниже, чем у аналогичных по функционалу IT-систем. Кроме того, довольно часто туры предлагаются с дополнительной скидкой, которая обычно составляет 3%. В сумме, мы можем получить тур по стоимости ниже до 10%, чем, например, если бы покупали тот же тур, напрямую у туроператоров формирующих эти туры. Магии какой-то здесь нет. Gold Travel - крупная компания с серьезным оборотом, а объем выкупаемых (именно выкупаемых) туров позволяет получать от туроператоров формирующих туры значительные скидки. За счет этого Gold Travel смог предложить, по сути, лучшие цены на туристском рынке среди предложений по крупным туроператорам.

Если зайти на сайт Gold Travel, то можно обратить внимание, на то, что на сайте есть страницы, на которых туры сегментированы тематически и функционально. Например, раздел «Горящие туры», в котором есть удобная витрина с лучшими предложениями по горящим турам по различным странам. Для потенциального клиента - очень удобно осуществлять мониторинг горящих туров, без необходимости вносить данные в поисковую форму. Аналогично сделаны разделы: Отдых на море (собраны туры на морские курорты), Семейный отдых (собраны туры подходящие для отдыха за границей всей семьей), Новогодние туры (собраны туры для отдыха во время новогодних праздников), Дешевые туры (собраны туры для бюджетного отдыха, частично пересекается с горящими турами), есть еще много других подобных страниц на сайте. Как видим, все сделано для удобства клиента.

Все туры, которые реализует Gold Travel, можно купить не только в режиме онлайн, но и лично посетив офис Gold Travel в Москве или других городах (по большей части Центральная часть России), где имеются точки продаж Gold Travel. Это также, очень важный момент, ведь, несмотря на бурное развитие интернет услуг, до сих пор имеется большая группа консервативных туристов, предпочитающих покупать лично в офисе.

Такой сервис, очень трудно реализовать в рамках отдельно взятого туроператора, но в рамках туристского агрегатора - легко, Gold Travel тому пример.

Следует сказать о перспективах в нише туристских агрегаторов. По сути, на сегодняшний день, есть только один лидер в сегменте туристских агрегаторов и ниша пока остается достаточно свободной. Развитие видится в виде расширения сети представительств по всей России, а также создания порталных систем, где турист смог бы не только найти подходящий тур, но и получить всю необходимую информацию, а это фото, видео курортов и отелей, актуальное

описание отелей, отзывы реальных туристов [5].

Чтобы новая компания смогла конкурировать с Gold Travel, нужны будут не только серьезные финансовые вложения, но и долгие годы работы на репутацию. Учитывая кредитную политику последних лет, появление новых тур-агрегаторов маловероятно.

Скорее всего ниша будет заполняться IT-сервисами, которые будут конкурировать между собой разве что в удобстве предоставляемого поиска, маркетинге и способности получить целевой трафик на сайт [6]. Не так давно в данную нишу проник серьезный игрок в виде Яндекс. Путешествия, но это скорее аналог Яндекс Маркета, только для путевок - исчерпывающей информации там не получить, да и вряд-ли там такая информация появится позднее, т.к. в последние годы Яндекс свернул многие полезные информационные проекты и сконцентрировался на продаже рекламы и оптимизации ее продажи.

Как альтернатива, возможно появление туристских агрегаторов по нишевому туризму. Например, туризм по России, горный туризм, экскурсионный туризм, яхт-туры, кайт-туры, горнолыжные туры, экспедиционный туризм и т.д. Причем в данном случае, прибыль с одного реализованного пакета, скорее всего, будет выше, за счет меньшей конкуренции [7]. Туризм в России весьма перспективен, несмотря на его недостаточную освоенность. Но если подключить фантазию и маркетологов, это направление и тему можно с успехом осваивать.

References

1. Бородай В.А. Тенденции и индикативный подход в проектировании новых бизнес-моделей управления// Теория и практика современной науки.- 2016.- № 2 (8).- С. 74-82.

2. Бородай В.А. Увеличение потенциала бизнеса на основе технологии Business Intelligence // Бизнес технологии в России: теория и практика. - Саратов: Академия бизнеса, 2016. - С. 3-6.

3. Borodai V. Brand of the employer as DNA of corporate culture of service company // European Research. 2017. № 1 (24). С. 34-35. DOI: [10.20861/2410-2873-2017-24-001](https://doi.org/10.20861/2410-2873-2017-24-001)

4. Бородай В.А. Преимущества нелинейных стратегий эффективных коммуникаторов в сервисной деятельности // Наука сегодня: постулаты прошлого и современные теории. – Саратов: Академия бизнеса. 2016. - С. 7-11.

5. Borodai V. Simulation assessment center in the service of the company as a factor in the accuracy and validity of the information about the employee// International Journal Of Professional Science. 2017, №1. p. 22-33

6. Бородай В.А. Социально-экономическое развитие туристских территорий – институциональные аспекты // Социально-экономические и технико-технологические проблемы развития сферы услуг. – Шахты: Южно-Российский государственный университет экономики и сервиса. 2012. - С. 11-15.

7. Дудкина О.В.; Минасян Л.А.; Сага А.С., Опыт использования инфокоммуникационных технологий в проведении маркетингового исследования по вопросу о визуализации туристского потенциала города Ростова-на-Дону // Культура и туризм как инструменты повышения человеческого потенциала нации., Национальная академия туризма, Санкт-Петербург, 2016

UDC 379.85

Kabirov I.S. Tendencies of development of macro-regional tourist markets

Тенденции развития макрорегиональных туристских рынков

Kabirov I.S.

Candidate of economical science, associate professor
Kazan innovative university of V.G. Timiryasov (IEML), Kazan

Кабилов Ильдар Сарварович,

к.э.н., доцент

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП), Казань

Abstract. The article shows a structural change in tourist arrivals and revenues in the macro-regional tourism markets, tourist activity demonstrated subregions, the share of international arrivals are presented as part of inbound tourism from the main tourist destinations by region.

Keywords: tourism, region, the dynamics, tourist market, tourist streams

Аннотация. В статье показано структурное изменение туристских прибытий и доходов в макрорегиональных туристских рынках, продемонстрирована туристская активность субрегионов, представлены доли международных прибытий в рамках въездного туризма от основных туристских направлений по регионам.

Ключевые слова: туризм, регион, динамика, туристский рынок, туристские потоки.

.

Туризм, испытывая трудности своего развития, играет все более заметную роль в мировой экономике. Для 38% стран мира туризм - главный источник дохода, а для 83% стран туризм является одним из пяти основных источников дохода. Туризм называют «феноменом XX века», как по темпам роста его вклада в мировую экономику, так и по степени воздействия на важнейшие сферы жизнедеятельности человечества. К началу XXI века туризм превратился в мощный «двигатель» общемирового социально-экономического развития. На долю туризма приходится 7% мирового экспорта и более 30% мирового рынка услуг. Туризм – «индустрия будущего», фундаментальная основа развития многих развитых и развивающихся стран (регионов).

Данные статистики UNWTO свидетельствуют об устойчивых темпах развития туризма. Общее число туристских потоков в 1950 г. составляло 25 млн.,

а поступления от туризма – 2,1 млрд. долларов США, спустя 60 лет число путешествующих достигло 940 млн., поступления от туризма – более 928 млрд. долл. США. В 2015 году международные туристские прибытия достигли уровня 1186 млн. Ожидается, что к 2020 году число международных туристских прибытий составит 1,4 млрд. поездок, а к 2030 году – 1,8 млрд.

Для многих стран въездной туризм – жизненный источник поступлений иностранной валюты и важный фактор развития экономики. Доходы от международного туризма (включая траты на жилье, еду и напитки, развлечения, шопинг и т.д.) в 2015 году составили 1260 млрд. долл. США или 1136 млрд. евро, что на 4,4% выше уровня прошлого периода с учетом инфляции и колебаний валютного курса. В абсолютном выражении международные доходы от туризма в местах назначения увеличились на 15 млрд. долл. США (199 млрд. евро).

Сильные колебания обменного курса в 2015 году значительно повлияли на поступления от туризма по отдельным направлениям и регионам. В Северной и Южной Америке туристские доходы выросли на 8,0%, Азиатско-Тихоокеанском регионе и на Ближнем Востоке на 4,0%, в Европе – на 3,0% и на 2,0% в Африке [1].

В 2015 году отмечается рост прибытий к месту назначения воздушным транспортом (54%). Посещения дестинации наземным транспортом составило 46%, железнодорожным – 2,0% и водным – 5,0%. Путешествия с целью отдыха, на праздники и другие формы досуга составили 53%, порядка 14% - с профессионально-деловыми целями, 27% указали иные причины, такие как посещение друзей и родственников, религиозные, медицинские и т.д. Цель прибытий 6% не определена.

В 2015 году произошли незначительные структурные трансформации в ТОП-10 стран-лидеров въездного туризма. Два изменения произошли в рейтинге доходов и одно – по туристским прибытиям. В рейтинге доходов Таиланд

переместился с 9-й позиции на 6-е, Гонконг поднялся с 10-го на 9-е место в строчке. В рейтинге туристских прибытий Мексика поднялась на 1 пункт вверх и заняла 9-ю позицию (32,1 млн. посещений). По оценке двух ключевых индикаторов туризма (прибытия и поступления), многие страны занимают лидирующие позиции в ТОП-10 стран-лидеров въездного туризма на протяжении ряда лет.

Франция занимает первое место в списке самых популярных стран среди путешественников: в 2015 году страну посетило 84,5 млн. туристов. По показателю доходов индустрии туризма страна занимает 4-е место в ТОП-10 стран-лидеров въездного туризма (45,9 млрд. долл. США). По числу туристов США занимает второе место в рейтинге (77,5 млн. человек), первое место – по уровню доходности туристского сектора (204,5 млрд. долл. США). Испания занимает третье место по прибытиям (68,2 млн. человек) и третье место по доходам – 56,5 млрд. долл. США. Китай занимает четвертое место по прибытиям (56,9 млн.) и второе место по поступлениям от туризма (114,1 млрд. долл. США). Италия укрепила свои позиции на 5-м месте по прибытиям и 7-е место по поступлениям. С 2012 года по 2014 год включительно Российская Федерация прочно удерживала 9-е место по туристским прибытиям, но в 2015 году переместилась на одну строчку вниз в рейтинге, а поступления от туризма составили 31,3 млрд. долл. США.

Состояние туристских регионов в 2015 году выглядит следующим образом.

Международные туристские прибытия в Европейский регион составили 607,7 млн., увеличившись на 4,7% к уровню 2014 года (+27,5 млн.). Доходы от туризма выросли на 3,0% относительно данных прошлого периода и составили 450,7 млрд. долл. США (406 млрд. евро). Регион занимает первое место среди туристских потоков (51%) и доходов от туристского сектора (36%). На

протяжении десятилетий Европейский регион остается лидером въездного туризма. Европейские страны уделяют особое внимание популяризации своих территорий, памятным и культурно-историческим местам, созданию привлекательной инфраструктуры и очень чувствительны к внешним катаклизмам. Усиливающаяся конкуренция между странами как внутри своего региона, так и за его пределами вынуждают правительства многих стран пересматривать свое отношение к развитию сектора Т&Т и основательно подходить к разработке стратегий развития сферы туризма.

Туристские прибытия в Северную Европу увеличились на 7,3% в основном благодаря Исландии (+29,2%) и Великобритании (+5,6%). Стоит отметить, что резко сократились туристские потоки в Финляндию (- 4,0%). Субрегион является самой крупной туристской дестинацией. Центральная и Восточная Европа в 2015 году демонстрирует положительный прирост туристских прибытий (+5,3%). В основном это результат увеличения прибытий в Таджикистан (+94%), Венгрию (+17,9%), Румынию (+16,9%), Латвию (+9,8%). С другой стороны, Азербайджан (- 11,0%), Эстония (- 5,3%), Украина (- 2,2%) показали отрицательную динамику в этом субрегионе. Туристские потоки в нашу страну увеличились на 5,0% к уровню 2014 года. Южная Европа в целом показала положительный рост туристских потоков (+4,8%) за счет таких стран, как Албания (+13,3%), Андорра (+13%), Словении (+12,3%), Португалия (+9,7%), Хорватия (+9,1%), Кипр (+8,9%). Впервые за многие годы снизились туристские потоки в Турцию (- 0,8%). Незначительный рост по числу туристов наблюдается в Западной Европе (+3,2%). В субрегионе посещения увеличились в таких странах как Нидерланды (+7,8%), Германии (+6,0%), Австрии (+5,6%), Люксембург (+4,9%). Туристские прибытия во Францию выросли лишь на 0,9%.

В Азиатско-Тихоокеанском регионе международные туристские потоки увеличились на 14,9 млн. или на 5,6% к уровню 2014 года. Общий объем

прибытий в 2015 году составил 279,2 млн. туристов. Доходы от туризма увеличились на 4,0% и составили 418,3 млрд. долл. США. В структуре туристских прибытий доля региона – 24%, а по уровню доходности туристского сектора – 33%.

В Юго-Восточной Азии ситуации коренным образом изменилась, этот субрегион в 2015 году показал увеличение туристских прибытий на 7,6% (в 2014 году – на 2,6%). Мьянма продемонстрировала наиболее высокие результаты (+51,9%), а в прошлом году увеличение составило 50,7%. Такие страны как Таиланд (+20,4%), Лаос (+12%), Филиппины (+10,9%) и Индонезия (+10,3%) положительно повлияли на исход субрегиона. Отрицательный поток прибытий показала Малайзия (- 6,3%). В Северо-восточной Азии наибольший положительный рост прибытий наблюдается у таких стран как Япония (+47,1%), Тайвань (+5,3%) и Китай (+2,3%). Некоторые страны в субрегионе показали отрицательную динамику прибытий из-за нестабильности валюты. В Южной Корее произошла вспышка Ближневосточного респираторного синдрома (MERS), что повлияло на ее рост (- 6,8%). В целом субрегион показал положительную динамику туристских потоков (+4,3%). Южная Азия показала неплохие результаты (+4,4%). Прирост в субрегион связан с увеличением прибытий в такие страны, как Шри-Ланка (+17,8%), Иран (+5,4%), Индия (+4,5%) и Мальдивы (+2,4%). Прибытия в Непал снизились на 29,8% в прошлом году после землетрясения. Океания продемонстрировала в 2015 году рост прибытий на 7,4%. Наибольшее значение по прибытиям показала Австралия (+8,1%), а среди тихоокеанских островных направлений: Палау (+15%), Самоа (+10,9%), Фиджи (+9%), Новая Каледония (+6,3%) и Гуам (+4,9%).

Туристские прибытия в Американский регион в 2015 году увеличились на 5,9% к уровню 2014 года и составили 192,6 млн. В этот период наблюдается и увеличение поступлений от туризма на 8,0%, что в абсолютном выражении

достигло уровня 303,6 млрд. долл. США. Доля региона в структуре международных туристских прибытий – 16,0%, а доля доходов – 24,0%.

Туристские потоки в Северную Америку увеличились на 5,5%. Этому способствовал рост прибытий в Мексику (+9,4%), Канаду (+8,7%) и Соединенные Штаты (+3,3%). Международные прибытия в Карибский бассейн выросли на 7,4% к уровню 2014 года. В основном рост потоков обусловлен посещением таких направлений, как Куба (+17,5%), Аруба (+14,3%), Барбадос (+13,9%), Гаити (+10,9%), Пуэрто-Рико (+9,1%). В 2015 году Центральная Америка показала устойчивый рост прибытий (7,1%) за счет таких стран, как Панама (+20,9%), Белиз (+6,2%), Коста-Рики (+5,3), Никарагуа (+4,3%). Наименьшее значение по прибытиям в субрегионе показала Гватемала (+0,6%). Прибытия в Южную Америку увеличились на 5,8% в 2015 году. Рост потоков обусловлен в основном благодаря таким странам как Парагвай (+87,2%), Чили (+21,9%) и Колумбия (+16,1%). Сократились туристские прибытия в Аргентину (- 3,3%).

В 2015 году международные туристские прибытия в Африканский регион составили 53,5 млн., сократившись на 3,3% к уровню 2014 года. Сокращение прибытий связано из-за террористических волнений, а также новых правил выдачи виз в ряде стран. Доходы от туризма выросли на 2,0% относительно данных прошлого периода и составили 33,1 млрд. долл. США. В структуре туристских прибытий доля региона – 5%, а по уровню доходности туристского сектора – 3,0%. Лишь часть стран показали в этот период положительную динамику прибытий: Сейшельские острова (+18,7%), Маврикий (+ 10,9%), Мадагаскар (+9,9%), Зимбабве (+ 9,4%).

Туристские потоки на Ближнем Востоке увеличились на 1,7% к уровню 2014 года и составили 53,3 млн. человек. Поступления от международного туризма увеличились в регионе на 5,4% и составили 54,4 млрд. долл. США.

Регион занимает чуть более 4,0% от прибытий и доходов в общей структуре макрорегиональных рынков. В основном рост туристских потоков обусловлен посещением таких направлений как Ливан (+12,1%) и Катар (+3,7%). По другим направлениям наблюдается снижение туристских прибытий.

В настоящее время процесс становления российского туризма на мировой уровень возможен только с реальной поддержкой и конструктивного участия государства, который выступает катализатором развития государственно-частного партнерства в осуществлении масштабных туристских проектов (программ), сконцентрированных на формирование туристской привлекательности регионов, увеличение внутреннего и въездного туристских потоков, повышение качества туристских услуг (продуктов). Понимание сферы туризма как двигателя развития экономики нашей страны должно формироваться не только на уровне государства, но и в сознании местного населения и бизнеса, что предопределил качественный уровень развития современного российского общества [2, с.43].

Проведенное нами исследование показало, что в настоящее время активно усиливается конкурентная борьба между странами (регионами) за потребителя, а также необходимость развития внутреннего и въездного регионального туризма. Туристская активность очень чувствительна к внешним катаклизмам, и недавние события 2014 года (политические и трагические события на Украине, банкротство туроператоров и турагентств, эпидемия лихорадки Эбола, террористические акты, резкие колебания валютных курсов) повлияли на общую картину ТОП-10 привлекательности стран мира. В ближайшем будущем международные туристские прибытия будут в основном сконцентрированы в развивающихся странах. Рост туристских потоков будет увеличиваться на 4,4% в год, а в развитых странах – на 2,2% в год. Ожидается, что к 2030 году число прибывших туристов в развивающихся странах будет намного выше, чем в

развитых странах. В 2030 году 57% международных туристских прибытий будут сосредоточены в развивающихся странах (по сравнению с 30% в 1980 году) и 43% - в развитых странах (по сравнению с 70% в 1980 году).

References

1. UNWTO Tourism Highlights, 2016 Edition [Электронный ресурс] // UNWTO. URL: <http://mkt.unwto.org/publication/unwto-tourism-highlights-2016-edition> (режим доступа 20.02.2017).
2. Демченко, С.Г., Кабиров И.С. Государственная поддержка сферы туризма // Известия Сочинского государственного университета. 2013. №3. С.38-44.

UDC 338.012

Muhamedkarimova L. The effects of the Universiade in Kazan

Эффекты от проведения универсиады в г.Казань

Muhamedkarimova Liana

undergraduate field of study «Tourism» Volga Region State Academy of Physical Culture, Sports
and Tourism

Scientific adviser

A.A.Mustafina, Ph.D., Associate Professor, Department of chair Service and tourism, Volga
Region State Academy of Physical Culture, Sport and Tourism

Мухамедкаримова Лиана

магистрант кафедры сервиса и туризма, Поволжская государственная академия физической
культуры, спорта и туризма

Научный руководитель

А.А.Мустафина, кандидат экономических наук, доцент кафедры сервиса и туризма,
Поволжская государственная академия физической культуры, спорта и туризма

Abstract. In 2013, Kazan hosted the World Student Games sports. This article discusses seven types of heritage Universiade: economic, fashion, social, environmental, sports, and political infrastructure. Allocated direct and indirect economic effects of the Universiade.

Keywords: Universiade heritage, economic effects.

Аннотация. В 2013 году г.Казань принимала всемирные спортивные студенческие игры. В статье рассматриваются семь видов наследия универсиады: экономический, имиджевый, социальный, экологический, спортивный, инфраструктурный и политический. Выделены прямой и косвенный экономический эффекты Универсиады.

Ключевые слова: наследие универсиады, экономический эффект.

Проект подготовки и проведения летней Универсиады-2013 в г. Казани стал одним из ярких, разноплановых и значимых по своему влиянию на региональное развитие ключевым событием. Благодаря Всемирным студенческим играм Казань стала спортивной столицей России. Оно значительно подняло статус города и оказало мощное воздействие на социально-экономическое развитие Республики Татарстан, и на экономическую систему России в целом.

Оценку влияния Универсиады на экономику региона традиционно проводят в двух направлениях: оценка прямого экономического эффекта, связанного с расходами и доходами в процессе подготовки и проведения Универсиады; оценка долгосрочного влияния Универсиады на развитие благоприятного имиджа города и региона, на повышение инвестиционной привлекательности региона и др¹.

На Играх приняли участие 7980 спортсменов и 3798 официальных лиц (11778) из 160 стран мира. Разыгран 351 комплект медалей. 70 стран стали обладателями 1165 медалей, из которых российскими спортсменами завоевано 292 медали.

Установлено 67 рекордов Универсиады по 4 видам спорта (легкая атлетика, тяжелая атлетика, плавание, спортивная стрельба), из них российскими спортсменами - 39.

Интерес к проекту возрастал в геометрической прогрессии с первого дня Игр. За период проведения в Казань съехалось более 150 тыс. гостей и туристов, спортивные мероприятия посетили около 800 тыс. зрителей. Универсиада побила рекорды и по охвату телеаудитории – трансляции посмотрело 3 млрд. чел.

За подготовкой этого значимого проекта стоит работа большого количества людей, серьезной профессиональной команды. В рамках подготовки к этому событию было создано порядка 60 тысяч (57,5 тыс.) рабочих мест.

Универсиада явила миру еще и великолепную спортивную инфраструктуру Казани. Власти города и республики вошли во вкус и строят далеко идущие планы. Бюджет казанской Универсиады составил 228 миллиардов рублей, из которых 80 вложили инвесторы, остальное - федеральный

¹ Крамин М. В., Леонов В. А. Оценка влияния крупных региональных инвестиционных проектов на социально-экономическое развитие региона на примере проекта «Универсиада-2013»

и республиканский бюджеты. Деньги расходовались не только на спортивные сооружения, но и благоустройство. Согласно официальному отчету, к старту Универсиады в Казани были построены, реконструированы и отремонтированы 530 жилых и иных объектов. Из них 152 новых: 31 спортивный объект, 37 зданий комплекса Деревни Универсиады, 18 парковок, 8 медицинских сооружений, здание вокзала «Казань-2», 11 транспортных развязок, 39 пешеходных переходов, три станции метро. Подготовлено 173 км дорог и несколько парковых зон².

Бюджет Универсиады составлен таким образом: 36 млрд. руб. — использовано на строительство новых спортивных объектов, 11 млрд. руб. — на деревню Универсиады, 40 млрд. руб. — на развитие дорожных коммуникаций, 30 млрд. — на развитие казанского метро³, аэропорт — 12 млрд. руб⁴.

Выделяют семь видов наследия универсиады: экономический, имиджевый, социальный, экологический, спортивный, инфраструктурный и политический.

² Уланов В. // Газета Алтайский спорт /28 (615) 2013, 01 августа 2013 // <http://bmsi.ru/doc/67c6ec5e-8b5a-478b-bfab-978b1d413de8>

3

Семеркин С. «Строительство деревни «Универсиада» будет финансироваться бюджетом России». Официальная хроника. Универсиада-2013. Казань. Информационное агентство Татаринформ. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.tatarinform.ru/news/2009/03/17/158067/> (дата обращения 15.04.2013).

⁴ Зарипова Н. М. УНИВЕРСИАДА-2013: ЗАТРАТЫ, РИСКИ И ВЫГОДЫ // Научное сообщество студентов XXI столетия. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ: сб. ст. по мат. XI междунар. студ. науч.-практ. конф. № 11. URL: <http://sibac.info/archive/economy/11.pdf> (дата обращения: 19.01.2017)

Перед тем как оценить полученный экономикой города Казани экономический эффект от проведения Универсиады, необходимо понять структуру данного эффекта, которая включает две составляющие:

Прямой эффект – изменение объемов продаж тех предприятий, которые напрямую поставляют товары и услуги участникам и сотрудникам Универсиады (таких как гостиницы, рестораны, предприятия транспортного сектора и др.). Величина этого эффекта непосредственно определяется расходами участников (спортсменов, членов делегаций и организаторов). Мы также включили расходы нерезидентов – гостей Универсиады в наш расчет. Расходы резидентов – посетителей соревнований не отнесены на Универсиаду, поскольку мы предполагаем, что они бы потратили эти средства на другие товары и услуги, если бы Универсиада не проводилась. Мы также исключили расходы, полученные компаниями, расположенными не в Казани, поскольку они не могут быть рассмотрены как влияющие на экономику города.

Косвенный эффект – увеличение продаж в отраслях, тесно связанных с поставщиками Универсиады и, в свою очередь, являющихся их поставщиками. Например, гостиничный бизнес закупает электричество, чтобы обслуживать своих гостей. Чем больше гостей необходимо обслужить, тем больше необходимо закупать электричества и поставщикам приходится наращивать производство.

Универсиада в Казани привлекла в город более 40 000 спортсменов и судей, делегатов, представителей ФИСУ, а также гостей и сотрудников оргкомитета. Все они были размещены в гостиницах. На церемонии открытия и закрытия присутствовало порядка 66 000 зрителей (около 13 000 человек, не являющихся резидентами города), приехавших не в составе делегаций, а с частным визитом. Во время проведения Универсиады на соревнованиях каждый день присутствовало оценочно около 9 000 нерезидентов города.

Количество гостей Универсиады – нерезидентов Казани (человек)

Таблица 1

Категория	Количество
Спортсмены	11 500
Зрители церемонии открытия и закрытия	13 200
Среднее количество зрителей соревнований в день	9 026
Делегации	4 188
Судьи	2 047
Маркетинговые партнеры	84
Сотрудники Оргкомитета	20 866
Члены ФИСУ	556
Оргкомитет	70
Гости оргкомитета	1 802
Пресса	969

Согласно оценкам, на питание и размещение всех нерезидентов во время проведения Универсиады потрачено (как из бюджета, так и из личных средств) 2 млрд. рублей. В эту сумму включены расходы оргкомитета на размещение и питание гостей и личные траты зрителей. Это дополнительная выручка предприятий Казани. В организации и проведении такого масштабного мероприятия задействовано значительное количество подрядчиков из сферы профессиональных услуг. Это и компании, непосредственно участвующие в организации:

- культурных мероприятий;
- рекламных кампаний, конкурсов, кампаний по пропаганде Универсиады;
- выпуска фото-, видео-, электронных и печатных материалов.

Основная доля этих затрат финансировалась оргкомитетом. Выделялись только те затраты, которые приходились на подрядчиков, располагающихся в Казани, чтобы оценить дополнительную выручку для предприятий и организаций города. На компании и организации сферы профессиональных

услуг в городе дополнительно приходится 2,8 млрд рублей выручки. Все присутствующие на Универсиаде, включая участников и зрителей, тратят определенные суммы на покупки сувениров и прочие товары. Принимая во внимание количество и разницу в расходах различных категорий гостей Универсиады, а также продолжительность их пребывания в Казани, дополнительная выручка для предприятий розничной торговли от гостей Универсиады составила 349 млн рублей. Для перемещения гости использовали как транспорт, предоставленный организаторами соревнования, так и сами оплачивали услуги такси и общественного транспорта (например, зрители и маркетинговые партнеры). Учитывая стоимость проезда на различных видах транспорта, дополнительная выручка для предприятий транспортного сектора Казани в 197 млн рублей. Другие сегменты экономики Казани также получают дополнительную выручку.

К числу таких сегментов относятся:

- почтовые и телекоммуникационные услуги;
- услуги по управлению и содержанию недвижимости;
- аренда машин, оборудования и другие бизнес-услуги;
- обеспечение безопасности;
- образование.

Общая дополнительная выручка для этих сегментов получается в размере 786 млн рублей. Таким образом, общая прямая выручка предприятий и организаций города Казани от деятельности, связанной с предоставлением услуг гостям-нерезидентам и оргкомитету Универсиады, составляет 6,2 млрд рублей. Затраты оргкомитета осуществлялись с 2009 по 2013 год.

Косвенный экономический эффект – это дополнительная выручка для тех предприятий и организаций, которые продают товары и услуги предприятиям и организациям, которые уже являются прямыми поставщиками Универсиады.

Таблица 2

Прямой экономический эффект и его распределение по отраслям, в
рублях, (цены 2013 года)

Сектор экономики	Сумма	Прирост
Сфера профессиональных услуг	2,8 млрд. рублей	46%
Гостиницы и рестораны	2,0 млрд. рублей	33%
Розничная торговля	0,3 млрд. рублей	5%
Транспорт	0,2 млрд. рублей	3%
Другие	0,8 млрд. рублей	13%

Прямую выручку предприятий сектора гостиниц и ресторанов можно оценить в размере 2 млрд рублей. Гостиничный бизнес, в свою очередь, потратит часть этих средств на закупку в таких секторах, как производство электричества/газа, оптовые поставки, закупка товаров, пищевые продукты и табак и другие. Таким образом, предприятия и организации, осуществляющие поставки для гостиничного бизнеса, представляют следующий уровень косвенного экономического эффекта, связывая гостиничный бизнес с большим количеством других отраслей и секторов экономики. Косвенный экономический эффект для предприятий сектора гостиниц и ресторанов оценивается в размере 1,5 млрд рублей (в ценах 2013 года).

Таблица 4

Секторы, на которые оказывается косвенный экономический эффект,
млрд рублей (цены 2013 г.)

Сектор	Косвенный эффект млрд. руб	Прирост
Снабжение электричеством газом и водой	763	17%
Добыча полезных ископаемых	501	11%
Оптовая торговля	428	9%
Добыча полезных ископаемых	377	8%
Аренда (в т. ч. машин и оборудования)	250	5%
Производство металлов	219	5%
Розничная торговля	217	5%
Другие	1 819	40%
Всего	4 576	100%

Учитывая величину прямого и косвенного экономических эффектов, можно оценить общую величину экономического эффекта в 10,8 млрд рублей (в ценах 2013 года). в разбивке на прямой и косвенный составляет:

Общий экономический эффект	Прямой эффект	Косвенный эффект
10,8 млрд. рублей	6,2 млрд. рублей	4,6 млрд рублей

Все виды наследия универсиады имеют, по мнению экспертов, как отрицательные, так и положительные аспекты. К примеру, экологическое наследие любого мега-события носит, как правило, негативный характер, ведь сам факт концентрации здесь людей и ресурсов означает дополнительную нагрузку на окружающую среду. Но есть примеры так называемых «зеленых проектов», которые улучшают природную «инфраструктуру».

Таблица 5

Примеры мероприятий по охране окружающей среды при подготовке и проведении Универсиады в Казани

Мероприятие	Стоимость	Результат
Берегоукрепительные работы на озере Средний Кабан	359 млн. руб.	Берегоукрепление протяженностью 4667 м
Берегоукрепительные работы на реке Казанке	531 млн. руб.	Берегоукрепление протяженностью 2947 м
Строительство шести снегоплавильных установок	330 млн. руб.	Мероприятие направлено на снижение антропогенной нагрузки
Строительство полигона утилизации ТБО «Восточный» по ул. Мамадышский тракт г. Казани	Строительство полигона осуществляется за счет частных инвестиций ООО «ПЖКХ»	Строительство второго полигона ТБО «Восточный» позволит значительно снизить негативное воздействие на окружающую среду города, уменьшит расходы специализированных организаций, задействованных в сфере сбора и транспортировки отходов, за счет уменьшения пробега автотранспорта при вывозе отходов.
Благоустройство улиц и парковых зон города, примыкающих к объектам Универсиады	2013 58 млн. руб.	На территории города высажено 47,8 тысячи деревьев. На участках с подземными коммуникациями высажено 19,6 тыс. кустарников

Помимо приведенных примеров мероприятий были переоснащены современным оборудованием лаборатории и посты наблюдения за окружающей средой⁵.

Проще оценить имиджевое («неосязаемое») наследие мега-события. Очевидно, например, что после Универсиады жители Казани стали больше гордиться своим городом, сюда потянулись иностранцы, узнав, что это спортивная столица России, имеющая, к тому же, тысячелетнюю историю.

Впечатляет и инфраструктурное наследие Универсиады: в Казани построено к Студенческим играм около сорока спортивных объектов, отели, новые развязки и эстакады, модернизированы многие десятки километров автодорог.

В рамках Игр было задействовано 64 основных объекта, в том числе на 33 объектах проходили соревнования. К Универсиаде – 2013 в Казани с нуля были построены 29 спортивных объектов. Организаторы Игр осуществляли планирование строительства и размещение спортивных объектов с учетом Конвенции о защите и сохранении объектов Всемирного культурного и природного наследия ЮНЕСКО.

Почти все спортивные объекты Универсиады были построены задолго (год и более) до её открытия, только «Казань-арена» и Дворец Водных видов спорта были сданы весной 2013 г.

До Универсиады на всех спортивных объектах прошли 17 тестовых различных соревнований, в том числе федерального и международного уровня. 18 спортивных объектов переданы высшим учебным заведениям.

«Казань – арена» - главная площадка, на которой проходили церемонии открытия и закрытия Универсиады – 2013 вмещает 45 000 зрителей. Во время

⁵ Выделяя Казань на карте мира Экономический эффект от проведения Универсиады–2013 в Казани// <http://www.pwc.ru/ru/sports/publications/4.pdf>

проведения Игр здесь располагался Главный пресс-центр (МРС) и Международный вещательный центр (IBC).

Спортивные объекты, возведенные в Казани, остались доступными и более широко востребованными для населения города и республики, в отличие от спортивных объектов Зимней Олимпиады-2014 в Сочи, ряд которых будет перемещён в другие города. Отличительной особенностью объектов является то, что 55 спортивных сооружений это комплексные спортивные объекты и только 9 спортивных сооружений узкоспециализированные, т.е. предназначены для одного вида спорта. Из числа всех спортивных сооружений Универсиады 32 объекта предназначены для проведения соревнования и столько же объектов – для проведения тренировочных занятий сборных команд по различным видам спорта.

В разработанных технических заданиях на проектирование и строительство спортивных сооружений для проведения XXVII Всемирной летней Универсиады 2013 г. в г. Казани установлены требования по обеспечению доступа на объекты людей с ограниченными физическими возможностями. В общей части спортивных объектов Универсиады учтены требования для занятий спортом маломобильных групп населения, т.е. людей, испытывающих затруднения при самостоятельном передвижении, получении услуги, необходимой информации или при ориентировании в пространстве. К маломобильным группам населения отнесены: инвалиды, люди с временным нарушением здоровья, беременные женщины, люди преклонного возраста, люди с детскими колясками и т.п.

Для приема спортсменов построена Деревня Универсиады – самый современный студенческий кампус России на 28 жилых домов. Здесь же создана инфраструктура, необходимая для комфортного проживания студентов – современнейший медицинский центр, Центр общественной безопасности,

пункты общественного питания, прокат спортивного инвентаря, супермаркет, аптека и даже салон красоты.

На базе Поволжской государственной академии физической культуры, спорта и туризма был создан Международный образовательный центр Международной федерации студенческого спорта – символ наследия Универсиад, центр совершенствования системы управления студенческим спортом, аналитико - ресурсный центр мирового студенческого спорта, который ориентирован на подготовку кадров для российского и мирового студенческого спортивного движения.

К проблемным последствиям Универсиады относится в частности, вопрос трудоустройства вовлеченного в ее организацию персонала. Дело осложняется непростой социально-экономической ситуацией в стране и высоким уровнем ожиданий молодых людей, которые за время подготовки и проведения Студенческих игр выросли в классных менеджеров и морально не готовы к понижению планки.

Если обратиться к данным о работе спортивных комплексов, оставшихся после проведения последних олимпийских игр, то можно увидеть, что в Ванкувере многие объекты были просто демонтированы, в Пекине и Афинах они простаивают из-за нехватки финансирования.

В Казани же не было никаких опасений по поводу дальнейшего использования объектов. Все универсиадские объекты в Казани были изначально запроектированы и размещены так, чтобы впоследствии они были максимально востребованы людьми.

И минувший год показал, что абсолютное большинство спортобъектов не просто востребованы – они работают с полной загрузкой с 6 утра до 23 вечера.

Одним из основных объектов Всемирных студенческих игр 2013 года стала Деревня Универсиады. До и после проведения Игр она используется как самый

крупный в России студенческий кампус, в котором проживают учащиеся Казанского (Приволжского) федерального университета, Поволжской государственной академии физической культуры, спорта и туризма. Благодаря этому условия проживания студентов удалось поднять на принципиально новый уровень.

Значительно улучшились и условия проведения студенческих спортивных занятий, что способствовало популяризации физической культуры среди основной массы молодежи. Количество занимающихся спортом студентов увеличилось более чем в два раза - с 20 тыс. 739 чел. в 2008 году до 48 тыс. 966 чел. в 2013 году.

Также благодаря строительству новых спорткомплексов нам удалось усовершенствовать систему подготовки юных спортсменов. Все наши детско-юношеские спортивные школы проводят учебно-тренировочные занятия на спортивных объектах Универсиады вне зависимости от форм собственности. Важно отметить, что наследие Универсиады – это не только спорткомплексы, но также оборудование и инвентарь, которые также сейчас используются нашими жителями.

Безусловно, само наличие материальной базы не означает мгновенного появления наших спортсменов на пьедесталах почета – тут имеет место так называемый «отложенный эффект».

Мы можем уверенно заявить, что в Казани подрастают будущие спортивные звезды российского уровня.

Важным фактором является и наличие высококвалифицированных тренерских кадров. Именно их в ДЮСШ сегодня дефицит. Понятно, что даже самая лучшая материальная база чемпионов вырастить не в состоянии. Мы возлагаем большие надежды на выпускников Поволжской академии физической культуры и спорта. Помимо детско-юношеского спорта появление в столице

Татарстана спортивных объектов мирового уровня положительно сказалось на развитии спорта высоких достижений.

В настоящее время на базе наших спортивных объектов были размещены федеральные центры по подготовке сборных команд, которые расположены в Центре гимнастики, Центре гребных видов спорта и во Дворце водных видов спорта.

Еще одним очень важным фактором успешного использования спортивного наследия Универсиады является возросший интерес к здоровому образу жизни. На 1 января 2014 года общее количество систематически занимающихся физической культурой и спортом казанцев составило 388 тыс. 141 человек, то есть 43% от общей численности населения. Напомню, что в 2017 году количество занимающихся составляло 192 тыс. 253 человека или 17%. Таким образом, за 3 года прирост составил 26%.

Например, такие спорткомплексы как «Триумф», «Форвард» и «Ак Буре» стали центрами спортивной жизни в районах, которые прежде не могли похвастаться богатой спортивной инфраструктурой. Сюда потянулись люди самых разных возрастов.

По информации, полученной от руководителей спортивных сооружений и администраций районов, с октября 2013 года по настоящее время количество посещений спортивных объектов составило более 200 тысяч человек. Из них 15 тысяч – люди пенсионного возраста, 2,5 тысячи человек с ограниченными возможностями, а также более 80 тысяч учащихся общеобразовательных школ.

Наиболее посещаемыми объектами являются – плавательные бассейны (32% от общего посещения), ледовые катки, спортивные залы и футбольные поля (примерно по 20%).

С целью дальнейшего вовлечения в систематические занятия физкультурой всех без исключения жителей в наших спорткомплексах

продолжается работа по адаптации объектов для посещения маломобильных групп населения. В рамках долгосрочной целевой программы «Доступная среда» в 2012 году в Казани были проведены работы на 9 спортивных комплексах. В текущем году ведутся работы на 6 объектах. Эта работа дает свои первые результаты: в 2015 году Казань стала хозяйкой чемпионата мира по спортивным танцам на колясках, что невозможно было представить еще несколько лет назад.

Необходимо отметить, что Казань после Универсиады постепенно входит в число мировых спортивных центров.

Так в нашем городе состоялись такие крупные международные соревнования, как первенство мира по тяжелой атлетике среди юниоров, чемпионат Европы по бадминтону, чемпионат мира по фехтованию, Кубок Европы по художественной гимнастике, Чемпионат мира по водным видам спорта, Чемпионата Европы по дзюдо, Чемпионат мира по легкой атлетике среди юниоров.

В ближайшее время Казань ожидает участников:

- Кубка конфедераций в 2017 году (10-25 июня)
- Чемпионата мира по футболу 2018 года (июнь – июль).

Еще одним важным спортивным состязанием, которое мы проводим на объектах Универсиады, является наша общегородская Спартакиада «Спортивная Казань». Более 35 тысяч работников всех отраслей муниципального хозяйства не просто выявляют сильнейших, а получают истинное удовольствие от выступления на современных площадках.

В завершение необходимо отметить, наследие и эффект проведения Универсиады непременно будет приумножаться. Спортивная инфраструктура Казани продолжает пополняться новыми объектами - в городе реализуется программа строительства универсальных спортивных площадок⁶. Всемирная

⁶ Доклад председателя Комитета физкультуры и спорта Фахриева И.Г. «Об использовании спортивного

летняя Универсиада и ее наследие позволили не просто сделать Казань современной, бренд нашего спортивного города стал узнаваемым во всем мире. Универсиада-2013 оказала мощное многостороннее позитивное влияние на рост инвестиционного потенциала г. Казани и Республики Татарстан.

References

1. Выделяя Казань на карте мира Экономический эффект от проведения Универсиады-2013 в Казани // <http://www.pwc.ru/ru/sports/publications/4.pdf>
2. Доклад председателя Комитета физкультуры и спорта Фахриева И.Г. «Об использовании спортивного наследия Универсиады-2013» на аппаратном совещании 21 июля 2014 г.
3. Зарипова Н. М. Универсиада-2013: затраты, риски и выгоды // Научное сообщество студентов XXI столетия. экономические науки: сб. ст. по мат. XI междунар. студ. науч.-практ. конф. № 11. URL: <http://sibac.info/archive/economy/11.pdf> (дата обращения: 19.01.2017)
4. Семеркин С. «Строительство деревни «Универсиада» будет финансироваться бюджетом России». Официальная хроника. Универсиада-2013. Казань. Информационное агентство Татаринформ. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.tatarinform.ru/news/2009/03/17/158067/> (дата обращения 15.04.2013).
5. Уланов В. // Газета Алтайский спорт /28 (615) 2013, 01 августа 2013 // <http://bmsi.ru/doc/67c6ec5e-8b5a-478b-bfab-978b1d413de8>

наследия Универсиады-2013» на аппаратном совещании 21 июля 2014 г.

UDC 316.422.42

Nadutkina I.E., Kompaniets S.A. Problems of tourism promotion of the border region: effective advertising

Проблемы продвижения туристского бизнеса приграничного региона: эффективной рекламы

Nadutkina Irina Eduardovna

Belgorod State national research University, Belgorod

Kompaniets Svetlana Aleksandrovna

Belgorod State national research University, Belgorod

Надуткина Ирина Эдуардовна

Белгородский государственный национальный
исследовательский университет, г. Белгород

nadutkina@bsu.edu.ru

Компаниец Светлана Александровна

Белгородский государственный национальный
исследовательский университет, г. Белгород

shovgenya@bsu.edu.ru

Abstract: addresses the issues of promotion of tourism potential in the border region and the establishment of more effective advertising of tourist routes of the Belgorod region

Keywords: the development of tourism, management culture, historical and cultural heritage of the region, politics, advertising, site of tourist services.

Аннотация: рассматриваются вопросы продвижения туристского потенциала приграничного региона и создания более эффективной рекламы туристских маршрутов Белгородской области.

Ключевые слова: развития туризма, культура управления, историко-культурное наследие, политика региона, реклама, сайт туристских услуг.

Важнейшим фактором развития туризма Белгородской области является природно-рекреационный и историко-культурный потенциал данного приграничного региона. Наличие этого фактора позволяет при сравнительно небольших капиталовложениях обеспечить экономически рентабельное использование местных туристских ресурсов: историко-культурного наследия, традиций, природных условий.

Белгородская область, являясь приграничным регионом весьма перспективна для развития различных видов туризма и привлечения на территорию потенциальных туристов. В целях продвижения туристского потенциала данного приграничного региона и создания более эффективной рекламы туристских маршрутов области, как на внутреннем, так и на международном рынках туристских услуг, необходимо формирование базы данных по туристским фирмам, турам, маршрутам, транспортному обеспечению и средствам размещения.

Однако развитие туризма нашего региона на сегодняшний момент испытывает определенные трудности. Это связано с отсутствием системного подхода в развитии туризма, опыта работы в области обслуживания туристов, нехваткой квалифицированных кадров, разрозненностью информации о собственных туристских ресурсах, для чего важно в ряде случаев обращение к профессиональным консультантам. Консалтинг – даст возможность предоставлению независимых советов и помощи по вопросам управления туристическим бизнесом, по определению Европейской федерации ассоциаций консультантов по экономике и управлению (FEACO), «включая определение и оценку проблем и/или возможностей, рекомендации соответствующих мер и помощь в их реализации» [1, с.99].

Важно, чтобы консультант делился опытом с клиентом, а клиент, в свою очередь, непосредственно принимал активное участие в решении проблемы, где по мере изменения социально-экономической ситуации в регионах, должна работать практика привлечения регионального экспертного интеллектуального сообщества [2, с.3-9]. В этом случае, обе стороны извлекут ценный опыт из решения данной задачи.

Возможным путем решения данных проблем является разработка программы развития туризма в Белгородской области с учетом местных особенностей.

В настоящее время Белгородская область является уникальным, динамично развивающимся регионом, в котором представлены практически все отрасли экономики. Туристский потенциал и туристские ресурсы области определяются следующими факторами:

1. Удобное географическое положение. Область является приграничной с Украиной, что позволяет увеличить приток туристов из стран ближнего зарубежья и тем самым наладить партнерские отношения в области международного туризма.

2. Наличие в регионе туристского потенциала. На Белгородчине более 2000 тыс. памятников истории и культуры, в числе которых 908 памятников археологии, 245 памятников архитектуры, 748 памятников воинской славы, 35 из них являются памятниками истории и культуры федерального значения. Уникальные природные участки края объединены в государственный заповедник «Белогорье».

Основной целью развития туристического бизнеса является формирование и развитие в Белгородской области высокоэффективного и конкурентоспособного туристского комплекса, обеспечивающего широкие возможности для удовлетворения потребностей граждан в разнообразных туристских услугах, а также значительный вклад в развитие экономики региона (налоговые поступления в бюджет, увеличение количества рабочих мест, сохранение и рациональное использование объектов историко-культурного наследия и природного потенциала). Необходимо так же формирование представления об области, как региона привлекательного для туристов [3, с. 273-275; 4, с. 87-92.].

В соответствии с поставленной целью первоочередными задачами являются:

1. Принятие мер по кадровому, научно-методическому, рекламно-информационному обеспечению туристской отрасли.
2. Совершенствование законодательства в сфере туризма и механизма государственного регулирования.
3. Развитие инфраструктуры туризма, разработка комплекса мер по содействию и модернизации материально-технической базы туризма, активизация строительства новых объектов.
4. Формирование привлекательного туристского имиджа региона, обеспечение высокого качества туристских услуг.
5. Обеспечение развития малого предпринимательства, объектов потребительского рынка и услуг, стимулирование занятости населения в сфере туризма и обслуживания.
6. Создание условий для инвестирования и других форм финансирования, кредитования субъектов туристской индустрии.

Автоматизация и широкое применение электронной техники становятся одной из актуальнейших задач в отрасли туризма. Сайт туристских услуг является наиболее эффективной формой рекламы туристского потенциала и создания привлекательного образа региона. Способствует превращению туризма в одну из самых прибыльных отраслей народного хозяйства, что даст возможность получить значительные поступления в местный бюджет, созданию образа региона, интересного с исторической и культурной точек зрения, стабильно развивающегося, экологически чистого, гостеприимного, безопасного, легкодоступного в транспортном отношении, с большим творческим и интеллектуальным потенциалом.

Создание мощных компьютерных систем бронирования средств размещения и транспорта, экскурсионного и культурно-оздоровительного обслуживания, внедрение новейшей технологии в сферу туризма, информация о наличии и доступности тех или иных видов поездок, маршрутов, туристского потенциала стран и регионов, является одним из приоритетных направлений развития регионального туризма на сегодняшний день.

В соответствии с Федеральной целевой программой «Развитие туризма в Российской Федерации» предусмотрено создание единого информационного обеспечения в области туризма, и ее интеграции с аналогичными международными системами.

Туризм, являясь одной из самых динамичных сфер экономики, представляет собой высоко насыщенную информационную отрасль. Другими словами, сбор, хранение, обработка и передача актуальной информации являются важнейшим и необходимым условием функционирования любого туристского предприятия.

Успешное развитие туризма на территории Белгородского региона предполагает широкое использование новейших технологий как в области создания турпродукта, так и его продвижения на рынок услуг. Прежде всего, это касается возможности формирования новых маркетинговых каналов продвижения и сбыта туристского продукта.

В настоящее время использование Интернет-ресурса для продвижения туристского потенциала является наиболее перспективным. Туризм – это глобальный компьютеризированный бизнес, в котором участвуют крупнейшие авиакомпании, гостиничные цепочки и туристические корпорации всего мира. Современный турпродукт становится более гибким и индивидуальным, более привлекательным и доступным для потребителя. Персональный компьютер и

Интернет, их доступность и надежность, способствуют проникновению во все сферы общества новых информационных технологий.

Туризм и информация неразделимы, так как решение о поездке принимается на основе информации, да и сам тур в момент продажи является только информацией.

Информацией обмениваются сотни раз в день все участники туристического рынка, и значит, нужно уметь работать с информацией, собирать, обрабатывать и принимать на ее основе единственно верное решение. Туризм – одна из самых перспективных и быстроразвивающихся индустрий. Сдерживающим фактором для бурного и качественного роста отрасли туризма является низкая информационная грамотность и слабые коммуникации.

Общеизвестен факт, что эффективность прямой рекламы туристических услуг в средствах массовой информации снижается. Поиск альтернативных форм рекламы приводит турфирмы к мысли о необходимости собственного присутствия во всемирной компьютерной сети Интернет.

Потенциальному туристу необходимо предоставить комплексную информацию о туристских ресурсах региона, средствах размещения, интересных развлечениях и программах мероприятий.

Существует следующая классификация туристских сайтов. Так, «Визитная карточка» – самый простой способ представления региона. Обычно такой сайт имеет всего несколько страниц: «О регионе», «Как нас найти», «Основные туристские маршруты». Достоинства такого сайта ограничиваются его низкой ценой создания и отсутствием необходимости постоянного обновления.

Еще одна форма – это «Веб-витрина» – наиболее распространенный сегодня способ предоставления туристических ресурсов региона в сети. Представляет собой набор веб-страниц с описаниями достопримечательностей,

маршрутов, отелей и гостиниц, туристских фирм. На таких сайтах ведутся новостные разделы, с той или иной степенью регулярности появляются специальные предложения и горящие путевки. Для агентств предусмотрена возможность отправки заявки на электронную почту. Если такой сайт регулярно обновляется, сделан квалифицированным дизайнером, то это реальный инструмент для повышения имиджа региона.

«Туристический электронный магазин» – такой вид сайтов только начинает вырисовываться на современном онлайн-туристическом рынке. Главная особенность такого сайта это детализированное описание каждого тура, каждой гостиницы с соответствующими ценами. Электронный магазин в значительной мере помогает разрушить элементы недоверия к неизвестной фирме и создать ей имидж надежной компании. Кроме того, большинство клиентов к моменту прихода в офис уже определились с выбором тура, что значительно снижает нагрузку на менеджеров в офисе. Если в программном обеспечении предусмотрена связь с внутриофисной программой автоматизации турфирмы, то, например, к моменту прихода туриста в офис ему уже могут быть выписаны необходимые документы и сделано предварительное бронирование этого тура.

Большой проблемой, с которой сталкиваются десятки туристических агентств, является невозможность оперативно отразить на своих сайтах огромный объем предложений, постоянно получаемых от туроператоров. Самым простым решением в данном случае является регулярное размещение специальных предложений операторов на сайте турагентств Белгородской области.

На сегодняшний день информация в сети Интернет о туристских ресурсах Белгородской области разобщена и не имеет четкой структуры. Для улучшения доступа к информации, предлагаемой различными туристскими фирмами

области, и привлечения большего количества туристов в регион, является продолжение работы по созданию единого сайта туристских услуг Белгородской области, который должен включать в себя следующие разделы: во первых, раздел который дает представление о регионе в целом, его важнейших достопримечательностях и центрах притяжения для туристов; во вторых, раздел, который дает возможность туристским фирмам и организаторам путешествий предоставить свои наиболее интересные туристские пакеты с описанием маршрутов и указанием цен; в третьих, раздел, который должен содержать систематизированные и представленные по единой схеме туристские предложения по отдельным районам Белгородской области со всей необходимой информацией; в четвертых, раздел, который должен содержать рекламные материалы – подробные индивидуальные предложения организаций, предлагающих туристам разносторонние услуги (например: гостиницы, пансионаты и дома отдыха, транспортные предприятия, производители сувениров, музеи, учреждения культуры).

Продолжение работы по созданию в Белгородской области единого сайта туристских услуг позволит туристским фирмам и организаторам поездок, предоставить свои предложения маршрутов в регионе, рассчитанные на массового потребителя, по возможности с указанием цены. При этом следует иметь в виду, что речь идет о комплексном туристском продукте с полным описанием программы туристского маршрута. Также размещение на сайте названия турфирмы, адреса, телефона и электронной почты позволяет заинтересованным клиентам напрямую вступить в контакт с этой фирмой.

Одной из ключевых задач сайта является развитие сотрудничества между туристскими фирмами, как на внутреннем, так и на международном рынках туристских услуг. Она заключается в том, чтобы туристские фирмы из других регионов могли предлагать своим клиентам, относящимся к различным целевым

группам, комплексные и готовые программы на территории Белгородской области, включающие в себя различные по виду и продолжительности туристские поездки.

Туристские фирмы высоко ценят подобные комплексные туристские пакеты, поскольку иначе они должны были бы сами прилагать значительные усилия для формирования маршрутов, исходя из различных предложений по транспорту, питанию, размещению, посещению музеев и других культурных объектов, что во-первых, достаточно сложно сделать без знания конкретной территории, во-вторых, требует слишком много времени.

Официальный сайт туристских услуг Белгородской области, помимо всего прочего, делает информацию открытой и способствует развитию конкуренции по принципу более высокого качества, поскольку клиенты достаточно просто могут сравнить качество составленных программ и цены. Руководство над работой по созданию сайта должно осуществляться на областном уровне при поддержке органов местного самоуправления.

Информация должна быть представлена в систематизированном виде и по единой схеме из всех районов Белгородской области заинтересованных в развитии туризма. Такая информация должна включать фотографии основных достопримечательностей, краткое описание района с представлением важнейших туристских аргументов, основные сведения о туристских фирмах в районе или подразделениях администрации, где можно получить более подробную информацию с указанием адресов и номеров телефонов. Далее дается перечень важнейших достопримечательностей, музеев и театров, возможностей для прогулок по окрестностям. Следует предоставить информацию о способах проезда и таблицу с описанием возможностей для проживания с указанием цен.

Сайт может содержать информацию от отдельных предпринимателей и организаций в сфере туризма. Это касается пансионатов и домов отдыха, лагерей

отдыха для детей, транспортных предприятий, музеев, монастырей и других организаций, заинтересованных в развитии туризма и привлечении туристов на территорию Белгородской области.

Индивидуальных туристов так же следует отнести непосредственно к основной целевой аудитории туристского сайта области. Индивидуальные туристы исходя из предложений, размещенных на сайте смогут сами выбирать туристские маршруты и виды туризма нашей области, а также туристские фирмы, как на внутреннем, так и на международном рынках туристских услуг.

Таким образом, разворачивание и продолжение кропотливой работы по единому информационному сайту туристских услуг Белгородской области в сети Интернет, включающему список и фотографии достопримечательностей, средств размещения, предприятий общественного питания, проводимых в регионе фестивалей, праздничных мероприятий, позволит привлечь на территорию области наибольшее количество и российских и иностранных туристов. Также сконцентрированная информация позволит расширить возможности для удовлетворения туристских интересов самих жителей Белгородской области.

References

1. Кларин М. В. Корпоративный тренинг от А до Я. 2002. С. 99
2. Бабинцев В.П., Надуткина И.Э., Сапрыка В.А. Экспертное сообщество как субъект гражданского участия в регионе// Власть. - 2014. №7. - С. 3-9.
3. Надуткина И.Э. Анализ инновационной восприимчивости региональной системы управления социальной сферой// Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Философия. Социология. Право. 2010. № 14. С. 273-275.

4. Павлов К.В., Андреева И.Г., Сапрыка В.А., Шмигирилова Л.Н Разработка методики оценки состояния проектов и программ межрегионального приграничного сотрудничества// Вестник Полоцкого государственного университета. Серия D: Экономические и юридические науки. 2015. № 14. С. 87-92.

UDC 379.85:504.03

Novikov A.V., Sumarukova O.V. A range of socio-ecological issues in tourism

Novikov Alexander Vasilyevich

senior lecturer, Department of General and Engineering Ecology
Russian State Agrarian University – Moscow Timiryazev Agricultural Academy
Russia, Moscow
oiiecolgy@mail.ru

Sumarukova Olga Viktorovna

senior lecturer, Department of General and Engineering Ecology
Russian State Agrarian University – Moscow Timiryazev Agricultural Academy
Russia, Moscow
oiiecolgy@mail.ru

Abstract. The article deals with how tourist flows influence social groups and the environment. It discloses main issues connected with the impact of tourism. Main aspects of the influence of tourism on natural and cultural environments are considered.

Keywords: tourism cluster, tourism, Karelia, Kinerma, network of roads and paths.

Today, rapid growth of global tourism along with obvious direct economic effect causes issues of ecological and socio-economic nature. Such problems were often ignored at early stages of creation of tourism clusters.

Now, there are mutually exclusive trends in tourism. On the one hand, there are tourists' high demands of comfort and on the other hand, of vacations in almost unchanged natural conditions.

Unspoilt nature attracts tourists from around the world but modern human impact changes natural landscape beyond recognition. Tourism usually contributes to improvement of a region's economic climate, which leads to increasing allocations for environmental protection and, consequently, improvement of environmental conditions. Introducing environmental protection measures helps increase tourist flow along with decreasing environmental impact.

Tourism may indirectly influence mentality, behaviour and lifestyle of the local

population through the difference in the cultural level and behaviour; it is often caused by spontaneity and lack of premeditation and control. Among the most common negative consequences are loss of authenticity and culture commercialisation [1].

Nevertheless, it's not only the environment that gets affected, the locals suffer, too. A paradoxical situation takes place in Kinerma village in Karelia, which is a part of the 'Association of the Most Beautiful Villages'. Slightly less than a half of all the buildings in the village are protected architectural objects, which attracts a large tourist flow annually. Local citizens came forward with an initiative to close the village once in a while or to control the tourist flow in any other way. Similar problems exist in large tourist centres like Florence and Venice, too.

So, tourism has negative impact on many sides of a tourist attraction. First and foremost, it is the environmental impact, changes and in some cases destruction of the elements of ecosystem. It is observed mostly in rural tourism and eco-tourism. The second aspect is influence on architectural objects, and it is not only about the barbaric attitude of tourists, but also about excessive stress. The third aspect is in religious or national difference between tourists and the locals, which interrupts the usual mode of life of the latter.

Such effect may have both direct and indirect influence on the state of a tourist attraction. Thus, motor vehicles, both personal vehicles and tourist buses, have a significantly bad influence on the atmosphere. In 2016, 3 million tourists have visited Lake Baikal; many of them came by car. The main tourist flow goes from the west to the east along the federal road P255 Siberia which connects the European part of Russia and large cities of Siberia (Novosibirsk, Omsk, Krasnoyarsk, Tomsk, Kemerovo and Novokuznetsk) with Lake Baikal. The road passes close to Irkutsk, where the air is 52% polluted with exhaust gas. Motor vehicles are the source of air, soil, snow pollution and vibration. With its air condition, Irkutsk is in the list of top 35 environmentally unfriendly cities of the country. All these factors have negative impact

on the health, quality of life and living standards of the population.

Hiking during warm season causes consolidation of the vegetable layer and its damage, denudation of tree roots, is the source of possible fire-induced damage (making campfires and consequent outbreak of fires through tourists' fault), destruction of rare plants (through collecting flowers or medical herbs), noise pollution. Still, this kind of tourism is one of the mildest in terms of its impact on the environment. Its negative consequences may be minimised with a specialised infrastructure. First of all, by creating a network of roads and paths. Such development usually includes installing signposts, information boards, resting places, food service areas and observation places, as well as reinforcement of the most vulnerable areas of the roads (like road filling or covering).

Given equal numbers, a spontaneous tourist makes greater impact on the environment than an organised one. Therefore, to minimise negative impact on the environment, the number of organised tourists should grow, and not just through simple reorganisation of vacations, but through new kinds of tourism, such as science tourism [2].

References

1. Moshnyaga E.V. Osnovnye tendentsii razvitiya turizma v sovremennom mire. [Main tourism development trends in the modern world]. Vestnik RMAU. 2013. No. 3 (9). Pp. 20-33. (rus)
2. Novikov A.V., Sumarukova O.V. Nauchnyi turizm – kak innovatsionnyi turisticheskii produkt dlya podderzhaniya unikal'noi flory Kryma. [Science tourism as an innovative product for supporting the unique Crimean flora]. Development of Crimea: problems and prospects. Collected scientific works based on materials of the 1st International Research and Practice Conference. Scientific Non-Profit Organisation 'Professional Science'. 2016. Pp. 106-110. (rus)

SECTION 6. BUSINESS EDUCATION

UDC 33.334.021

Borodai V. Institutional dissonance as a factor in the low efficiency of educational investment

Институциональный диссонанс как фактор низкой эффективности образовательных инвестиций

Borodai Vladimir

Doctor of Social Sciences,
Professor of the Department Services, tourism and hospitality industry
Don State Technical University

Бородай Владимир

Доктор социологических наук,
профессор кафедры Сервис, туризм и индустрия гостеприимства
Донской государственной технической университет

Abstract: The article deals with modern problems of interaction between the existing institutions of education and business. Attention is drawn to the established institutional dissonance and conditions of uncertainty, which is difficult to find in the labor market of people with the necessary competencies. It can become quite a serious brake on economic growth.

Keywords: education, business, integration, competency

Аннотация: В статье рассматриваются современные проблемы взаимодействия существующих институтов образования и бизнеса. Обращается внимание на сложившийся институциональный диссонанс и условия неопределенности, в которых затруднено найти на рынке труда людей, обладающих необходимыми компетенциями. Это может стать довольно серьезным тормозом экономического роста.

Ключевые слова: образование, бизнес, интеграция, компетенции

Russian reality often began to resemble a situation where young people should determine their own future in the face of uncertainty. Uncertainty and perform tasks, first, admission to an educational institution, and secondly, the acquisition of experience and practice skills, thirdly, employment in accordance with the given two conditions. There is no doubt that the complex solution of such a problem, the main uncertainty factor in favor, integrating into all three levels of uncertainty. What to do in this case, to the right decision the first problem was the logical continuation of the solution of the second problem, and the latter, in turn, was the culmination of a third

solution? As a rule, in the Russian context of system solutions, this problem is not found.

Each of the actors (young people, education, employer) in themselves good, if they are considered separately. Each participant has its own philosophy, goals, strategies, and even ambition. But by combining them together, you can see that the system works created with a very low coefficient of efficiency, or does not work. Apparently, each of the three systems is able to work independently, but are not ready to become a highly organized system subsystem, already performing more complex tasks. Integrating into a more complex structure, each of its components are not able to adapt their objectives in accordance with the requirements of the new system. As a result, the overall system is formed with multi-directional goals and concerted actions [1].

The result of this Brownian motion shows that young people can not find work and employers can not find the staff even at the starting positions. According to international experts, the average size of the employers (50 to 500 employees) unfilled initial positions about 13, from large employers - remain unfilled approximately 27 positions. Those same experts estimate that of the main reasons is the lack of availability of jobs they need skills of graduates 40% of employers surveyed [2]. Apparently, there is a mismatch of social and economic institutions.

Educational Community reproach it would be wrong. It is believed that the teaching staff of the study results is responsible within the boundaries defined by the relevant standards. It is not surprising that the information on the learning outcomes of graduates of the teachers do not always possess in its entirety. About a third of teachers have no information on what percentage of their graduates find jobs in their field. Representation is a third very far from reality. But if less than half of the employers and employees believe that graduates are adequately prepared to work in the starting

position, the educational program providers are convinced that perfectly cope with their tasks.

Blur the common goal of both institutions does not give effective results in socio-economic development of society. The inability to find on the labor market of people with the right skills, can become quite serious brake on economic growth. Many entrepreneurs and business can not implement investment projects because of their surroundings no specialists with proven skills to specific projects [3]. Therefore, quite a significant part of the investment ideas of entrepreneurs waiting for better times.

Apparently, a clear statement of goals and objectives, especially the adoption of deliberate, rational solutions at the interface between education and employment can give perhaps the most rapid results from all possible educational reforms. Under these conditions, the effectiveness of educational investment will seek to maximize the value and costs of employers to a minimum. One of the first steps towards such a solution may be to create a system to inform teachers and students about the skills demanded by the labor market. The participants of the educational process to understand their tasks in different ways.

Providers of educational services aimed at qualified, which is described by educational standards, lists of courses, ministerial documents, etc. [4]. Surprisingly, no relation to the real work that will engage graduates, all this does not matter. Qualification - is a conversation with the state universities, and other stakeholders in him.

Employers are not interested in the qualification and competence, but what kind - the employer often does not know. If he is in any way possible to formulate the necessary competence for a given period of time, then the answer to the question of what will be needed, say, four years later, full of suspense. Students - and they all focused on competence: on the acquisition of knowledge, education, intellectual capital, ie, that, from their point of view, increasing their capitalization in the labor

market. The best educational practices based on the fact that education and training - different things. Educational institutions provide graduates is not a profession, but only the foundation - a set of approaches to the solution of a wide range of tasks. Vocational training, would seem to fill the gap between education and employment. But, unfortunately, in Russia the term "training" the habit is associated with learning at a vocational school.

It must be assumed that the education system is inert and does not keep up with the needs of the labor market. The Russian university graduates bad is the case with natural science disciplines, but lacks what is called soft skills (English soft skills -. «Soft skills' or 'flexible skills'). For example, universities are not taught to express thoughts in a form accessible to non-specialists. One possible solution, in our opinion, is more dense cooperation between employers and educational institutions [5]. At the same time, it should be emphasized, the responsibility does not lie with high schools, and at the labor market. If you ask employers what skills exactly is not enough applicants, tend to start talking about that is difficult to define and is not very clear how to teach it. Young Russians are coming to work in large Russian companies, often experience culture shock: they are faced with strict hierarchies, where employees from the need strict subordination. Of course, to work in such conditions, young people are not taught anywhere else.

Over the history of Russian business pendulum between universities and corporate universities rocked several times. Initially, the 90 system of education in high schools did not meet the needs of growing businesses, and large employers have tried to compensate for the lack of skills among young employees through corporate training systems. At the end of the 90 returned to the idea of support for universities: they are freer in their students can acquire the skills that older employees simply do not have. At the beginning of the 2000s, it rose again the popularity of corporate universities, but their problems have changed: the first role came retention of knowledge gained by

employees over the years. Today went a movement towards higher education institutions, only in this turn of the employer manifested a desire more control over the quality of training [6]. Therefore, in recent years, often raises the issue of the creation of specialized master's programs for a particular employer, the development of which he takes the most direct participation.

Apparently, the essence of the Bologna system is, including the fact that a powerful layer of organizations (courses, schools, electives, workshops, seminars, etc.) Is created between universities and the labor market. They keep abreast of the requirements of employers and the "adjusted" to the graduates of a particular job. It is unlikely that universities will be able to quickly and accurately implement the requirements of employers. For example, the Harvard program changes every six years - thus, taking into account the training, the graduate will appear on the labor market, when the market has already changed. And rare that an employer will be able to formulate precisely block specific competence to order the higher school in the future. Only he formulated - as the market has changed, and your niche is transformed into a virtual space. Well, if the employer will designate the requirements for today, although there are still breathing and changing quite rapidly [7]. And who are these requirements and combine to present a high school? In the current circumstances, in our view, the role of high-quality and professional intermediaries in the implementation of this function is greatly increased. They increasingly have to respect and ensure the dock, understood and accepted by all parties to the process.

References

1. Borodai V. A. Socio-societal analysis of institutional sphere of trade in today's society: thesis for the degree of Doctor of Social Sciences. Novocherkassk, 2009.
2. Borodai V. Crowdrecruiting as the competence assessment of applicants service company // International Scientific Review of the Problems and Prospects of

Modern Science and Education // International Scientific Review № 1 (32) / XXX International Science Conference (Boston. USA, 21-22 January, 2017). 118 p.

3. Borodai V.A. Increased business potential based on Business Intelligence technologies // Technology Business in Russia: Theory and practice, IV Int.. scientific-practical. Conf., 2016. Saratov: Publishing House MTC "Business Academy", 2016. – 46p.

4. Borodai VA, Kazmina LN The process of commercialization of individual competencies in tourism on the basis of a personal brand // Economy and Society. - 2015. № 6-1 (19). Pp 378-381.

5. Borodai V. Brand of the employer as DNA of corporate culture of service company // European Research: Innovation in Science, Education and Technology // European research № 1 (24) / Сб. ст. по мат.: XXIV межд. науч.-практ. конф. (United Kingdom, London, 28-29 January 2017). 118 p.

6. Boroday V.A. Trends and indicative approach in the design of new models of business management // Theory and practice of modern science. 2016. № 2 (8). P. 74-82.

7. Lozitsky IS, Boroday VA Square influence as an effective tool for managing the company's intangible assets // Economy and Society. 2016. № 2 (21). P.1266-1269.

UDC 37.078

Kiseleva A. Image of comprehensive school: a gender perspective

Имидж руководителя общеобразовательной школы: гендерный аспект

Kiseleva Alena

master student

Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod (Arzamas branch)

Киселёва Алёна

Магистрант

Арзамасский филиал ННГУ им. Н. И. Лобачевского

Scientific adviser

Naumova T.V. PhD assistant professor of pedagogy of preschool and primary education

Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod (Arzamas branch)

Научный руководитель

Наумова Т.В. к.п.н. доцент кафедры педагогики дошкольного и начального образования

Арзамасский филиал ННГУ им. Н. И. Лобачевского

Abstract: The problem of the image of the head of educational organization from the perspective of the gender aspect little studied and received wide coverage in the psycho - pedagogical literature. In order to explore this issue, we conducted a comparative analysis of the image of the heads of educational institutions.

Keywords: image, head, male, female, gender aspect.

Аннотация: Проблема имиджа руководителя образовательной организации с позиции гендерного аспекта мало изучена и не получила широкого освещения в психолого – педагогической литературе. В целях изучения данной проблемы был проведен сравнительный анализ имиджа руководителей образовательных организаций.

Ключевые слова: имидж, руководитель, мужчина, женщина, гендерный аспект.

В современном обществе система управления претерпевает существенные изменения. В частности одной из отличительных тенденций является то, что соотношение мужчин и женщин на управленческих должностях заметно изменяется: все больше женщин становится руководителями разных организаций, в том числе и образовательных.

В сфере управления мужчина и женщина принимают различные решения, требующие осуществления основных управленческих функций: регулирование, планирование, мотивация, организация и контроль. В реализации каждой из этих функций есть и психологический аспект, т.е. в одинаковой ситуации два

руководителя будут вести себя по-разному в зависимости от возраста, личностных качеств, пола.

При позиционировании организации на рынке образовательных услуг особую роль играет имидж ее руководителя [2]. Можно предположить, что имидж руководителя образовательной организации детерминирован гендерным аспектом. Данная проблема является актуальной для педагогической науки и практики, поскольку она мало изучена и не получила широкого освещения в психолого – педагогической литературе.

Для проверки выдвинутого предположения нами проведен сравнительный анализ имиджа руководителей образовательных организаций.

По мнению ряда экспертов, подчиненными на должности руководителя школы лучше всего воспринимается мужчина, нежели женщина. Этим обусловлены особенности поведения женщин, их внешний вид, манеры, которые не могут быть такими же, как у мужчин. Исследователи отмечают, что женщины эффективно реализуют стратегии развития образовательной организации, поскольку выстраивают осторожные отношения с партнерами, избегают рискованных ситуаций [1, с.55]. Отмечается так же, что мужчины – подчиненные, работающие под началом женщины-руководителя, хорошо чувствуют себя под ее руководством и не хотели бы смены управления.

Западные исследователи Мурэль Нидерли и Лиса Вестерлунд провели эксперимент между мужчинами и женщинами руководителями, который показал, что женщина руководитель не старается прибегать к конкуренции. Для того, чтобы повысить свой имидж эти исследователи советуют женщине-руководителю уделять внимание таким качествам, как исполнительность, внимание к мелочам и аккуратность [3, с.98].

Экспертами школы имиджа в Америке был проведен эксперимент между руководителями разных образовательных организаций. Эксперимент был

направлен на успешность управления, которая измерялась по шести позициям. По результатам эксперимента, мужчина-руководитель эффективнее ставит цели в образовательной организации, в нем в большей степени преобладают лидерские качества. Женщина-руководитель по результатам эксперимента наиболее успешна в сфере коммуникации, мотивации персонала, т.к. при принятии управленческих решений она грамотно использует знания и потенциал своих сотрудников для анализа альтернатив [3, с.99].

Изучая проблему корректировки и совершенствования деятельности руководителей образовательных организаций, выявляли как влияет гендерный аспект на создании его позитивного имиджа. Нами было проведено исследование, суть которого состояла в том, чтобы на основании полученной целевой информации провести сравнительный анализ мнений двух групп респондентов: директора о своем имидже и педагогов об имидже директора школы.

Базами эксперимента послужили две школы: г.Арзамаса (условно обозначим ее – школа №1) и г. Нижнего Новгорода (школа №2).

В исследовании были задействованы следующие методы сбора информации: анкетный опрос и интервью. Выборка не соблюдалась. Результаты исследования позволили сопоставить мнение педагогов о директоре с мнением руководителей о самих себе, на основании которых были сформулированы некоторые рекомендации по совершенствованию имиджа.

Директор школы №1 – мужчина, школы №2 – женщина. Попробуем разобраться: какие особенности руководителей образовательных организаций определяют его позитивный имидж.

В школе №1 в опросе приняли участие 26 педагогов из которых 95% – женщины, и сам руководитель. В другой школе в опросе приняли участие 44 педагога, из которых 79% - женщины, и также – ее директор. Как мы видим, в

педагогических коллективах обеих школ преобладает женщины. Абсолютное большинство респондентов имеют высшее образование.

Данные опроса респондентов из двух школ, свидетельствуют о том, что оба директора: и мужчина и женщина проявляют склонность к завышенной самооценке профессиональных управленческих качеств. Педагогическим коллективам было предложено назвать какими деловыми и личностными качествами обладает их руководитель. Подобный вопрос был задан и директорам школ. По результатам данного исследования руководитель – мужчина продемонстрировал завышенную самооценку почти по всем из названных в анкете личностно – деловых качеств. Между тем исключение в его оценке было качество «эрудиция». Руководитель – мужчина, считает, что ему не хватает эрудиции, хотя большинство педагогов признали своего руководителя более эрудированным по сравнению с тем, как он оценил самого себя.

В школе №2 личностно – деловые качества руководителя педагогический состав оценил высоко, охарактеризовав его как хорошего профессионала, умеющего мотивировать педагогов к трудовой деятельности.

Тревогу вызвало расхождение мнений директора школы №1 и педагогического состава по двум важнейшим нравственным показателям – «справедливость» и «благородство». Так, руководитель школы признал себя «справедливым и благородным», тогда как педагоги оказались иного мнения: только 28,7% педагогов назвали руководителя «справедливым» и 22,5% – «благородным».

В школе №2 нравственный показатель, по мнению педагогического коллектива – в норме. Но все же есть расхождения по таким показателям как умение быстро ставить цели в разных управленческих ситуациях: педагоги считают, что их руководитель не владеет этим умением на должном уровне.

Исследование выявило «болеву точку» в управленческом имидже: «человековедческая» компетентность руководителя-мужчины не совсем соответствует ожиданиям других субъектов образовательной деятельности. Об этом свидетельствуют упреки педагогов в адрес директора школы о несправедливости принимаемых решений, жесткости и непримиримости в отношении другой точки зрения, что обуславливает проблемы в общении с детьми и взрослыми. Все перечисленное неизбежно отрицательно отражаются на имидже директора школы.

В школе, где управляет женщина «человековедческая» компетентность гораздо выше, чем в школе №1. Об этом свидетельствуют результаты опроса: примерно 67% педагогов считают, что их руководитель принимает справедливые и демократические решения, а так же отмечают умение сглаживать конфликты, возникающие на разных уровнях управленческой деятельности. С другой стороны, обратное качество – прямолинейность также важно, поскольку некоторые люди предпочитают руководителей, которые могут четко и прямо пояснить, что от них требуется. Умение руководителя ситуативно выбирать ту или иную линию поведения при общении свидетельствует о высоком развитии коммуникативных умений, что в конечном итоге положительно сказывается на его имидже.

Еще один примечательный показатель: это отношение педагогов к возможному уходу руководителя школы. Безразличие к уходу директора школы №1 с работы продемонстрировали 15% педагогов. Сожалеть об уходе будет сам директор и 51,2% педагогов. В целом это свидетельствует о привязанности педагогов школы к своему руководителю и наоборот – директора – к педагогическому коллективу. Однако необходимо обратить внимание на то, что если к проценту педагогов, которых не волнует уход директора, прибавить процент тех педагогов, которые не будут сожалеть о данном факте, то следует

отметить целесообразность и даже необходимость дополнительных усилий со стороны руководителя по завоеванию авторитета и симпатий у педагогов школы.

В вопросе о возможном уходе директора школы №2, выразили сожаление 70% педагогов, и только 5% останутся безразличным к его уходу. Это говорит о более сплоченном коллективе, о доверии и уважении педагогов по отношению к руководителю. Сама директор так же будет сожалеть, если расстанется со своим коллективом. Кроме того, анализируя внешнюю сторону имиджа руководителя, обратим внимание, что директор-женщина большое значение придает своему внешнему виду. Классическая обувь, деловые костюмы, красиво уложенные волосы, любезная, благожелательная улыбка, вызывает уважение сотрудников. В школе №2. отношения между директором школы и педагогами дружеские, коллегиальные; реализуется формула «руководитель – коллега». Такой стиль общения в данной образовательной организации продуктивен, что способствует внимательному отношению каждого его участника друг к другу.

Несмотря на разную гендерную принадлежность, руководители данных учреждений имеют сравнимые результаты. Директор школы для педагогов и учащихся является «лицом» образовательной организации. Обобщив результаты данного исследования, мы пришли к выводу, что директор-женщина и директор-мужчина имеют все возможности быть лидерами, но каждому необходимо приложить усилия по совершенствованию своего имиджа. Считаем, что следует обратить внимание на следующие основные моменты:

1. Руководитель современной образовательной организации должен всегда помнить, что престиж его должности – не гарантия его авторитета как руководителя. Поэтому, чем привлекательнее для педагогов и учащихся его профессиональные и личностные данные, тем он авторитетнее для них как личность, тем больше он получит признания как руководитель образовательной организации.

2. Также имидж руководителя играет большую роль в их непосредственной работе. Поэтому внешний вид, поведение, привычки, речь во многом сказывается и на имидже каждого из сотрудников имидже образовательной организации в целом [5, с.135]. На формирование имиджа руководителя образовательной организации влияют такие характеристики внешности, как опрятность и аккуратность, соответствие костюма ситуации. Как известно, опрятность и аккуратность являются важнейшей ценностью консервативного образования вместе с дисциплиной и послушанием, которые оказывают серьезное влияние на восприятие руководителя [5, с.137].

3. Эффективность руководства зависит от осуществления руководителем таких функций, как планирование, принятие решений и анализ, руководителю важно уметь анализировать, прогнозировать, и генерировать идеи.

4. Руководитель в области образования взаимодействует со всеми группами общественности напрямую, не прибегая к помощи средств массовой информации. Деятельность руководителя должна реализовываться посредством коммуникации. Понимание необходимости постоянного совершенствования своих коммуникативных способностей вносит значительный вклад в создание позитивного имиджа руководителя. Поскольку ситуации общения могут быть различными – от приятного повода до сильно конфликтной ситуации, на первый план выходят такие качества, как тактичность и вежливость. Эти качества позволят руководителю не только оперативно справляться с барьерами общения, но и оставлять о себе хорошее впечатление.

5. По результатам исследования, категория «отношение к работе» является ценностным компонентом имиджа. Представление об этой категории имиджа возникает на основании оценки того, насколько руководитель верен делу, как он работает с отдачей или цель его деятельности – получение выгоды,

удовлетворение мотива власти. Положительный имидж формируется у такого руководителя, который будет любить свою работу, искренне будет предан делу, не пользуется своим положением для получения выгоды.

6. Особенности характера являются одним из главных элементов имиджа руководителя в сфере образования. На положительный имидж «работают» такие качества, как: ответственность, рассудительность, доброта, решительность, требовательность и юмор [5, с. 138].

7. По классификации Е.А. Климова, работа руководителя принадлежит сфере «человек – человек», поэтому результативность ее зависит от того, насколько разумно будет решен вопрос управления кадрами. Руководителю необходимо осмысленно расставить кадры, определив обязанности, анализировать работу, контролировать ход ее выполнения, а так же определить стимул для работы каждого сотрудника, при этом требования к работе должны быть в рамках разумного [4]. Положительному имиджу способствует понимание проблем сотрудников, внимательность к ним, предъявление разумных требований, в конфликтных ситуациях – независимость позиции и объективность решений. Такой элемент имиджа руководителя, как «принятие других», отражает способность принимать других людей, проявляя при этом чуткость, понимание, заботу и отзывчивость, но в работе нужно быть требовательным, где то даже строгим. Руководителям требуется относиться к людям критически, контролировать, требовать. Но сотрудники ценят в руководителях также чуткость, терпение и понимание. Таким образом, категория «взаимодействие с сотрудниками» также заметно влияет на формирование имиджа руководителя образовательной организации.

8. Как известно, в основе индивидуального имиджа лежит легенда – сложная структура, которая состоит из трех элементов: цели, которые человек

ставит перед собой; миссии, которая показывает, почему и зачем ставятся цели и для чего они выполняются; реальных дел, которые показывают, насколько эффективно происходит достижение этих целей. Реальные дела для формирования образа определенного человека дают веские основания. Реальные дела руководителя образовательной организации хорошо представлены стороннему наблюдателю и представляют возможность оценить качество деятельности. Прежде всего, оценивают по таким показателям как состояние организации, конкурентноспособность, принятие участия обучающихся в различных олимпиадах и конкурсах, умение выстраивать доброжелательные отношения с вышестоящим начальством, умение добиваться необходимого для организации ресурса [4].

Эти несложные рекомендации помогут руководителю современной образовательной организации утвердить положительную репутацию (имидж) в случае постоянной тренировки и адаптирования к конкретным ситуациям.

Таким образом, процесс формирования имиджа руководителей образовательных организаций (будь то мужчина или женщина) носит поэтапный характер и в тоже время требует учета гендерной специфики на каждом из них.

References

1. Аликперов И. Формирование имиджа образовательного учреждения: западный и российский варианты [Электронный ресурс] // Международные отношения в развитии социально-экономических процессов в странах СНГ: Материалы междунар. науч. практ. конф. 14-15 июня 2001 г. – Омск, 2001.: URL:<http://www.prof.msu.ru/publ/omsk/53.htm>(12.01.2007).
2. Баранова А. В. Современный руководитель дошкольной образовательной организации: имидж и профессиональные обязанности / А. В. Баранова, Т. В. Наумова // Молодой ученый. – 2015. – №23. – С. 926–929.

3. Березина Д. В. Психологические условия формирования имиджа руководителя учреждения образования [Электронный ресурс] / Д.В. Березина. – Автореф. на соиск. степени к.псих.н. – Новосибирск, 2006: <http://nauka-pedagogika.com/psihologiya-19-00-01/dissertaciya-psihologicheskie-usloviya-formirovaniya-imidzha-rukovoditelya-uchrezhdeniya-obrazovaniya>.
4. Бендас Т. В. Гендерная психология лидерства / Т.В. Бендас. – Оренбург: Летопись, 2000. – 500с.
5. Шепель В. М. Имиджелогия / В.М. Шепель. — Москва.: Логос, 1994. – 304 с.

Scientific edition

International Conference on Recent Trends in Marketing, Accounting, Business, Economics and Tourism

Conference Proceedings

February 28th 2017

Please address for questions and comments for publication as well as
suggestions for cooperation to e-mail address mail@scipro.ru

Edited according to the author's original texts

ISBN 978-1-370-86647-2



Format 60x84/16. Conventional printed
sheets 8,1

Circulation 100 copies

The publisher Sole proprietorship N.A.
Krasnova

Address: USA, Los Gatos (CA) 15951
Gatos Blvd., Suite 16 Los Gatos, CA
95032