

ВЗГЛЯД МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ НА СОВРЕМЕННОСТЬ

СБОРНИК НАУЧНЫХ РАБОТ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Ханты-Мансийск
2019

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Югорский государственный университет»
Институт цифровой экономики
Научная школа «Исследование трансформации институциональной среды
ресурсодобывающего региона Севера в условиях цифровизации экономики»

ВЗГЛЯД МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ НА СОВРЕМЕННОСТЬ

СБОРНИК НАУЧНЫХ РАБОТ ОБУЧАЮЩИХСЯ

г. Ханты-Мансийск

2019 г.

УДК 332.1:001
ББК 65.04 + 72.6
В40

Рецензент – доктор экономических наук, профессор
Института цифровой экономики Югорского государственного университета
В. М. Куриков

В40 **Взгляд молодых ученых на современность** [Электронный ресурс] : сборник материалов научных работ (г. Ханты-Мансийск, 10 ноября 2019 г.) / М-во науки и высшего образования РФ, ФГБОУ ВО «Югор. гос. ун-т», Институт цифровой экономики, Научная школа «Исследование трансформации институциональной среды ресурсодобывающего региона Севера в условиях цифровизации экономики». – Ханты-Мансийск : Сектор редакционно-издательской работы Научной библиотеки ЮГУ, 2019. – 375 с.

В сборнике опубликованы статьи, представленные на конкурсе научных работ обучающихся высших учебных заведений Российской Федерации. Работы посвящены институциональным аспектам развития регионов, современным трендам цифровизации экономических систем, туризму как фактору регионального развития и актуальным вопросам экономики и предпринимательства. Материалы представляют интерес для преподавателей, аспирантов, магистрантов и студентов экономических специальностей.

УДК 332.1:001
ББК 65.04 + 72.6

© ФГБОУ ВО «Югорский государственный университет», 2019
© Институт цифровой экономики, Научная школа «Исследование трансформации институциональной среды ресурсодобывающего региона Севера в условиях цифровизации экономики», 2019

СОДЕРЖАНИЕ

Секция № 1. Институциональные аспекты развития регионов	9
Еремеева В. О. Проблемы организации стратегического планирования в муниципальном образовании.....	11
Марков Р. С. Конституционно-правовой статус института главы исполнительной власти субъекта Российской Федерации (на примере Липецкой области)	14
Селякова М. В. Демографический кризис Вологодской области	18
Угоднова А. Ю. О представлениях студентов направления «Государственное и муниципальное управление» о трудоустройстве по специальности после окончания вуза.....	21
Секция № 2. Современные тренды цифровизации экономических систем.....	25
Адамова М. Р. Совершенствование модели оценки вероятности банкротства для управляющей компании Октябрьского района Ханты-Мансийского автономного округа – Югры	27
Адов В. И. «Яндекс. Метрика»: очевидный и невероятный помощник в маркетинге	30
Белых А. В. Оценка реализации внедрения концепции «Умный регион» в РФ	33
Дуранова Д. И. Проектирование познавательного тура по спелеоресурсам Саткинского района Челябинской области на основе информационных цифровых технологий и навигационных систем	37
Ефименко Е. И. Виртуальные сообщества как новый тип организации в трансформирующемся цифровом обществе	41
Ивлев Д. С. Использование мессенджеров и чат-ботов для создания положительного покупательского опыта	43
Молодцова А. С. Современные тренды цифровизации экономических систем	46
Путро К. А. Перспективы развития цифровизации в бизнесе	49
Рыченкова М. В. Цифровая трансформация агропромышленного комплекса.....	52
Семенова Д. Ф. «Человек+» как субъект цифровой эпохи.....	56
Смагина З. А. Большие данные	59
Ткаченко М. А. Информационные технологии как средство повышения имиджа университета на рынке научных разработок и образовательных услуг	63
Хозяинова Ю. Г. Современный этап развития цифровой экономики в России	69
Цой А. С. Инновационные проекты в мясоперерабатывающей отрасли.....	73

Секция № 3. Туризм как фактор регионального развития	77
Андреева А. В.	
Агротуризм как фактор развития сельских территорий	79
Асанова Д. В., Ползюкова В. В.	
Возможность развития гастрономического туризма в Приморском крае.....	84
Бродникова Е. С.	
Туристский потенциал отеля Radisson hotel Rosa Khutor г. Сочи как средство размещения, ориентированное на бизнес-туристов	87
Брюхова В. А.	
Предпочтения путешествующей молодежи Пермского края (социально-экономический аспект)	89
Веприкова А. А.	
Соревнования по выживанию и жизнеобеспечению в природной среде и поисково-спасательным работам как фактор развития регионального спортивного туризма	94
Викулова А. С.	
Перспективы развития туризма в Муромцевском районе	97
Витвицкая О. А.	
Анализ предложений по детскому туризму на примере омских турфирм.....	99
Вишнякова Е. А.	
Роль событийного туризма в развитии регионов Российской Федерации.....	103
Грауверг А. Г.	
Особенности предоставления спортивно-оздоровительных услуг в гостинице	106
Гусева Н. А.	
Smart-tourism как часть концепции Smart-city	109
Долгова А. А.	
Перспективные виды туризма в Омской области.....	113
Дурнова В. И.	
Современные тенденции в развитии средств размещения на примере ледяных отелей	115
Жарина О. Ю.	
Аграрный туризм как один из ключевых факторов регионального развития Краснодарского края.....	118
Ильясова А. В.	
Антропонимика населенных пунктов Челябинской области	122
Исабекова Д. А.	
Инновации в деятельности международной гостиничной цепи Rixos	127
Исаева Н. А.	
Туристско-экскурсионное использование историко-культурного комплекса «Омская крепость».....	131
Канунникова Н. А.	
Маркетинговый анализ деятельности предприятий индустрии гостеприимства США	134
Кириллова В. Е.	
Туристический потенциал Республики Абхазия	139
Козырева В. А.	
Инновации в гостиничном бизнесе на примере бренда Hilton.....	141

Комарских Е. О. Разработка историко-культурного маршрута «А. Д. Меншиков: от величия до забвения» ..	145
Константинова А. С. Перспективные виды туризма в Приморском крае	149
Куйшебаева А. Ж. Экологическое воспитание учащихся средствами туризма в условиях школьных выставок.....	152
Куприенко А. О. Современное состояние и перспективы развития аграрного туризма в Краснодарском крае	156
Леонченкова Я. А. Топонимика населённых пунктов Челябинской области	158
Литвиненко В. А. Актуальность тренда экологичности на предприятиях общественного питания в городе Омске	163
Малинина А. В. Особенности развития туризма в Китае	167
Мигранова А. Г. Роль населения в устойчивом развитии туризма на территории национального парка «Таганай».....	170
Мокиевская А. М., Журавлева С. А. Исторический подход к изучению международных гостиничных цепей	175
Морозова В. В. Lepenski VIR как объект познавательного туризма.....	180
Москаленкова А. С. Анализ организации событийной деятельности в Омском регионе как фактор развития туризма	184
Николаенко А. А. Сохранение культурной самобытности регионов посредством информационно-коммуникационных технологий как основа развития внутреннего и внешнего туризма	187
Ползюкова В. В., Асанова Д. В. Возможность развития кинотуризма в Ярославской области	192
Прилуцкий М. А. Событийный туризм как фактор привлечения туристов в регионы (на примере Ханты-Мансийского автономного округа – Югры).....	195
Римакова Д. В. Роль статуса ЮНЕСКО в развитии культурно-исторического туризма	198
Ромашов А. А. Анализ предложений в рамках этнографического туризма в Ханты-Мансийском автономном округе – Югре.....	201
Русакова Е. А. Перспективные направления развития туризма Омской области.....	203
Самохвалова О. В. Анализ культурно-познавательного туризма Большереченского района Омской области.....	205

Скокодубова В. Г., Подобина В. А. Развитие туризма на Курильских островах	207
Третьякова Д. И. Культурный туризм в условиях глобализации.....	210
Филатова Р. С. Проблемы и перспективы развития туризма в Краснодарском крае	213
Чарду А. А. Экскурсионный тур «Эколого-этнографический лагерь «Ары-мас»	217
Черепанов А. В. Перспективы развития приключенческого туризма в Горном Алтае.....	223
Якубовская В. Е. Анализ современного состояния гостиничного бизнеса в городе Омске	226
Секция № 4. Актуальные вопросы экономики и предпринимательства	230
Адамова М. Р. Структурный анализ доходов и расходов управляющей компании	232
Амосова И. А. Социальные сети как способ продвижения гостиницы (на примере гостиницы «Аврора» г. Омска)	235
Антуганова В. В. Значение таможенных пошлин для экономики Российской Федерации.....	238
Березина М. О. Разрешение конфликтных ситуаций в гостиничном предприятии	241
Блинов И. Д. Навыки проектной деятельности выпускников колледжа для обеспечения экономической безопасности предприятий добывающей промышленности	244
Богомолова М. Ю. Анализ причин и динамики банкротств в строительной отрасли.....	248
Божанова Т. А. Проблема финансирования малого бизнеса в России	253
Бузулукова Е. Л. Совершенствование методов управления персоналом в организации ресурсодобывающего региона Севера в условиях цифровизации (на примере ООО «Спецтеплосервис»).....	256
Валенцева А. Н. Анализ качества ссудной задолженности по кредитным операциям ПАО Сбербанк России.....	260
Валов Е. А. Актуальность использования программ управления проектами в предпринимательстве	262
Валуйкина М. А. VTL-технологии и их применение в современной рекламе.....	265
Воронов К. А. Глина и глинобетон как основа экологического строительства доступного жилья в стране	268
Воропаева Д. А. Планирование как неотъемлемая часть управления организации	272

Гаврюшкин С. Н. Соотношение публичного и частного права на результаты интеллектуальной деятельности.....	275
Гераськин З. А. Современные методы оценки качества гостиничных услуг	280
Гирш Ю. Д. Эффективность деятельности предприятий фастфуда Перми (на примере « <i>Macdonald's Perm tsum</i> »)	282
Гущина О. С. Современные модели и методы оценки стоимости бизнеса.....	286
Жигарь А. Н. Об особенностях управленческого консалтинга в производственных системах	289
Казакова О. И. Взаимодействие участников индивидуального (персонифицированного) учета в системе обязательного пенсионного страхования в РФ	293
Кайкова О. Д. Влияние городской среды на экологию.....	298
Коротин Н. С. Социальное предпринимательство в сфере переработки мусора	300
Кулигина Н. Д. Особенности аудита кризисных организаций.....	304
Ложкина А. А. Особенности построения финансовой модели компании, ориентированной на бюджетирование	307
Малых М. И. Специфика функционирования в эко-отелях	310
Мельник Н. А. Специфика угроз экономической безопасности домашних хозяйств, включающих в себя лиц с инвалидностью	313
Минаева Е. Ю. Проблемы трудоустройства студентов и выпускников высших учебных заведений в России	319
Мищенко А. В. Особенности инвентаризации горюче-смазочных материалов в аэропортах.....	322
Мухачева А. В. Оценка эффективности управления стоимостью капитала крупнейших угледобывающих предприятий России	326
Пеганова И. В. Повышение эффективности управления ресурсами.....	330
Позднякова А. А. Коррупция как угроза экономической безопасности	336
Попов М. П. Совершенствование методик оценки эффективности реализации государственных программ в сфере культуры.....	341
Сидельникова А. Н. Актуальность разработки дизайн-проектов студентами для развития малого и среднего предпринимательства региона.....	344

Сизова Л. Д. Современные проблемы применения смарт-контрактов в Российской Федерации	350
Толмачева А. И. Инновационные технологии строительства и организации образовательных услуг на сельских территориях	354
Хаджинов Л. В. Оценка эффективности выстраивания производственных цепочек при кластеризации экономики	359
Хиль К. А. Эффективность таргетированной рекламы	364
Христофоров М. А. Инновационные принципы и схема транспортного и экономического развития сельских территорий.....	367
Чиркова Е. В. Сущность понятия «человеческий капитал» и его роль в экономическом развитии (на примере сферы дошкольного образования)	372

Секция № 1.
Институциональные
аспекты развития
регионов

ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В МУНИЦИПАЛЬНОМ ОБРАЗОВАНИИ

В статье рассмотрена сущность стратегического планирования в муниципальном образовании. Представлены основные проблемы, возникающие при осуществлении стратегического планирования в муниципальных образованиях. Предложен ряд мероприятий рекомендательного характера для предотвращения указанных проблем.

Ключевые слова: муниципальное образование, стратегическое управление, стратегическое планирование, социально-экономическое развитие.

The article discusses the essence of strategic planning in a municipality. The main problems that arise in the implementation of strategic planning in municipalities are presented. A number of measures are proposed to prevent these problems, which are advisory in nature.

Key words: municipal formation, strategic management, strategic planning, social and economic development.

*Еремеева Владислава Олеговна
ФГБОУ ВО «Челябинский государственный университет»
E-mail: vladislava_eremeeva@mail.ru
Научный руководитель:
Грищук Владимир Андреевич,
кандидат педагогических наук, доцент*

В современном мире мы сталкиваемся с множеством проблем, в которых отражаются противоречия между тенденциями социальных и экономических процессов, происходящих в обществе. Данные противоречия проявляются между активностью изменений в социально-экономических процессах и ограниченностью, нехваткой ресурсов при осуществлении хозяйственной деятельности, а также консервативностью систем управления в муниципальных образованиях. Безусловно, развитие общества и любых процессов, в котором оно участвует, происходит только в ходе постоянного решения проблем, противодействующих этому развитию, а также препятствующих достижению поставленных целей и задач. Одним из инструментов решения актуальных проблем, возникающих на территории муниципального образования, выступает его стратегия развития [1, стр. 4].

Стратегия социально-экономического управления, как и другие стратегии любого вида управления, является концептуально-информационным содержанием управления социально-экономическими процессами, а также и всеми другими сопутствующими им процессами с точки зрения достижения долгосрочных целей системы [2, стр. 13].

Стратегическое управление обладает двумя признаками, которые придают ему стратегический характер:

- предвидение в долгосрочном плане характера развития соответствующих событий, их направлений, возможных сценариев, принимающих формы прогнозирования;
- воздействие на эти события в долгосрочном времени с учётом их последствий во времени как прямых, так и косвенных [2, стр. 18].

Таким образом, стратегическое планирование в соответствии с действующим законодательством представляет собой (в отношении муниципального образования) деятельность участников стратегического планирования по целеполаганию, прогнозированию, планированию и программированию социально-экономического развития муниципальных образований, отраслей экономики и сфер муниципального управления, обеспечения национальной безопасности муниципальных образований и обеспечение национальной безопасности Российской Федерации [3].

Субъектом стратегического планирования в муниципальном образовании выступают органы местного самоуправления данной территории. Также в состав субъекта могут входить государственные элементы в лице органов регионального управления, также представители других субъектов управления, которые имеют стратегический интерес в развитии города. Объектом стратегического планирования является административно-территориальная единица любого ранга, в данном случае – это муниципальное образование.

Стратегическое планирование в развитии муниципального образования предполагает создание последовательности, методики выполнения установленных целей и задач, которые в свою очередь ориентированы не только на поддержание достойного уровня качества жизни населения, но и на его развитие. Стратегическое планирование является функциональным элементом системы управления муниципальным образованием. Оно не только обозначает перспективные направления развития территории, но и устанавливает взаимоотношения между органами местного самоуправления и населением данной территории.

Результатом стратегического планирования является определение перспективного и желаемого уровня социально-экономического развития муниципального образования и создание стратегии его развития. В этом документе содержится как аналитическая информация, представляющая собой выявленные угрозы, недостатки, возможности муниципального образования, так и прогнозная информация о целях и задачах, а также возможных результатах их достижения и т. п.

В ходе стратегического планирования социально-экономического развития муниципального образования может возникнуть ряд проблем и сложностей, таких как:

- *отсутствие собственных источников финансирования.* Безусловно, большинство муниципальных образований планируют средства на собственное развитие и решение многих проблем, но некоторые муниципальные образования нуждаются в средствах бюджетов вышестоящих уровней;
- *жесткий контроль со стороны вышестоящих органов.* Строгий контроль со стороны как региональных, так и федеральных органов осложняет ситуацию с незначительной заинтересованностью органов местного самоуправления данной территории в достижении лучших результатов поставленных целей и задач, обозначенных в стратегии развития муниципального образования. Ряд показателей социально-экономического развития может быть изначально занижен ввиду отсутствия реальной возможности их достижения либо возможных санкций со стороны высшего руководства при недостижении запланированного уровня;
- *недостаток знаний и навыков муниципальных служащих в использовании методов стратегического планирования при разработке стратегического плана.* В некоторых муниципальных образованиях, в особенности сельских, городских поселениях, городских округах с внутригородским делением, существуют проблемы, связанные с недостатком у муниципальных служащих знаний и навыков в области стратегического планирования. Служащие не всегда имеют достаточно опыта, знаний для того, чтобы качественно и продуктивно разработать и составить данный документ. Существует вероятность, что при разработке стратегии будут учтены не все аспекты социально-экономической жизни муниципального образования, либо же будет отсутствовать должное обоснование планируемых направлений и мероприятий;
- *низкая заинтересованность граждан, проживающих на территории муниципального образования, в стратегическом планировании.* Разработка стратегического плана – достаточно трудоёмкий и сложный процесс, и ввиду этого большинство граждан не проявляют интерес к мероприятиям при стратегическом планировании;
- *отсутствие штата специалистов (специалиста), которые отвечают(ет) за стратегическое планирование.* В данном случае руководство муниципального образования поручает разработку стратегического плана сторонним организациям или консультантам-специалистам, которые не являются муниципальными служащими.

Решением данных проблем может являться выполнение следующих мероприятий, которые носят рекомендательный характер:

- увеличение доходов местного бюджета путём повышения эффективности использования муниципальной собственности и имущества, создания и развития туристически привлекательных мест на территории муниципального образования;
- чёткая организация работы и вовлечение различных подразделений органов местного самоуправления в работу над стратегией или планом развития;
- подготовка и повышение квалификации муниципальных служащих для освоения современных методов в области стратегического планирования;
- мотивация руководства муниципального образования, муниципальных служащих и населения муниципального образования на поддержание интереса к разработке стратегического плана, предусматривающая их активное участие в этом процессе.

Стратегическое планирование социально-экономического развития муниципального образования выступает в роли непрерывного процесса, с помощью которого решаются проблемы, возникающие на определенной территории, а также прогнозируется желаемое будущее. Перед руководством муниципального образования стоит важная задача – с помощью стратегического планирования предвидеть грядущие перемены и своевременно принять упреждающие воздействия в случае их негативного характера.

Список источников

1. Агафонов В.А. Стратегическое планирование на региональном уровне: системный подход [Текст] / В.А. Агафонов. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 62 с.
2. Ларионов И.К. Стратегическое управление. [Текст] / И.К. Ларионов. – М. ДАШКОВ и К, 2014. – 235 с.
3. Федеральный закон «О стратегическом планировании в Российской Федерации» от 28.06.2014 № 172-ФЗ [Электронный ресурс] // www.consultant.ru. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_164841/ (дата обращения 30.10.2019).

**КОНСТИТУЦИОННО-ПРАВОВОЙ СТАТУС ИНСТИТУТА ГЛАВЫ
ИСПОЛНИТЕЛЬНОЙ ВЛАСТИ СУБЪЕКТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
(НА ПРИМЕРЕ ЛИПЕЦКОЙ ОБЛАСТИ)**

В работе рассматриваются основные компоненты правового статуса высшего должностного лица субъекта Российской Федерации (руководителя высшего исполнительного органа государственной власти субъекта Российской Федерации) на примере института главы администрации Липецкой области. Автор анализирует порядок проведения выборов, комплекс полномочий, основания прекращения обязанностей руководителя региона. Резюмируя положения федерального и областного законодательства, автор делает вывод об особенностях модели института главы исполнительной власти в Липецкой области.

Ключевые слова: субъект Российской Федерации, высшее должностное лицо, руководитель высшего исполнительного органа государственной власти, Липецкая область, глава администрации.

The main components of the legal status of the highest official of the federal subject of Russia (the head of the government of the federal subject of Russia) are examined on the example of the institute of the Head of the Administration of the Lipetsk Oblast. The author analyzes the features of the election, a set of powers, the grounds for the termination of duties of the head of the region. Summarizing the provisions of federal and regional legislation, the author concludes about the organization model of the institute of the head of the executive branch of the Lipetsk Oblast.

Keywords: the federal subject of Russia, senior official, head of the government, Lipetsk Oblast, the Head of the Administration.

*Марков Роман Станиславович
Липецкий государственный университет им. И. А. Бунина
E-mail: rsm-94@yandex.ru
Научный руководитель:
Нардина Оксана Владимировна,
кандидат юридических наук, доцент*

Федеративное государственное устройство России, которое основывается на определенной самостоятельности территориальных единиц и разграничении компетенций федерального центра и регионов, оказывает влияние на большинство конституционно-правовых институтов, в том числе на формирование и деятельность государственных органов. Так, Конституция Российской Федерации в ч. 1 ст. 77 устанавливает, что субъекты Российской Федерации самостоятельно определяют собственную систему органов государственной власти, выстраивая ее согласованно с основами конституционного строя и общими принципами организации государственной власти в регионах. К числу таких основ относятся обозначенные в главе 1 российского Основного закона республиканская форма правления, институты народо-властия и правового государства, разделение государственной власти на законодательную, исполнительную и судебную. Понятие же общих принципов организации системы органов государственной власти согласно п. «н» ч. 1 ст. 72 раскрывается в федеральном законе, изданном по предмету совместного ведения Российской Федерации и ее субъектов [1].

Содержание упомянутых отсылочных конституционных норм нашло продолжение в Федеральном законе от 6 октября 1999 г. № 184-ФЗ «Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации». Настоящий правовой акт урегулировал широкий массив вопросов, касающихся федеративных отношений, включая и правовое положение органов исполнительной власти субъекта Российской Федерации. А именно ст. 17 учреждает институт испол-

нительной власти в регионах, представленный системой государственных органов, возглавляемой высшим исполнительным органом государственной власти – региональным правительством. В следующей статье устанавливается правовой статус главы субъекта Российской Федерации, который может являться как руководителем высшего государственного органа исполнительной власти, так и занимать обособленный пост высшего должностного лица [2]. Анализ изложенных законоположений позволяет нам согласиться с мнением, высказанным И. А. Старостиной, что «федеративная природа российской государственности обеспечивала довольно гибкий подход» к организации государственной власти в регионах, создав условия «для формирования в субъектах Федерации эффективных систем сдержек и противовесов и механизмов разделения властей» [10, стр. 194].

Рассмотрим реализацию установлений федерального законодательства в региональной практике государственного строительства. В соответствии со ст. 66 Конституции Российской Федерации Липецкая область является равноправным субъектом Российской Федерации и неотъемлемой частью государства. Ее юридический статус детализирует Устав Липецкой области, регламентирующий ряд важнейших конституционно-правовых вопросов. Говоря о специфике построения публичной власти в Липецкой области, Н. Н. Нестерова указывает, что на территории региона действует единая система исполнительной власти, включающая такие звенья, как исполнительный орган государственной власти с общей компетенцией – Администрацию Липецкой области, и исполнительные органы государственной власти со специальной компетенцией – управления. Исследователь отмечает важнейшую роль главы администрации области во внутренней и внешней жизни региона: «от направления его политики зависит, в первую очередь, материальное и духовное благосостояние жителей области» [9, стр. 78–79]. Действительно, центральное место в деятельности областного правительства занимает именно глава администрации Липецкой области, который согласно ст. 39 Устава Липецкой области является высшим должностным лицом региона, по совместительству выполняющим полномочия руководителя высшего исполнительного органа государственной власти Липецкой области [5].

Обратимся к порядку наделения полномочиями руководителя региона. Согласно ст. 40 областного Устава глава администрации Липецкой области избирается гражданами Российской Федерации, которые проживают на территории региона и обладают активным избирательным правом, на основе всеобщего равного и прямого избирательного права при тайном голосовании. К кандидату на должность предъявляется перечень требований, закрепленных в федеральных и областных законах. Гражданин Российской Федерации должен достичь возраста 30 лет, обладать пассивным избирательным правом и не иметь гражданства либо вида на жительство иностранного государства, право же занимать рассматриваемую должность ограничивается двумя сроками по 5 лет. Согласно ч. 3.2 ст. 4 Федерального закона от 12 июня 2002 г. № 67-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» лишаются права быть избранными граждане, осужденные к лишению свободы за совершение тяжких либо особо тяжких преступлений и имеющие на день голосования на выборах неснятую и непогашенную судимость, подвергнутые административному наказанию за совершение некоторых административных правонарушений, а также нарушавшие некоторые нормы избирательного законодательства [3].

Областной закон от 9 июня 2012 г. № 45-ОЗ «О выборах главы администрации Липецкой области» регламентирует организацию и проведения избирательной кампании [6]. Согласно ч. 1 ст. 26 кандидаты могут быть выдвинуты только политическими партиями, порядок самовыдвижения исключается. Далее в соответствии со ст. 29 от кандидатов требуется получить поддержку минимум 6 % муниципальных депутатов либо глав муниципалитетов, причем подписи названных лиц должны быть собраны не менее чем в $\frac{3}{4}$ муниципальных образований Липецкой области, тем самым подтвердив свой политический авторитет. Должность главы администрации Липецкой области занимает гражданин, получивший по итогам голосования поддержку свыше 50 % избирателей. В случае если ни один из кандидатов не набрал необходимого процента поддержки, проводится повторное голосование, победителем которого становится лицо, получившее наибольшее число поданных голосов. Не позднее кален-

дарной недели после официального опубликования результатов выборов избранный кандидат начинает исполнение своих должностных обязанностей. На настоящий момент выборы согласно данному закону проводились дважды, в 2014 и 2019 гг.

Остановимся подробно на полномочиях руководителя субъекта Российской Федерации. На главу администрации Липецкой области возлагается значительный комплекс обязанностей по обеспечению деятельности регионального правительства. Так, высшее должностное лицо возглавляет работу областной администрации и несет ответственность за надлежащее ее функционирование, что свидетельствует о настоящей должности как центральной в областной исполнительной власти. Иные же полномочия главы администрации заключаются, главным образом, во взаимодействии областной администрации с другими региональными и федеральными органами государственной власти. В частности он взаимодействует с законодательной властью области – Областным Советом депутатов (представление в региональный парламент проекта областного бюджета, отчетов о ситуации в области, обнародование либо отклонение законов, при необходимости участие в заседаниях Областного Совета депутатов, координация деятельности государственных органов) и федеральным центром (представление области на всероссийском уровне, взаимодействие с Президентом Российской Федерации и Правительством Российской Федерации). Кроме того, глава администрации как руководитель области гарантирует соблюдение Основного закона Российской Федерации, федерального законодательства, Устава и законов области на территории региона, осуществляет мероприятия по отстаиванию интересов и охране конституционно-правового статуса области.

Досрочное прекращение полномочий руководителя администрации происходит по основаниям, схожим с закрепленными в федеральном законодательстве. Областной закон излагает исчерпывающий перечень подобных оснований: по собственному желанию, в силу объективных обстоятельств (в случае его смерти, признания недееспособным либо ограниченно дееспособным, безвестного отсутствия или объявления умершим, вступления в законную силу обвинительного приговора суда, выезд на постоянное место жительства за границы Российской Федерации), по решению Президента Российской Федерации (в силу утраты доверия или выражения недоверия законодательным собранием субъекта Российской Федерации). Причём последнее выступает особой формой конституционно-правовой ответственности, использование которой определяет «глава государства, исходя из государственной необходимости и юридической целесообразности» [8, стр. 76]. На сегодняшний день отставка высшего должностного лица произошла раньше установленной даты лишь один раз, когда 2 октября 2018 г. оставил свой пост глава администрации Липецкой области О. П. Королев. Он обратился к Президенту Российской Федерации с просьбой перевести на иную работу. Глава государства В. В. Путин удовлетворил поданное заявление и назначил временно исполняющим обязанности главы администрации Липецкой области И. Г. Артамонова [4]. Кроме того, областным законодательством предполагается возможность отзыва главы администрации избирателями, процедура которого по своему правовому содержанию схожа с организацией и проведением регионального референдума. Настоящая процедура инициируется в случаях, если глава администрации неоднократно пренебрегал своими полномочиями либо судом установлен факт нарушения руководителем региона действующего законодательства [7]. Однако, несмотря на наличие соответствующего юридического обеспечения, правоприменительная практика по настоящему вопросу в Липецкой области отсутствует.

В заключение статьи сделаем обобщающие выводы. На настоящий момент в законодательстве Липецкой области оформился институт руководителя региональной исполнительной власти – главы администрации Липецкой области. К его отличительным чертам можно отнести совмещение должностей руководителя субъекта Российской Федерации и главы областного правительства, избрание на должность посредством прямого голосования граждан, проживающих на территории Липецкой области, которое включает относительно низкий т. н. «муниципальный фильтр» и отсутствие права на самовыдвижение кандидата. В иных же аспектах, – полномочиях, обязанностях, основаниях прекращения полномочий, – институт главы администрации Липецкой области во многом дублирует правовой статус высших должностных лиц других субъектов Российской Федерации.

Список источников

1. Конституция Российской Федерации: принята всенар. голосованием 12 дек. 1993 г. (в ред. от 21 июля 2014 г.) // Рос. Газета. 1993. 25 дек.
2. Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации: Федер. закон Рос. Федерации от 6 окт. 1999 г. № 184-ФЗ (в ред. от 16 окт. 2019 г.) // Собр. законодательства Рос. Федерации. 1999. № 42. Ст. 5005.
3. Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации: Федер. закон Рос. Федерации от 12 июня 2002 г. № 67-ФЗ (в ред. от (ред. от 29 мая 2019) г.) // Собр. законодательства Рос. Федерации. 2002. № 24. Ст. 2253.
4. О досрочном прекращении полномочий главы администрации Липецкой области: Указ Президента Рос. Федерации от 2 окт. 2018 г. № 563 // Собр. законодательства Рос. Федерации. № 41. 2018. Ст. 6229.
5. Устав Липецкой области: Закон Липецкой области от 9 апр. 2003 г. № 46-ОЗ (в ред. от 5 дек. 2014 г.) // Липецкая газета. 2003. 17 апр.
6. О выборах главы администрации Липецкой области: Закон Липецкой области от 9 июня 2012 г. № 45-ОЗ (в ред. от 30 мая 2019 г.) // Липецкая газета. 2012. 20 июня.
7. Об отзыве главы администрации Липецкой области: Закон Липецкой области от 29 дек. 2012 г. № 116-ОЗ (в ред. от 15 дек. 2015 г.) // Липецкая газета. 2013. 16 янв.
8. Лоторев Е.Н. Конституционная ответственность органов государственной власти субъектов РФ: современные реалии и перспективы законодательного регулирования // Система подготовки управленческих кадров Российской Федерации в условиях модернизации (к 20-летию президентской академии): статья в сборнике трудов конференции. Саратов, 2012. С. 75-77.
9. Нестерова Н.Н. Специфика организации деятельности органов исполнительной власти в регионе // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2012. № 11. С. 77-82.
10. Современные проблемы организации публичной власти: коллективная монография / Отв. ред. С.А. Авакьян. М.: Юстицинформ, 2014. 596 с.

ДЕМОГРАФИЧЕСКИЙ КРИЗИС ВОЛОГОДСКОЙ ОБЛАСТИ

В данной работе мы проанализировали демографические данные Вологодской области за 2016–2018 годы и выявили общую тенденцию к сокращению численности рождаемости. Нами рассмотрены причины снижения рождаемости на территории указанного региона и предложены меры по преодолению демографического кризиса в Вологодской области.

Ключевые слова: естественная убыль населения; сокращение рождаемости; политика государства и Вологодской области.

In this paper, we analyzed the demographic data of the Vologda region for 2016-2018 and identified a General trend to reduce the number of births. We consider the reasons for the decline in the birth rate in the territory of this region and propose measures to overcome the demographic crisis in the Vologda region.

Keyword: the natural population decline; decreasing birth rate; the policy of the state and the Vologda region.

*Селякова Мария Вячеславовна
Северо-Западный институт (филиал) Университета
имени О. Е. Кутафина (МГЮА)
Email: selyakovam@inbox.ru
Научный руководитель:
Потапова Наталья Дмитриевна,
кандидат юридических наук, доцент*

В связи с тенденцией сокращения численности населения России демографические проблемы выходят на первый план, в том числе они влияют на социально-экономическое состояние общества. Снижение численности населения, являющееся результатом снижения уровня рождаемости, приводит к сокращению внутреннего спроса, что влияет на сокращение расходов домашних хозяйств, направленных на конечное потребление и сокращение спроса на импортируемые товары и услуги, что, в свою очередь, приводит к негативным темпам роста валового накопления основных средств. Так как демографическая ситуация характеризуется процессом старения населения, то увеличиваются расходы бюджета социальной направленности (социальная защита населения и здравоохранение). Также ухудшение демографических показателей оказывает негативное влияние на рынок труда.

Проблема демографии Вологодской области особо острая с учетом демографического прогноза до 2035 года, согласно которому рождаемость снизится на 31,8 % по сравнению с нынешней ситуацией, а естественная убыль населения увеличится на 94 % [4]. Демографический кризис области связан именно с сокращением рождаемости. Подробнее остановимся на указанной проблеме.

В научной литературе под рождаемостью в демографии понимается процесс деторождения в некоторой совокупности людей, составляющих поколение или группу поколений, имеющий определенную интенсивность и ограниченный определенными нормами социального поведения [1, стр. 73].

Таблица 1 – Демографические данные по Вологодской области за 2016–2018 годы [4]

Год	Численность населения, млн чел.	Показатели рождаемости, чел.	Показатели смертности, чел.	Показатели естественного прироста/убыли (-), чел.	Показатели миграционного прироста/убыли (-), чел.
2016	1,187	15725	17808	-2083	-1742
2017	1,176	13492	17003	-3511	-3660
2018	1,167	12312	16843	-4531	-4445

Согласно данным таблицы 1 прослеживается тенденция сокращения числа рождаемости и естественная убыль населения Вологодской области.

Для решения демографических проблем необходимо выделить причины снижения рождаемости.

Во-первых, недостаточно эффективная социальная политика государства и высокие риски бедности семей оказывают негативное влияние на рождаемость.

Почему социальная политика РФ является причиной снижения рождаемости? Ведь государство проводит дополнительные меры для увеличения количества детей в семьях: пособия на ребенка, материнский (семейный) капитал, выдача земли под индивидуальное жилищное строительство и дополнительные меры социальной поддержки многодетных семей и т. д.

Однако политика государства, направленная на увеличение рождаемости с помощью выделения материнского капитала, в последние годы снижается.

Таблица 2 – Статистика количества выданных материнских капиталов на территории РФ [5]

Показатель	2016	2017	2018
Количество выданных МК	924 800	725 000	697 800

Анализ таблицы 2 позволяет сделать вывод, что количество семей, заинтересованных в рождении второго ребенка из-за получения материнского капитала, сокращается. В данной ситуации следует предусмотреть новые меры социальной поддержки.

В частности, на территории Вологодской области предусмотрены такие меры поддержки, как предоставление «областного материнского капитала» при рождении (усыновлении) третьего или последующего ребенка и ежемесячная денежная выплата малоимущим семьям на третьего и каждого последующего ребенка до достижения им возраста трех лет. Но хватает ли этих мер? Появляется ли желание у семей рожать более одного ребенка? Из статистики можно сделать вывод, что нет.

Таким образом, государству в целом и правительству Вологодской области стоит пересмотреть те меры, которые способствуют увеличению числа рожденных, и предпринять корректирующие мероприятия на практике.

Во-вторых, низкий уровень здравоохранения – это еще одна из причин низкого уровня рождаемости.

Прежде всего это связано с кадровым дефицитом медицинских работников в районах Вологодской области. Конечно, для привлечения в районы области квалифицированных врачей Правительство Вологодской области реализует программу «Земский доктор», по которой претенденты на должность врачей в возрасте до 50 лет имеют возможность получить 1 миллион рублей, но данная мера не решает полностью эту проблему.

Огромную роль в развитии здравоохранения играет и обеспечение медицинских учреждений оборудованием. Так, например, в БУЗ ВО «Никольская ЦРБ» в Никольском районе Вологодской области в период с 15.07.2019 по 12.08.2019 г. на 4 недели было закрыто акушерское отделение, что нарушало режим совместного пребывания матери и ребенка или режим раздельного пребывания после операции кесарева сечения, не позволяющей ей самостоятельно ухаживать за новорожденным. Кроме того, отсутствие врачей могло вызвать дополнительный стресс у беременных, когда им могла быть не оказана или оказана некачественная медицинская помощь. В таких условиях, если женщина рождает первый раз, она будет переживать и беспокоиться о своем здоровье и здоровье ребенка, появится страх родов и она вряд ли захочет рожать второго.

Поэтому считаем, что необходимо повысить квалификацию врачей, качество оказываемых медицинских услуг и обеспечить строительство новых и оборудованных бесплатных медицинских центров для всех категорий граждан.

В-третьих, сокращение количества зарегистрированных браков может влиять на снижение уровня рождаемости.

Семья является базовым фундаментальным условием функционирования российского общества, важнейшим элементом его самоорганизации. Во всех ежегодных посланиях Пре-

зидента Федеральному Собранию, начиная с 2000 года, говорится о том, что успех российской политики во всех сферах тесно связан с решением острейших демографических проблем, что предполагает развитие семьи как социального института [2].

Таблица 3 – Количество браков и разводов на территории Вологодской области за 2016–2018 годы [4]

Год	Количество браков	Количество разводов
2016	7202	4640
2017	7723	4700
2018	6182	4530

Перед нами грустная ситуация, когда в 2018 году 73 % из зарегистрированных браков закончились разводом. Причины тому могут быть разными: измены, вредные привычки, нежелание иметь детей, финансовые трудности, физическое или моральное насилие в семье, трудные жилищные условия и другие.

Почему же люди не хотят зарегистрировать брак? Во-первых, карьерный рост и достаток. Молодые люди сейчас стремятся заработать как можно больше денег, самореализоваться и лишь потом думать о семье и о детях. Во-вторых, негативный опыт. Прежде всего, если в своем детстве человек наблюдал картину несчастливой семьи своих родителей или родственников, он будет опасаться серьезных отношений и повременит с тем, чтобы вступить в официальный брак. В-третьих, «штамп в паспорте – это формальность». Люди, которые живут вместе и ведут общий быт, не видят необходимости в заключении брака, ведь их отношения это никак не изменит. Это происходит из-за обесценивания института брака в обществе и, соответственно, в глазах молодежи.

Как увеличить количество зарегистрированных браков? Прежде всего, финансово мотивировать население к этому, помогая им обрести доступное жилье и обеспечить благополучные условия для рождения детей. К сожалению, в Вологодской области нет мер поддержки молодоженов.

Соответственно, для решения данной проблемы необходимо предоставить гражданам комфортные условия для создания семьи и обеспечить их жильем и рабочими местами.

Таким образом, проблема естественного движения населения напрямую связана с проблемой снижения рождаемости. Поэтому, чтобы увеличить естественный прирост, необходимо принимать меры, направленные на увеличение количества зарегистрированных браков, на стимулирование молодых семей к рождению двух и более детей, улучшать жилищную и социальную политику области, оказывать финансовую поддержку гражданам, желающим родить ребенка.

Социально-экономическое развитие Вологодской области на период до 2030 года направлено на реализацию политики НАРОДОСБЕРЕЖЕНИЯ путем сохранения демографического потенциала и развития человеческого капитала за счет конкурентоспособности области и формирования пространства развития человека [3]. Поэтому для предотвращения демографического кризиса Правительству области необходимо предпринять более активные меры, направленные на предотвращение естественной убыли населения, и проводить политику по повышению рождаемости среди граждан.

Список источников

1. Борисов В. А. «Демография» – М.: Издательский дом NOTABENE, 1999, 2001. – 272 с.
2. Борисенков В.П., Гукаленко О.В. «Институт семьи и семейная политика в современной России: проблемы, тенденции и перспективы» – Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ» (<http://naukovedenie.ru>) выпуск 5 (24), сентябрь-октябрь 2014.
3. Постановление Правительства Вологодской области от 17.10.2016 № 920 «О Стратегии социально-экономического развития Вологодской области на период до 2030 года».
4. Официальный сайт Вологдастата <https://vologdastat.gks.ru>.
5. Официальный сайт Пенсионного фонда РФ <http://www.pfrf.ru>.

**О ПРЕДСТАВЛЕНИЯХ СТУДЕНТОВ НАПРАВЛЕНИЯ
«ГОСУДАРСТВЕННОЕ И МУНИЦИПАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ»
О ТРУДОУСТРОЙСТВЕ ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ ПОСЛЕ ОКОНЧАНИЯ ВУЗА**

В статье рассматриваются различные аспекты готовности студентов работать после окончания вуза по осваиваемому направлению подготовки. Обозначаются основные знания, умения и навыки, которыми должны обладать студенты вузов, обучающиеся по направлению подготовки «Государственное и муниципальное управление». Приводятся итоги опроса студентов, обучающихся по направлению «Государственное и муниципальное управление», в отношении трудоустройства по специальности после окончания учебного заведения. Указывается на то, что амбиции студентов имеют большой размах от самых скромных и до самых смелых, что респонденты имеют разный настрой и уровень готовности применить полученные знания и навыки на практике. Даются рекомендации студентам для успешного встраивания в сферу государственного или муниципального управления.

Ключевые слова: государственное и муниципальное управление, государственный служащий, муниципальный служащий, трудоустройство по специальности, образовательная программа, знания, умения, навыки, результаты обучения.

The article deals with various aspects of students' readiness to work after graduation in the direction of training. The basic knowledge, skills and abilities that should be possessed by University students studying in the direction of training "State and municipal administration" are indicated. The results of the survey of students studying in the direction of "State and municipal administration", in relation to employment in the specialty after graduation. It is pointed out that the ambitions of students have a large scale from the most modest to the most daring, that the respondents have a different attitude and level of readiness to apply the knowledge and skills in practice. Recommendations are given to students for successful integration into the sphere of state or municipal government.

Key words: state and municipal administration, civil servant, municipal employee, employment in the specialty, educational program, knowledge, skills, learning outcomes.

*Угоднова Анастасия Юрьевна
ФГБОУ ВО «Челябинский государственный университет»
E-mail: nastena98-12@mail.ru
Научный руководитель:
Жигарь Оксана Владимировна,
старший преподаватель кафедры государственного и муниципального управления*

Для социально-экономического развития города, региона и страны профессия государственного и муниципального служащего играет значимую роль, ведь именно от чиновников зависит создание благоприятных условий и обстановки для поддержки инициатив, повышение уровня жизни населения, усиление потенциала территории. В быстроразвивающемся и меняющемся мире служащие органов управления регулируют процессы нововведений, воздействуют на обстановку на территории и создают стимулы для улучшения жизни граждан. Чиновники отвечают за безболезненное введение инноваций в жизнь граждан, поэтому процесс обучения и подготовки будущих государственных и муниципальных служащих на этапе получения высшего образования достаточно серьезен.

Особую роль в обучении имеют понимание и способность исполнения главной функции государственной и муниципальной деятельности – служение обществу [1]. Общество возлагает надежды на развитие и поддержание комфортной жизнедеятельности граждан, общественных институтов на основе права и духовно-нравственных принципов, ценностей, кото-

рые являются определяющими для народного самосознания. Поэтому государственная и муниципальная служба должна являться не только социально-правовым институтом общества, но и его лидером, призванным с помощью управленческих средств продвигать общество на практическое осуществление его целей: формирование высокой духовности каждого своего члена, развитие науки, культуры, образования [2].

На этапах освоения дисциплин образовательной программы студенты вузов, обучающиеся по направлению подготовки «Государственное и муниципальное управление», имеют возможность приобретать определенные знания, умения и навыки, основными из которых являются:

- знание основ государственной и муниципальной службы;
- знание основ управления персоналом;
- умение работать в коллективе (команде);
- умение организовывать и реализовывать проектную работу;
- навыки публичного выступления;
- навыки прогнозирования деятельности в различных сферах.

В 2019 г. с целью выявления настроения обучающихся по направлению «Государственное и муниципальное управление» по поводу трудоустройства по специальности после окончания учебного заведения был проведен опрос среди студентов вузов г. Челябинска 2–4 курсов обучения.

В результате анализа ответов респондентов на вопросы сформировались следующие выводы:

- 1) среди студентов, получающих высшее образование по государственному и муниципальному управлению, отмечается большой процент желающих реализовываться в соответствии с осваиваемой специальностью и добиваться профессиональных успехов (83 %). Это указывает на подтверждение правильности выбора направления подготовки и удовлетворение образовательной программой. Однако по сравнению с желанием студенты оценивают свои возможности добиться профессиональных успехов более легкими путями (см. рисунок 1).

Оцените по десятибалльной шкале вашу возможность добиться профессиональных успехов

70 ответов

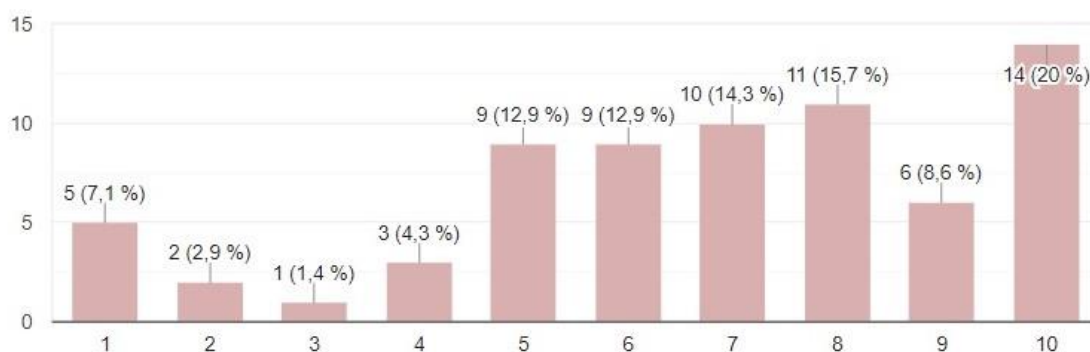


Рисунок 1 – Оценка студентами возможности добиться профессиональных успехов по осваиваемой специальности

Можно предположить, что отсутствие уверенности в реализации планов связано с нестабильностью управленческого аппарата Челябинской области в последнее время;

- 2) на вопрос о «профессии мечты» после окончания университета респонденты давали разные варианты ответов от «банковских служащих» до «депутатов» и «президента». Более двух третей опрошенных планирует в будущем связать свою жизнь с управлен-

ческой сферой (69 %), причем в области государственного и муниципального сектора собираются работать 49 % студентов;

- 3) желаемым уровнем заработной платы при трудоустройстве после окончания высшего учебного заведения респонденты называли вариации разного уровня, но большинство сошлось на сумме в 30–35 тыс. руб.;
- 4) разошлись мнения студентов и по поводу их личного участия в какой-либо политической партии или организации. Возможно, это объясняется тем, что не все обучающиеся на данный момент определились со своим будущим: хотят ли они стать политиками или работать в исполнительных органах власти. Около 30 % респондентов желают связать будущую сферу деятельности не с политикой, а с другими областями государственного и муниципального управления. В целом студенты характеризуют собственную политическую активность на среднем уровне, что указывает на наличие потенциала увеличения политической активности в будущем (см. рисунок 2).

Как Вы оцениваете уровень собственной политической активности?

70 ответов

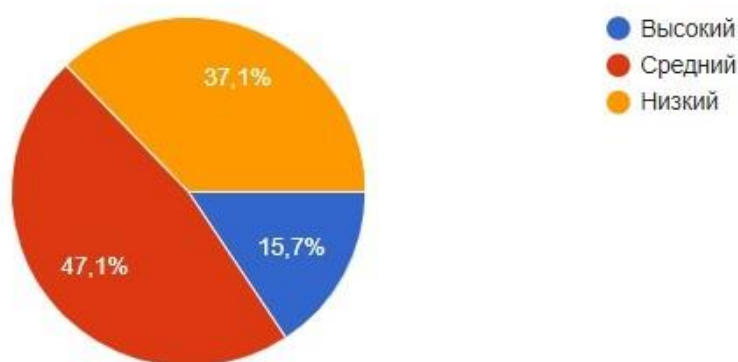


Рисунок 2 – Оценка студентами уровня своей политической активности

Таким образом, амбиции студентов имеют большой размах – от самых скромных и до самых смелых.

Для успешного встраивания в сферу государственного или муниципального управления студентам следует помнить, что ключевым моментом в реализации заявленных амбиций, поступления на службу и прохождения ее является соответствие выпускников требованиям работодателей. Для того чтобы соответствовать этим характеристикам, студентам необходимо следовать следующим рекомендациям:

- освоение образовательной программы должно осуществляться с высокими показателями результативности;
- необходимо вырабатывать навыки быстрого реагирования и принятия управленческих решений в меняющихся обстоятельствах;
- уметь ставить цели и достигать их с использованием наименьших затрат;
- постоянно совершенствовать свои организаторские способности, лидерские навыки, мобильность, креативность мышления, коммуникабельность и другие личные качества, которыми характеризуется успешный сотрудник;
- участвовать в студенческом самоуправлении, набирая управленческий опыт;
- ответственно исполнять порученные обязанности;
- проявлять инициативу в учебном процессе.

Выполнение перечисленных рекомендаций положительно повлияет на содержание знаний, умений и навыков и квалификацию выпускника, даст возможность работодателю сформировать положительное мнение в отношении такого кандидата при приёме на государственную или муниципальную службу.

Список источников

1. Федеральный закон от 27.07.2004 № 79-ФЗ (ред. от 11.12.2018) «О государственной гражданской службе Российской Федерации» [Электронный ресурс] // Консультант Плюс. – Режим доступа http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_48601/ (дата обращения 11.10.2019).
2. Федеральный закон от 02.03.2007 № 25-ФЗ (ред. от 03.08.2018) «О муниципальной службе в Российской Федерации» [Электронный ресурс] // Консультант Плюс. – Режим доступа http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_66530/ (дата обращения 18.10.2019).

Секция № 2.
Современные тренды
цифровизации
экономических
систем

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МОДЕЛИ ОЦЕНКИ ВЕРОЯТНОСТИ БАНКРОТСТВА ДЛЯ УПРАВЛЯЮЩЕЙ КОМПАНИИ ОКТЯБРЬСКОГО РАЙОНА ХАНТЫ-МАНСИЙСКОГО АВТОНОМНОГО ОКРУГА – ЮГРЫ

В российской практике применения инструментов финансового анализа часто используются универсальные модели для оценки вероятности банкротства вне зависимости от отраслевой принадлежности предприятия. Проблема универсальных моделей состоит в том, что они не учитывают особенности той или иной области деятельности предприятия и их отражение в финансовой отчетности. В статье рассматриваются особенности управленческих компаний и их деятельности в сфере жилищно-коммунального хозяйства, а также влияние данных особенностей на результаты оценки вероятности банкротства.

Ключевые слова: банкротство, несостоятельность, ЖКХ, управляющая компания, финансы в сфере ЖКХ.

In the Russian practice of using financial analysis tools, universal models are often used to assess the likelihood of bankruptcy, regardless of the industry sector of the enterprise. The problem of universal models is that they do not take into account the features of a particular area of the enterprise and their reflection in the financial statements. The article discusses the features of management companies and their activities in the field of housing and communal services, as well as the impact of these features on the results of assessing the probability of bankruptcy.

Keywords: bankruptcy, insolvency, housing and communal services, management company, utilities finance.

*Адамова Мадина Руслановна
Югорский государственный университет
E-mail: Kmadina1995@mail.ru
Научный руководитель:
Почекайло Татьяна Николаевна,
кандидат экономических наук, доцент*

Становление рынка жилищно-коммунальных услуг в России – одно из наиболее сложных направлений социально-экономического реформирования [3]. В настоящее время ведущая роль в эффективном функционировании данной сферы отведена управляющим субъектам, осуществляющим управление многоквартирными домами [4, с. 119].

Финансовая устойчивость организации непосредственно связана с таким финансовым риском, как риск банкротства. Согласно статистическим данным, за 2018 год в Высший Арбитражный Суд Российской Федерации поступило 95 820 заявлений о банкротстве (в том числе в отношении физических лиц), в 2017 году число заявлений составило 79 358 [1]. В среднем около 38 000 заявлений поступает от юридических лиц, и больше 50 % из них признаются несостоятельными.

Следует отметить, что глубина кризиса на предприятиях в большинстве случаев во многом обусловлена отсутствием возможности его прогнозирования. По данным Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации, не более 5 % предприятий, попавших в процедуру банкротства, выходят из нее с незначительными потерями. Большинство организаций ликвидируется, что приводит к потерям для широкого круга юридических и физических лиц [4, с. 120].

Обобщение имеющихся исследований по теме диагностики банкротства в сфере коммунальных услуг позволяет выделить следующие симптомы предкризисного состояния организаций ЖКХ:

- 1) на протяжении длительного времени происходит вложение в производство финансовых средств, от которого нет отдачи;
- 2) наличие нескольких вариантов устойчивого состояния организации, в которые она может быть переведена небольшими усилиями;
- 3) необратимость отклонений в деятельности организации и возможных перемен;

4) неспособность организации остановить массовые увольнения кадров базовых профессий при низкой зарплате [2].

В качестве экспресс-оценки выявления предкризисной ситуации на предприятиях используются модели оценки вероятности банкротства. Множество моделей универсальны и не ориентированы на конкретную область деятельности предприятий, поэтому не учитывают некоторые особенности, присущие той или иной сфере деятельности.

Для выявления особенностей управляющих компаний Октябрьского района Ханты-Мансийского автономного округа проанализируем основные экономические показатели 3 предприятий (таблица 1).

Таблица 1 – Основные экономические показатели 3 управляющих компаний Октябрьского района Ханты-Мансийского автономного округа за 2018 год

Показатель	ООО «Талинское благоустройство»		ООО «ЭГК»		ИП Горячук	
	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%
Внеоборотные активы	443	1,2	2 732	4,4	8 814	33,9
Дебиторская задолженность	36 033	96,0	52 546	85	15 746	60,7
Денежные средства и эквиваленты	150	0,4	4 712	7,6	155	0,6
Капитал и резервы	11 311	30,2	16 567	27	7 114	27,4
Кредиторская задолженность	26 203	69,8	36 600	59	16 094	62,0
Выручка	45 272		517 614		41 602	
Себестоимость	43 006		492 415		46 486	
Чистая прибыль	357		20 449		- 1 082	
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,0057		0,129		0,0096	
Коэффициент платежеспособности	0,43		0,45		0,44	
Коэффициент автономии	0,30		0,27		0,27	
Соотношение дебиторской и кредиторской задолженности	1,37		1,44		0,98	

В первую очередь следует отметить, большинство управляющих компаний относится к малым предприятиям с упрощенной отчетностью.

По данным таблицы отмечается, что дебиторская задолженность в размере от 60 % бухгалтерского баланса и выше (иногда достигая 96 %, как в нашем случае) является особенностью данного типа предприятий и не может рассматриваться как негативный фактор, характеризующий финансовое состояние предприятия как нестабильное.

Также к особенностям управленческих компаний можно отнести:

- полное отсутствие или низкие значения (до 5% валюты баланса) заемных средств;
- преобладание дебиторской задолженности над кредиторской;
- низкие значения внеоборотных активов, в связи с чем нарушается «гармоничная» структура баланса, которая имеет обременение в виде высокой дебиторской задолженности;
- оптимальная степень финансовой независимости (около 30 %);
- недостаточная платежеспособность предприятий (покрытие менее половины задолженности).

Для того чтобы определить, какая из универсальных моделей оценки вероятности банкротства наиболее точно отражает финансовое состояние управленческих компаний, проанализируем результаты оценки по 3 наиболее популярным российским методикам: Зайцевой, Савицкой и Сайфуллина-Кадыкова (таблица 2).

Согласно модели Зайцевой, все предприятия находятся в предкризисном состоянии. Модель Савицкой оценивает состояние ООО «Талинское благоустройство» и ООО «ЭГК» как финансово устойчивые, а состояние ИП Горячук как «низкая степень вероятности банкротства». Результаты оценки по модели Сайфуллина-Кадыкова говорят о том, что предприятие ООО «ЭГК» финансово устойчивое, ООО «Талинское благоустройство» финансово неустойчивое, а ИП Горячук находится в состоянии банкротства.

Таблица 2 – Результаты оценки вероятности банкротства предприятий по 3 российским регрессионным моделям за 2018 год

Модель	Положительный результат	ООО «Талинское благоустройство»	ООО «ЭГК»	ИП Горячук
Модель Зайцевой	$K_{\text{факт}} = 0,25 \times K1 + 0,1 \times K2 + 0,2 \times K3 + 0,25 \times K4 + 0,1 \times K5 + 0,1 \times K6$ $K_{\text{норм}} = 1,57 + 0,1 \times K6$ прошлого года			
	$K_{\text{факт}} < K_{\text{норм}}$	$K_{\text{факт}} = 35,1$ $K_{\text{норм}} = 1,64$	$K_{\text{факт}} = 2,05$ $K_{\text{норм}} = 1,58$	$K_{\text{факт}} = 20,9$ $K_{\text{норм}} = 1,62$
Модель Савицкой	$Z = 0,111 \times X1 + 13,239 \times X2 + 1,676 \times X3 + 0,515 \times X4 + 3,80 \times X5$			
	$Z > 8$	15,9	31,5	5,7
Модель Сайфуллина-Кадыкова	$R = 2 \times K1 + 0,1 \times K2 + 0,08 \times K3 + 0,45 \times K4 + K5$			
	$R > 1$	0,86	2,55	-0,13

По нашему мнению, модель Сайфуллина-Кадыкова более объективно отражает финансовое состояние управляющих компаний Октябрьского района. Однако у данной модели также есть недостаток, поскольку в ней исследуются два схожих показателя: это рентабельность (K4) и отношение чистой прибыли к собственному капиталу (K5). Целесообразно заменить один из данных показателей для более точной информации о финансовом состоянии предприятия на коэффициент автономии.

Для расчета корректирующего коэффициента были проанализированы 100 управляющих компаний из 349 в Ханты-Мансийском автономном округе (в том числе 12 компаний Октябрьского района). Результаты расчетов были обработаны с помощью программного обеспечения SPSS, и был подобран корректирующий коэффициент к модели Сайфуллина-Кадыкова для управляющих компаний Октябрьского района ХМАО. Обновленная модель выглядит следующим образом:

$$R_{\text{об}} = 2 \times K1 + 0,1 \times K2 + 0,08 \times K3 + 0,45 \times K4 + 0,63 \times K5,$$

где: K5 – отношение собственного капитала к сумме пассивов.

Для расшифровки результатов была принята также усовершенствованная система ранжирования показателей, которая подходит для управляющих компаний Ханты-Мансийского автономного округа – Югры:

- значение меньше 1 – неустойчивое финансовое положение;
- от 1 до 1,5 – предприятие имеет проблемы в финансовом состоянии;
- выше 1,5 – устойчивое финансовое состояние.

Таким образом, объекты исследования ООО «Талинское благоустройство» и ООО «ЭГК» имеют проблемы в управлении финансами, что отражает действительность, а ИП Горячук имеет неустойчивое финансовое состояние. Говорить о несостоятельности предприятий, основываясь лишь на некоторых экономических показателях, не следует, однако данные сведения будут полезны контрагентам компаний и пользователям отчетности.

Список источников

1. Гаврилина, Т. В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия [Электронный ресурс]. / Т. В. Гаврилина. – Студенческий: электронный научный журнал, № 2 (22). – Рязань, 2018. – Режим доступа : <https://sibac.info/journal/student/22/96617> (Дата обращения: 22.08.2019).
2. Романова, А. И. Диагностика результатов производственно-хозяйственной деятельности предприятий сферы жилищно-коммунальных услуг [Электронный ресурс]. / А. И. Романова. – Российское предпринимательство, №12 (1). – Креативная экономика, Москва, 2011. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/v/diagnostika-rezultatov-proizvodstvenno-hozyaystvennoy-deyatelnosti-predpriyatiy-sfery-zhilischno-kommunalnyh-uslug> (Дата обращения: 20.08.2019).
3. Судебный департамент при Верховном Суде Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Судебная статистика. – Режим доступа : <http://www.cdep.ru/index.php?id=79&item=4890> (Дата обращения: 16.08.2019)
4. Фёдорова, Е. А. Модели прогнозирования банкротства: особенности российских предприятий [Текст]. / Е. А. Фёдорова, Е. В. Гиленко, С. Е. Довженко. – Проблемы прогнозирования, № 2. – Москва, 2013. – С. 85-92.

Адов Владислав Игоревич

**«ЯНДЕКС. МЕТРИКА»:
ОЧЕВИДНЫЙ И НЕВЕРОЯТНЫЙ ПОМОЩНИК В МАРКЕТИНГЕ**

В статье приведен обобщенный анализ возможностей сервиса «Яндекс.Метрика». Описаны очевидные преимущества современного сервиса с учетом классического понимания стратегических подходов и тактических инструментов маркетинга. Структурированы основные направления работы с сервисом для выбора эффективного инструмента для отчета.

Ключевые слова: веб-аналитика, инструмент, интернет, клиент, конверсия, метрика, маркетинг, отчет, сайт, сегмент, Яндекс.

The article presents a generalized analysis of the capabilities of the service «Yandex.Metrics». The obvious advantages of modern service are described taking into account the classical understanding of strategic approaches and tactical marketing tools. The main directions of work with the service for choosing an effective tool (report) are structured.

Keywords: web Analytics, tool, Internet, client, conversion, metric, marketing, report, site, segment, Yandex.

*Адов Владислав Игоревич
Сибирский государственный университет путей сообщения
E-mail: vladislav.adov@mail.ru
Научный руководитель:
Орлова Марина Гаррьевна,
кандидат педагогических наук, доцент*

В условиях современной разнонаправленной динамики рынков игнорирование интернет-ресурсов для целей маркетинга организации в любой сфере экономики вряд ли можно назвать нормой. Факт того, что в среде интернет находится большая часть реальных и потенциальных потребителей продукции какого-либо производителя, подтверждается исследованиями технологичной компании «Mediascore» (лидера российского рынка медиаисследований в 2018 г.) в следующих цифрах:

- 93,6 млн человек в России пользуются интернетом ежемесячно;
- 90,7 млн человек заходят в сеть еженедельно, а 82,8 млн – ежедневно;
- 183 минуты в день средний пользователь проводит в интернете [1].

Очевидно, что одним из главных преимуществ интернет-маркетинга является непрерывный сбор и анализ данных, подобная нервной системе обратная связь. Для этого и создан сервис «Яндекс. Метрика», который позволяет улучшать рекламную кампанию обладателя сайта на основе собранных сведений. В ходе работы с данным сервисом у автора статьи возникли некоторые методические находки, о которых пойдет речь дальше.

Например, явное достоинство сервиса в интернете по таргетированию потребностей целевой аудитории: от сегментации собранных данных о целевой аудитории к последующей персонализации рекламы. Классическим инструментам маркетинга такая оперативность и избирательность недоступна [2]. Невероятно, но лишь интернет-маркетинг с его онлайн обратной связью и мгновенным анализом огромного количества поступающих данных способен наиболее эффективно представлять востребованную адресатом рекламу точно, мгновенно реагируя на потребности клиента. Все это заслуживает всеобщего признания и использования в конкретных условиях.

В чем же исключительность и необходимость сервиса «Яндекс. Метрика»?

«Яндекс. Метрика» – инструмент веб-аналитики, помогающий получать наглядные отчеты о действиях посетителей сайтов, отслеживать источники трафика и оценивать эффектив-

ность онлайн- и офлайн-рекламы для конкретного рекламодателя, – так определяет сам Яндекс этот сервис [4].

Если зайти на сайт [4] ресурса, то важно обратить внимание на бесплатное использование всех его инструментов, кроме целевого звонка.

Рассмотрим очевидные (объективно гарантированные) преимущества «Яндекс. Метрика» по схеме, понятной для любого начинающего маркетолога: 1) применение стратегических подходов маркетинга в интернет-среде; 2) использование тактических инструментов маркетинга в интернет-среде; 3) предоставление информационных отчетов для корректировки маркетинговых действий компании.

Итак, выделим три основных стратегических направления интернет-маркетинга, которые реализуются «Яндекс. Метрикой».

1. Мониторинг и маркетинговый анализ сайта. «Яндекс.Метрика» позволяет выявить технические недоработки сайта. Если реклама, тратя бюджет, приводит аудиторию на сайт, а он не работает, необходимо изменить тактику работы с сайтом. Для этого «Яндекс.Метрика» после анализа формирует несколько специфических отчетов. Дадим краткую характеристику этим отчетам [4]:

- отчёт «Время загрузки страницы». Отчёт позволяет проанализировать скорость, с которой загружаются страницы сайта. На основе этих данных можно оптимизировать сайт до приемлемого времени загрузки. Такой отчёт особо актуален для проверки мобильной версии сайта (среднее время ожидания загрузки сайта – 3 секунды);
- отчёт «Результат проверки». Данный отчет по итогам мониторинга оповещает рекламодателей о возможных проблемах с доступностью сайта. Алгоритм мониторинга проверяет сайт на доступность, запрашивая главную страницу.

Маркетинговый анализ сайта очень важен, так как плохой сайт убивает конверсию. Если сайт компании не продаёт, то «заставить» продавать можно при помощи стратегических карт. Несколько важных инструментов в виде карт:

- «Карта скроллинга» – инструмент для анализа того, как распределяется внимание посетителей на определенных областях страниц сайта [4]. Карта помогает подобрать оптимальную длину страниц и правильно разместить важную информацию. Итог – формирование интереса у посетителей сайта ко всем областям сайта!
- «Карта кликов» – инструмент для измерения и отображения статистики по кликам на сайте [4]. Карта отображает клики по всем элементам страницы (в том числе по тем, которые не являются ссылками). Итог – клиент знает, куда кликать на странице сайта с предложением товара.

В рамках рассматриваемого подхода особое значение имеет технология «Вебвизор», которая позволяет проанализировать поведение посетителей на своем сайте на качественно новом уровне. Эта технология воспроизводит действия посетителей в формате видео и детализирует то, что они делают на каждой странице, как передвигают курсор мыши, кликают по ссылкам [4].

Детальный анализ поведения посетителей помогает выявить проблемы в навигации, логике и юзабилити, а в результате – повысить конверсию сайта.

Таким образом, рассмотренное направление «Яндекс. Метрики» – «Мониторинг и маркетинговый анализ сайта» при его применении гарантирует выполнение сайтом своих функций. Секрет хорошего сайта – дать то, чего хочет клиент, а это – целевая функция маркетинга.

2. Анализ и сегментация аудитории. На первый взгляд, подобный вопрос не должен возникать у производителя или опытного продавца, хорошо знающего свой продукт, но данные из «Яндекс.Метрики» дают повод в этом усомниться [3]. К примеру, оказался неожиданным рост конверсии посетительниц «сайта зимних колёс» в разы выше, чем у противоположного пола. Причина в том, что большинство женщин не интересуют зимние шины без надобности. Они приходят целенаправленно купить их. Этот факт даёт повод собрать данный сегмент и запустить для него отдельную рекламную кампанию с уникальным торговым предложением.

Вот для чего нужно знать точно целевой сегмент, а в этом поможет стандартный отчёт «Аудитория» и его подотчёты: «География», «Пол», «Возраст», «Долгосрочные интересы».

Эти отчёты предоставляют данные по основным социально-демографическим и географическим характеристикам пользователей, кроме отчёта «Долгосрочные интересы». Он показывает, насколько та или иная тематика интересна посетителям вашего сайта, а также позволяет анализировать поведение посетителей на сайте в зависимости от их интересов. У этих отчётов множество применений. Например, сегментировать посетителей и перенаправить бюджет на более выгодный слой аудитории, что увеличит продажи и сэкономит бюджет обладателя сайта.

Таким образом, работа с целевой аудиторией с помощью «Яндекс.Метрики» формирует активных и лояльных клиентов.

Известно, что маркетинговые действия основаны на актуальной достоверной информации. Поэтому собранные отчетные данные о целевой аудитории необходимо использовать в рекламной кампании обладателя сайта. Если сведения о клиенте собраны, то важно узнать, от каких источников перенаправлены клики, т. е. откуда пришёл клиент.

3. Персонализация рекламы, или новая эра маркетинга.

Главная проблема современной рекламы в том, что её слишком много. У людей развилась так называемая «баннерная слепота», они просто не видят рекламу. Выход есть, нужно сделать рекламу полезной для пользователей, т. е. индивидуальной. «Яндекс. Метрика» даёт эту возможность.

Как персонализировать рекламу при помощи сервиса «Яндекс.Метрика»? Достаточно всего лишь взять ранее выявленный сегмент аудитории по выбранным параметрам (пол, возраст, география, интересы пользователей, количество посещений сайта пользователем и др.) и настроить на него рекламу с индивидуальным предложением, подходящим именно этому набору параметров аудитории. Такой подход позволяет в разы увеличить конверсию. Самый простой пример: в большинстве случаев у мужчин и женщин разные цели посещения спортзала, для одних – набор мышечной массы, а для других – сброс веса. Услуга одна, но проблемы она решает разные в зависимости от пола аудитории, поэтому эффективней было бы создать разные рекламные кампании для мужчин и для женщин. А если взглянуть глубже? Сегментировать эту аудиторию еще и по возрасту и также отразить в объявлении особенности возрастной группы [3]. Конверсия возрастет еще значительно.

Итак, обращение к возможностям сервиса «Яндекс.Метрика» очевидно экономит ресурсы компании. Отдача от работы с «Яндекс. Метрикой» отражает максимальное увеличение конверсии от посещений сайта. Но и это далеко не все невероятные достоинства «Яндекс. Метрики». Ключевое понимание открывающихся возможностей данного сервиса при правильном его применении обеспечивает устойчивое конкурентное преимущество пользователю.

Список источников

1. Mediascope. Международная исследовательская компания в области медиаисследований. Официальный сайт. – URL: <https://mediascope.net/> (дата обращения: 20.09.2019).

2. Интернет-маркетинг и digital-стратегии. Принципы эффективного использования: учебное пособие [Электронный ресурс] ред// Компания Intelsib, НГУ. – URL: https://www.marketing.spb.ru/lib-comm/internet/digital_strategies_tutorial.htm (дата обращения: 25.09.2019).

3. Официальный портал открытого обмена данными для интернет-сообществ. – URL: <https://opencartforum.com/files/category/6-obmen-dannymi/page/4/> (дата обращения 18.09.2019).

4. Страница сервиса Яндекс. Метрика. – URL: <https://yandex.ru/support/metrika/> (дата обращения: 20.09.2019)

ОЦЕНКА РЕАЛИЗАЦИИ ВНЕДРЕНИЯ КОНЦЕПЦИИ «УМНЫЙ РЕГИОН» В РФ

В работе рассмотрены практики реализации концепции «Умный регион» на примере таких субъектов, как Свердловская область, Ульяновская область, Пермский край. Автор предложил оригинальную систему показателей, позволяющую выявить ключевые тенденции, точки роста и риски.

Ключевые слова: умный регион, цифровые технологии, практика внедрения, группы показателей.

The paper discusses the practice of implementing the concept of "Smart Region" on the example of such entities as the Sverdlovsk Region, Ulyanovsk Region, Perm Territory. The author proposed an original scorecard to identify key trends, growth points and risks.

Keywords: Smart region, digital technologies, implementation practice, groups of indicators.

*Белых Анастасия Владимировна
Пермский государственный национальный исследовательский университет
E-mail: n.belyh@mail.ru
Научный руководитель:
Урасова Анна Александровна,
кандидат экономических наук, доцент*

В настоящее время в РФ актуальным вопросом является теоретико-методологическое обоснование возможностей реализации концепции «Умного региона». Данное направление является одним из ключевых ориентиров в поступательном развитии отдельных стран [1]. Наиболее яркие примеры можно наблюдать в странах, активно решающих социально-экономические и инфраструктурные проблемы [6]. В сложившейся ситуации цель руководителя региона – создавать такие условия. В этой связи технологическая модернизация, ликвидация технологической отсталости, преодоление многоукладности могут способствовать сбалансированному развитию регионов РФ, а использование цифровых платформ и информационных систем может стать основой для прогрессивного развития.

Исходя из новизны явления «Умного региона», автору представилось целесообразным разработать методологический инструментарий, позволяющий оценить процесс внедрения концепции «Умный регион», в основе которого лежит матричный анализ.

Для анализа и проведения оценки практики введения концепции «Умный регион» мы выбрали несколько территорий. Так, наш выбор остановился на Свердловской области, которая выбрала концепцию более масштабного уровня. Тем самым введение проекта должно сэкономить ресурсы от 20 % до 50 % в сфере энергетики, безопасности и транспорта. Город Екатеринбург по различным рейтингам занимает примерно пятое место в России в конкурсе «Умный город», если мы примерно по тем же критериям посмотрим на Свердловскую область, то увидим ее на 63-м месте [4]. Отсюда следует, что необходимо проводить развитие всех территорий, находящихся в Свердловской области, сокращая разрыв между неравенством развития.

Второй территорией, которую мы будем рассматривать, является Ульяновская область [3]. Хочется отметить, что Ульяновская область стала первым регионом в России, где была разработана и принята такая концепция. Концепция отражает шаги инновационного развития городов и районов на основе внедрения в различные сферы жизни информационно-коммуникационных технологий, способных ускорить развитие территорий и повысить качество жизни граждан. Реализация этой концепции рассчитана до 2030 года. Несмотря на то, что годом запуска концепции считается 2018, отдельные проекты «Умного региона» начали внедряться в Ульяновской области намного раньше. Так, например, в данном регионе стро-

ится первый в России ветропарк. А в региональном здравоохранении функционирует единая информационная система, которая аккумулирует миллионы записей из всех клиник Ульяновской области. Эти записи могут быть использованы для различных сервисов, для анализа с помощью искусственного интеллекта, для умной профилактики и лечения.

В результате апробации разработанной методики применительно к Свердловской, Ульяновской областям, Пермскому краю, были получены следующие результаты (таблица 1). К1 – это экономико-технологическая составляющая региона. К2 – это социальная составляющая региона [2].

Таблица 1 – Расчет показателей К1 и К2 по субъектам за период 2014–2018 гг.

Название субъекта	К1. Подгруппа 1	К2. Подгруппа 2
Ульяновская область	0,3365	0,3123
Свердловская область	0,3267	0,3809
Пермский край	0,3303	0,3338

На основании рассчитанных интегральных показателей построим диаграмму (рисунок 1). При этом подгруппа 1 включает экономико-технологические показатели. Подгруппа 2 – социальные показатели.

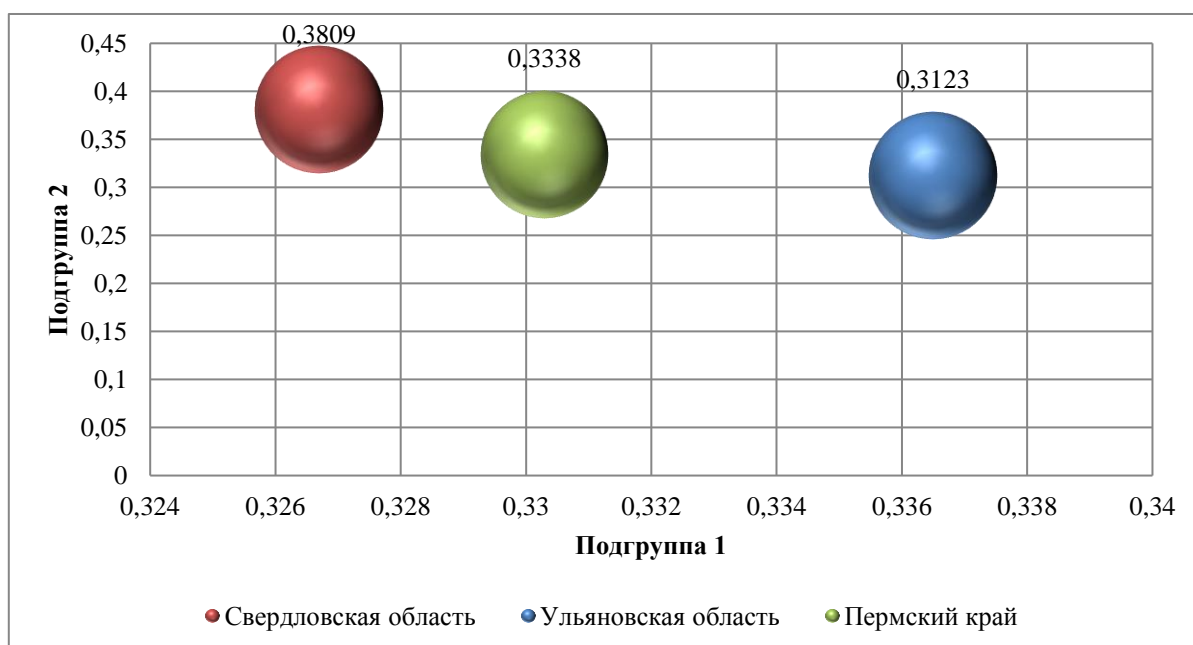


Рисунок 1 – Опыт внедрения концепции «Умный регион»

На построенном графике мы можем увидеть позиции субъектов. Можно сделать вывод, что Ульяновская область больше внимания уделяет технико-экономической составляющей, но в целом обе группы показателей развиты относительно невысоко. Позиции Свердловской области относительно равномерны и развиты максимально в группе анализируемых субъектов. В Пермском крае относительно сбалансированно развиты обе группы показателей [5].

Таблица 2 – Оценка внедрения программы «Умный регион» за 2014 и 2018 гг.

Регион	Подгруппа, год	Подгруппа 1 (2014)	Подгруппа 1 (2018)	Подгруппа 2 (2014)	Подгруппа 2 (2018)
Свердловская область		0.579	0.552	0.755	0.469
Ульяновская область		0.443	0.485	0.929	0.765
Пермский край		0.484	0.466	0.419	0.628

Для более детального анализа и выявления направлений реализации концепции «Умный регион» в выбранных нами территориях рассмотрим позиции субъектов в динамике за по-

следние годы. Если рассматривать позиции субъектов в динамике, то получены следующие результаты (рисунок 2).

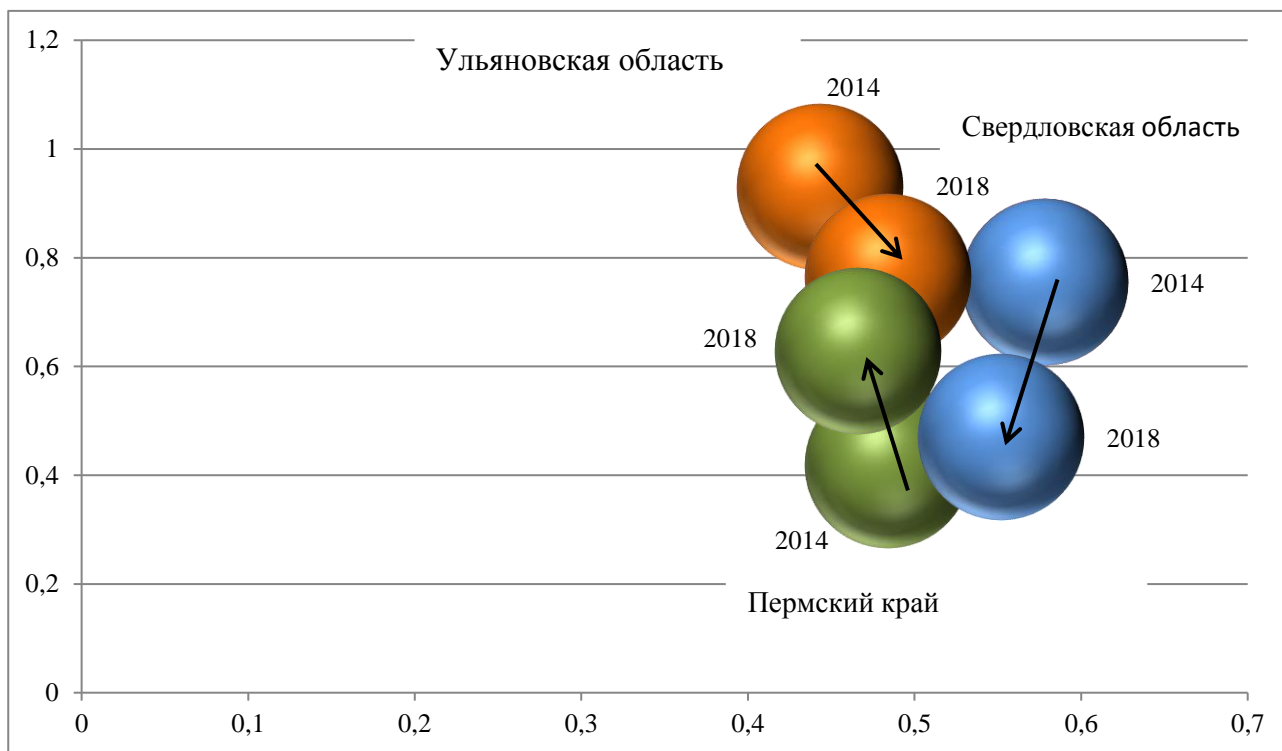


Рисунок 2 – Тренды в процессе реализации концепции «Умный регион»

По итогам апробации предложенного инструментария автором выявлены возможные тренды в процессе реализации концепции «Умный регион»:

1. Свердловская область снизила показатели в обеих группах. Таким образом, мы можем увидеть, что регион перестает интенсивно развиваться в экономико-технологических и социальных показателях.

2. Пермский край увеличил показатели в экономико-технологических и социальных подгруппах, сюда мы можем отнести такие показатели, как инновационная активность региона, число патентов, удельный вес новых технологий, покрытие высокоскоростным интернетом, а также удельный вес занятых в сфере ИКТ, оценка населением качества предоставленных через сеть Интернет государственных и муниципальных услуг.

3. Ульяновская область снизила показатели в технико-экономической подгруппе, увеличив показатели в социальной подгруппе, где лучше всего развиваются такие показатели как, численность персонала, занятого научными исследованиями и разработками, удельный вес занятых в секторе ИКТ в общей численности занятого населения, тем самым приблизившись к сбалансированному тренду в реализации концепции «Умный регион».

Можно констатировать, что реализация концепции «Умный регион» в зависимости от приоритетов конкретного региона может осуществляться в направлении развития технико-экономических показателей, социальных показателей, либо приближаться к сбалансированному тренду.

Список источников

1. Артемова, А. И., Нурмухаметов, Р. К. Концепции «Умный регион(город)»: Сравнительный анализ. В сборнике: Шаг в будущее: Искусственный интеллект и цифровая экономика. Революция в управлении: новая цифровая экономика или новый мир машин. Материалы II Международного научного форума. 2018. С. 28-35.

2. Белых, А. В., Урасова, А. А. Методологические основы оценки внедрения концепции «Умный регион» в пространственном развитии Пермского края [Электронный ресурс]: сб. науч. ст. / Перм. гос. нац. исслед. ун-т. – Электрон. дан. – Пермь, 2019. – Вып. 16. С. 22-27.

3. Левчук, М. В., Тимагина, Ю. А. Концепция «Умный регион» в составе стратегического плана инновационного развития Ульяновской области. В сборнике: Региональная инновационная экономика: сущность, элементы, проблемы формирования Труды Седьмой Всероссийской научной конференции с международным участием. 2017. С. 54-55.
4. Россия в цифрах. 2018: Крат.стат.сб./Росстат М., Р76, 2018. 522 с. URL: www.gks.ru/free_doc/doc_2018/rusfig/rus18.pdf. (дата обращения: 17.05.2019).
5. Федеральная служба государственная статистики. URL: <http://www.gks.ru/> (Дата обращения: 17.03.2019).
6. Harrison C., Donnelly I.A. A Theory of smart cities. Proceedings of the 55th Annual Meeting of the International Society for the Systems Sciences. Held at University of Hull Business School. UK, 2011, pp. 1–15.

Дуранова Дарья Игоревна

ПРОЕКТИРОВАНИЕ ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРА ПО СПЕЛЕОРЕСУРСАМ САТКИНСКОГО РАЙОНА ЧЕЛЯБИНСКОЙ ОБЛАСТИ НА ОСНОВЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И НАВИГАЦИОННЫХ СИСТЕМ

В условиях тотальной цифровизации и компьютеризации большое значение приобретают информационные технологии как средство и инструмент проектирования программ туристского обслуживания и проектирования туристских маршрутов. Такая технология будет способствовать более эффективному продвижению на рынок туристских услуг и продуктов, делая более доступным посещение туристских дестинаций и реализацию туристских продуктов и услуг.

Ключевые слова: информатизация, цифровизация, туристское проектирование, спелеотуризм.

In the conditions of total digitalization and computerization, information technologies become of great importance as a means and tool for designing tourist service programs and designing tourist routes. This technology will contribute to more effective promotion of tourist services and tourist products on the market of tourist services, making it more affordable to visit tourist destinations and the implementation of tourist products and services.

Keywords: informatization, digitalization, tourist design, speleotourism.

*Дуранова Дарья Игоревна
НИУ «Южно-Уральский государственный университет»
E-mail: dafutochka@mail.ru
Научный руководитель:
Третьякова Татьяна Николаевна,
доктор педагогических наук, профессор*

Современная индустрия туризма представляет собой динамично развивающуюся отрасль. В последние годы она претерпевает существенные изменения из-за внедрения современных информационных и компьютерных технологий. Данная тенденция позволяет развивать отдельные виды туризма, особенно активного и самодетельного, способствуя оптимизации процесса проектирования и реализации туристских маршрутов.

Технологии проектирования туристских маршрутов познавательной направленности в активном туризме на основе информационных технологий и цифровизации туристских маршрутов могут быть реализованы при разработке познавательных спелеологических туров. Саткинский район Челябинской области является одной из самых популярных дестинаций водного туризма в летний период времени, который эффективно реализуется множеством туристских предприятий региона и позиционируется как регион маршрутов выходного дня и кратковременных туров познавательной и рекреационной направленности, реализуемых посредством сплава по течению реки Ай. В программу тура, как правило, включается посещение Кургазакской пещеры, сухих водопадов и Сикияз-Тамакского пещерного комплекса. Вместе с тем Саткинский район обладает гораздо большим потенциалом спелеоресурсов, цифровизация которых позволит проектировать маршруты различной категории сложности и направленности.

Цель исследования – разработать маршрут познавательного тура по спелеоресурсам долины реки Ай Саткинского района Челябинской области на основе информационных технологий и навигационных систем.

Объект исследования – региональная спелеология в контексте познавательного туризма.

Предмет исследования – информационные технологии и навигационные системы как инструмент проектирования познавательного тура по спелеологическим ресурсам Саткинского района.

Задачи исследования:

- изучить пещеры, выявить туристскую привлекательность спелеоресурсов Саткинского района;
- определить степень их цифровизации и компьютеризации;
- составить познавательный маршрут по пещерам Саткинского района на основе информационных технологий и навигационных систем.

В исследовании на основе метода анализа и сопоставления информации в интернет-ресурсах, энциклопедических словарях, научных и научно-популярных изданиях, а также цифрового и навигационного зонирования мы разработали познавательный тур по пещерам Саткинского района.

Технологии цифровизации туристского проектирования и туристской маршрутизации основаны на законе РФ «О туристской деятельности» и программе «Цифровая экономика Российской Федерации», утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации №1632-р от 28.07.2017 г. Целью цифровизации процессов профессиональной туристской деятельности и туристских продуктов является обеспечение доступности к туристским ресурсам и продуктам.

Цифровизация обеспечивает переход на цифровой способ связи и получения (передачи) данных с помощью цифровых технологий и устройств, обеспечивающий более гибкое использование ресурсов в туристском проектировании и реализации туристского продукта [2, стр. 331].

В условиях регионального туризма Саткинский район Челябинской области является объектом познавательного, экологического, рекреационного, спортивного туризма, так как обладает богатыми спелеологическими ресурсами. Все это благотворно влияет на развитие туризма и влечет за собой необходимость проектирования различных спелеологических маршрутов. Для удобства этого процесса целесообразно привлечение и использование информационных технологий как для составления самих маршрутов, так и для их внедрения и популяризации.

На основе существующих данных и информации в интернет-пространстве нами составлена модель информационно-навигационной обеспеченности и доступности спелеоресурсов долины реки Ай Саткинского района, включая названия объектов, расположение и GPS-координаты, доступность [3, 4, 5].

Начальной точкой маршрута по пещерам Саткинского района является город Челябинск.

На основе метода картографического исследования, связанного с изучением географического расположения спелеологических объектов, определяем вид путешествия (автобусный или сплав).

В случае выбора автобусного тура основными точками маршрута являются населенные пункты Сатка – Межевой – Сулея – Айлино – Тугузлы – Вакиярово – Еланлино – Лаклы. Такой маршрут ориентирован на посещение спелеологических объектов Сикияз-Тамакского пещерного комплекса [1, стр. 178] с ночевками в палаточном лагере у подножия пещерного комплекса (рис. 1).



Рисунок 1 – Маршрут автобусного тура по спелеоресурсам Саткинского района

Разработка водного тура предполагает значительный трансфер к месту водного старта. Трансфер из Челябинска в поселок Межевой Саткинского района, откуда начинается сплав, составляет 211 км, что в оптимальном случае займет 2 часа 30 минут.

Изучение карты долины реки Ай [1, стр. 118] позволяет нам определить основные точки маршрута, ориентируясь на населенные пункты, расположенные вдоль берегов реки Ай на водном маршруте Межевой – Лаклы и представить карту водного маршрута познавательного тура по спелеологическим объектам Саткинского района, включив в программу тура дополнительные природные объекты долины реки Ай (рис. 2).



Рисунок 2 – Нитка водного маршрута пос. Межевой – пос. Лаклы с экскурсионными объектами и стоянками

Разработанный маршрут с более подробными указаниями проезда можно осуществить, считав QR-код (рис. 3). Для этого необходимо воспользоваться камерой смартфона или, в отдельных случаях, установить специальное приложение.



Рисунок 3 – QR-код маршрута

На основе проделанной работы можно сделать вывод о том, что в условиях информационной цивилизации и цифровизации различных объектов, в том числе экскурсионных, а также с помощью навигационных систем можно проектировать туристские маршруты, осуществление которых также возможно на основе навигационных систем с использованием GPS-координат туристских объектов.

Используемая технология туристского проектирования способствует оптимизации технологических процессов проектирования и продвижения туристского продукта, делает его социально адаптированным и более экономичным за счет возможности самоорганизации и самореализации турпродукта для небольших туристских групп, семейных и молодежных путешествий.

Список источников

1. Распопов П. Река Ай: Путеводитель от Кусы до Лаклов. Издательские решения, 2017. – 212 с. – С. 54-191.
2. Корнев И. В. Современные системы спутниковой навигации в самодеятельном туризме //Природное и культурное наследие: междисциплинарные исследования, сохранение и развитие. – 2017. – С. 331–333.
3. Областное государственное учреждение «Особо охраняемые природные территории Челябинской области». Официальный сайт. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://oopt174.ru/> (Дата обращения 25.10.2019г.)
4. Челябинская область. Энциклопедия Челябинской области. [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://chel-portal.ru/encyclopedia/en_text/2013-05-15-14-44.txt (Дата обращения 23.10.2019 г.)
5. Юрин В. И. Пещерный комплекс Саткинского района. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://toposural.ru/index.php/peshchernye-kompleksy/pksatka> (Дата обращения 25.10.2019 г.)

ВИРТУАЛЬНЫЕ СООБЩЕСТВА КАК НОВЫЙ ТИП ОРГАНИЗАЦИИ В ТРАНСФОРМИРУЮЩЕМСЯ ЦИФРОВОМ ОБЩЕСТВЕ

В статье рассматриваются основные особенности функционирования виртуальных сообществ, сформулированы характеристики данного вида организаций. Приведены основополагающие способы улучшения работы виртуальных сообществ, их возможное эффективное применение в будущем.

Ключевые слова: цифровое общество, контент, социальные сети, современные коммуникации, виртуальная культура, реклама.

The article discusses the main features of the functioning of virtual communities, formulates the characteristics of this type of organization. The fundamental ways of improving the work of virtual communities, their possible effective use in the future are given.

Keywords: digital society, content, social networks, virtual communities, virtual culture, advertising.

*Ефименко Екатерина Ивановна
Самарский государственный экономический университет
E-mail: efimenko_katyrina@mail.ru
Научный руководитель:
Лебедева Людмила Геннадьевна,
старший преподаватель кафедры социологии и психологии,
Самарский государственный экономический университет*

Мы можем наблюдать результаты глобализации и становления цифрового общества повсеместно. Мир становится глобальным, развиваются интернет-технологии и, соответственно, меняется специфика организаций, методов управления [1, с. 544–546]. Все большее значение приобретает принцип самоорганизации людей в группы, к тому же развитие информационных технологий дает возможность людям вести активную социальную жизнь, даже не выходя из дома. В глобальном мире больше не существует привязки социальных сетей и организаций к определенному пространству, «...сети превратились в глобальный координационный центр социальных связей» [2, с. 121–122].

Британский социолог Зигмунт Бауман охарактеризовал состояние современного общества как «текущую современность» [3, с. 55–60]. Современность, которая нуждается в гибких формах руководства, способных оперативно и своевременно подстраиваться под темп стремительных изменений. На сегодняшний день организации эпохи «современности» могут не иметь арендованных площадей, а члены этих организаций и руководители могут никогда не встречаться в реальной жизни, что позволяет создавать оптимальную команду, в которой учитываются только склонности и устремления ее участников, руководители, в свою очередь, получают возможность не ограничиваться определенным городом или даже страной. Пространство и время могут быть фактически аннулированы под действием средств современной коммуникации, так появляются виртуальные организации. Сетевая структура создана сетями производства, образующих культуру виртуальности в глобальных потоках, которые пересекают время и пространство, согласно теории М. Кастельса [4, с. 136–151]. В итоге мы наблюдаем развитие цифровых социальных сетей, которые дают широкие возможности для формирования нового типа организаций.

«Интернет – это избирательная форма коммуникации. Пользователи сети ищут необходимую информацию, деятельность, вид развлечений или что-либо другое, только когда им это нужно и когда позволяет соперничество за их время» [5, с. 24–28]. Для того чтобы полностью разобраться в поставленной теме, дадим определение виртуальному сообществу. Вир-

туальное сообщество – это группы людей, которые объединились и нашли друг друга с помощью глобальной сети интернет для обмена информацией и достижения различных задач. Характеризуется наличием определенной тематики и цели функционирования. Основу составляют подписчики – это рядовые пользователи – и администрация, которая имеет своими главными функциями, координацию действий подписчиков, предоставление им услуг и снабжение сообщества тематическим контентом. Поведение людей в социальной сети, их установки по отношению к ней зависят от того, на какие реакции агента провоцирует его окружение. В отдельно взятом конкретном сообществе это может быть контент определенного содержания или же определенные реакции со стороны администраторов на возникающие в сообществе конфликты между участниками. Именно за этим необходимо следить администрации различных сообществ, которая является, своего рода, представителем виртуальной организации. Стоит отметить, что виртуальные организации не могут существовать без подписчиков. Виртуальные организации становятся все больше и больше, происходит ожесточенная конкуренция за внимание пользователей. Из этого следует важный вывод о том, что в цифровом обществе важно постоянно генерировать и обрабатывать информацию, наблюдать за развитием конкурентов и оценивать, какая информация наиболее актуальна на сегодняшний день и больше всего привлекает подписчиков. В виртуальной организации невозможно продать даже самый качественный товар без активной рекламы, привлечения людей посредством качественного контента.

Для того чтобы организация стабильно развивалась, необходимо достаточное количество человеческих и иных ресурсов, мониторинг процессов и результатов, оценка рисков и возможностей. На основе полученных данных требуется принимать своевременные соответствующие желаемым результатам решения.

Важно, чтобы каждый участник команды, сообщества разделял общие установки организации и видел конкретную цель, к которой вся команда и он, в частности, стремится. Необходимо организовать мероприятия по повышению активности подписчиков, а также следить за своевременным выполнением заказов. Для виртуальной организации не существует других способов сохранения имиджа – никакая реклама не поможет при некачественном предоставлении услуг клиентам.

Благополучный психологический климат в коллективе социального сообщества и в отношении к подписчикам не означает высокую инициативность, однако стимулировать ее в атмосфере взаимного доверия легче, чем в негативной обстановке. Для эффективного функционирования цифрового сообщества необходимо осуществление горизонтальной коммуникации и обмена информацией со средой. Для этого важно проводить постоянные мониторинги, интернет-опросы, выдвигать вопросы с открытой дискуссией как среди администраторов, так и среди подписчиков. Виртуальная организация должна быть максимально открытой к переменам.

Список источников

1. Добренков, В. И., Рахманов А. Б. Социология глобализации: учебное пособие для вузов. – М.: Академический проект, 2017.
2. Лешенко, А. М. Социальные сети как механизм конструирования коммуникации в современном обществе // Вестник Пятигорского государственного университета. – 2018.
3. Бауман, З. Текучая современность. – СПб.: Питер, 2018.
4. Кастельс, М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. – М.: ГУ ВШЭ, 2016.
5. Филлипс, Д. PR в Интернете. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2017.

Ивлев Дмитрий Сергеевич

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕССЕНДЖЕРОВ И ЧАТ-БОТОВ ДЛЯ СОЗДАНИЯ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО ПОКУПАТЕЛЬСКОГО ОПЫТА

В данной статье рассматриваются способы использования мессенджеров и чат-ботов в туристической индустрии. Также описаны варианты развития этого способа взаимодействия с клиентами, проанализированы варианты улучшения покупательского опыта.

Ключевые слова: мессенджер, чат-бот, туризм, покупательский опыт.

This article discusses how to use instant messengers and chat bots in the tourism industry. The development options for this way of interacting with customers are also described, the options for improving the customer experience are analyzed.

Key words: messenger, chat-bot, tourism, shopping experience.

Ивлев Дмитрий Сергеевич

Омский государственный технический университет

E-mail: ivlev.dima.99@gmail.com

Научный руководитель:

Карасев Игорь Евгеньевич,

доцент, кандидат филологических наук

Несмотря на то, что многие потребители по-прежнему предпочитают обращаться в туристические агентства для личных консультаций при бронировании туров, сейчас растет спрос в цифровом мире, что усиливает конкуренцию. В этой статье мы разберемся, как можно получить цифровую консультацию о путешествиях с помощью мессенджеров и чат-ботов. Развивая преданность клиентов, мы должны создать положительный опыт обращения к нам, поэтому нужно использовать инновационные способы и полезные функции мессенджеров.

Будь то WhatsApp, Facebook Messenger, вы можете найти мессенджеры практически на каждом смартфоне во всех возрастных группах. Согласно Facebook, более 50 % пользователей считают, что мессенджеры – это современный способ общения между людьми и бизнесами. В частности, во время путешествий – это приложение чрезвычайно важно, ведь с помощью Wi-Fi вы можете использовать его из любой точки Земли без дополнительной оплаты, что делает мессенджер лучшей альтернативой другим способам связи.

Основным преимуществом турагентств и турагентов является комфортная личная консультация. Это особенно важно для поездок, которые требуют большой организации, например, поездка по миру с множеством остановок в разных странах или групповые поездки. Используя мессенджеры, вы сможете быстро и легко общаться в формате 1 на 1, так вы создаете комфорт для клиента, ведь он может общаться из любого места на любимом канале связи. А благодаря чат-ботам, обеспечивающим поддержку в нерабочее время, вы доступны все 24 часа в неделю.

В отпуске люди редко пользуются своим ноутбуком. Они не хотят проверять электронную почту или звонить по телефону. Вместо этого они отдыхают, лишь время от времени заглядывают в свой смартфон. Связаться с ними через мессенджер – это самая простая форма общения, которая не прервет их отпуск.

Как эффективно внедрять службу поддержки клиентов в мессенджерах.

До отпуска

На этом первом этапе вы можете информировать и направлять своих клиентов с помощью мессенджера.

Консультация по путешествиям

Вы можете консультировать и поддерживать своих клиентов с помощью мессенджеров, пока они выбирают, куда поедут. Вы можете узнать, чего они хотят и ожидают, в быстрой

личной переписке и дать им идеи, помогая с визуальной составляющей, а именно фотографиями и видео. Чат-бот может автоматически собирать информацию о предпочитаемом типе погоды, регионе, типе отпуска, продолжительности поездки и т. д., а также следить за тем, чтобы вы предоставили наиболее подходящую персональную помощь.

Отправить подтверждение бронирования напрямую через WhatsApp

Когда клиент выбрал тур, вы можете отправить подтверждение бронирования через WhatsApp. В настоящее время существует несколько различных типов уведомлений для сценариев обслуживания клиентов. Оповещения варьируются от напоминаний и различных обновлений до информации о процессах оплаты и статусах подтверждений. Клиент должен сначала согласиться получать подобные оповещения. Уведомления WhatsApp также могут быть полезны для получения информации непосредственно перед поездкой, такой как изменения времени полета, информация о начале посадки и т. д.

Следующие уведомления WhatsApp чаще всего используются для туризма.

Важные обновления – информация о времени регистрации, смене посадочных входов и т. д.

Обновление встречи – назначьте встречи для консультации в путешествии в агентстве или удаленно через WhatsApp.

Обновление билетов – напоминания о поездках, которые вы уже забронировали.

Обновление транспорта – изменение статуса рейса, задержек и т. д.

Польза от чат-бота.

Ваш клиент выбрал поездку и забронировал ее, но не знает, как подготовиться. Чтобы помочь ему эффективно подготовиться к поездке, вы можете настроить чат-бота для ответа на наиболее часто задаваемые вопросы (Нужна ли мне виза для въезда в страну? Нужна ли мне вакцинация?).

Во время отпуска

Клиенты прибыли в пункт назначения и им снова нужны идеи и информация о том, что они должны делать сейчас. Вы можете сделать поездку проще и приятнее для клиентов, отправляя им вдохновляющие места и интересные события, чтобы помочь им отдохнуть.

Вдохновение через чат с поддержкой чат-бота

Что нужно знать вашим клиентам о языке, еде, экскурсиях, культуре, обычаях и т. д.? По прибытии вы можете дать своим клиентам советы о том, как максимально использовать отпуск. Вы можете использовать мессенджеры, чтобы предоставлять своим клиентам информацию в реальном времени о том, что им нужно делать. Чат-бот также может ответить на наиболее часто задаваемые вопросы о месте назначения и окрестностях.

Отправить эксклюзивные возможности через WhatsApp

Сочетание закрытой личной консультации и удобства мессенджера показывает, как ориентированная на клиента чат-консультация может быть использована в туризме. Ваш клиент может получить индивидуальные предложения. Например, если ваш клиент планирует поездку на автомобиле в какой-то крупный город, вы можете порекомендовать подходящую услугу проката автомобилей или порекомендовать специальный ресторан в городе.

После отпуска

Ваши клиенты приходят домой отдохнувшими, расслабленными и довольными своей поездкой. Это идеальный момент, чтобы предложить несколько новых идей клиенту для своих следующих поездок или предложить акции для отелей, мероприятий и т. д.

Перекрестные продажи и распродажи с личной консультацией

Во-первых, важно измерить уровень удовлетворенности ваших клиентов, собирая отзывы об их поездке. Вы можете сделать это быстрым, стандартизированным способом с помощью чат-бота. А также чат-бот может передать вам последние сообщения с клиентом, и вы сможете использовать эти результаты, чтобы предоставить некоторые идеи для следующей поездки, начиная со следующего цикла продаж. Вы можете отправить персональные рекомендации по путешествию и сделать специальное предложение. Так у вас появится возмож-

ность делать перекрестные продажи, рекомендуя подходящие отели, мероприятия, путеводители и многое другое.

Список источников

1. Chatbot: Travel Assistant (demo) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=3YdH8EсjqUc> – (Дата обращения: 14.10.2019).
2. Chatbot: Travel Consultant (Demo) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=3YdH8EсjqUc> – (Дата обращения: 14.10.2019).
3. Chatbot [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://en.wikipedia.org/wiki/Chatbot> – (Дата обращения: 14.10.2019).
4. Why Messaging Businesses is the New Normal [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.facebook.com/business/news/insights/why-messaging-businesses-is-the-new-normal#> – (Дата обращения: 14.10.2019).

СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ

Данная статья посвящена анализу цифровизации экономических систем, а также их дальнейшему развитию.

Ключевые слова: цифровизация, экономическая система, статистика, анализ.

This article is devoted to the analysis of digitalization of economic systems, as well as their further development.

Key words: digitalization, economic system, statistics, analysis.

*Молодцова Александра Сергеевна
ФГБОУ ВО «Омский государственный технический университет»
E-mail: Molodtsova98@inbox.ru
Научный руководитель:
Карасев Игорь Евгеньевич,
доцент, кандидат филологических наук*

Информационные технологии играют значительную роль в экономике и обществе, изменяя сложившийся экономический уклад и образ жизни людей. В исследовании Глобального института McKinsey (MGI) отмечается, что в 2017 году каждый второй житель Земли подключился к Интернету. Цифровая экономика стремительно развивается, ее рост опережает другие отрасли. При росте ВВП страны с 2011 по 2015 год на 7 %, объем цифровой экономики увеличился за тот же период на 59 % [6]. По данным исследования «Экономика Рунета», проводимого ежегодно РАЭК, вклад цифровой экономики в экономику России в 2018 году составил 5,1 % ВВП, ее рост в среднем составляет 10–15 % в год [4]. Цифровизация – один из главных факторов мирового экономического роста. По оценкам Глобального института McKinsey, в Китае до 22 % увеличение ВВП к 2025 году может произойти за счет интернет-технологий. В США ожидаемый прирост стоимости, создаваемый цифровыми технологиями, может составить к 2025 году 1,6–2,2 трлн долл. США. Потенциальный экономический эффект от цифровизации экономики России увеличит ВВП страны к 2025 году на 4,1–8,9 трлн руб. (в ценах 2015 года), что составит от 19 до 34 % общего ожидаемого роста ВВП. По оценкам экспертов, цифровизация позволит оптимизировать производственные и логистические операции, повысить эффективность рынка труда, производительность оборудования, эффективность НИОКР, снизить расход ресурсов и производственных потерь. Цифровизация становится необходимым фактором конкурентоспособности. Коэффициент цифровизации (Digital Quotient), содержащий сравнительную оценку компаний по четырем признакам – стратегия, цифровая культура, компетенции, организационная модель – показывает, что предприятия, активнее внедряющие цифровые решения, как правило, демонстрируют более высокие финансовые результаты [6]. Цифровые технологии меняют облик целых отраслей, мы это уже видим на примере туризма, перевозки людей, розничной торговли. По результатам прошлого года наиболее высокую динамику показал рынок электронной коммерции. В 2018 году рынок электронной торговли России составил 13,54 млрд долларов. Из них 10,3 млрд составили внутрисоссийские продажи, а 3,24 млрд – кроссбордер. Количество заказов увеличилось на 22 % относительно 2017 года и составило 589,6 млн заказов [1]. Однако доля e-коммерции в общем объеме розничной торговли (включая продовольственные и непродовольственные товары) составила по итогам 2018 года всего 3 % и 5,75 % без учета продовольственных товаров. Несмотря на положительную динамику развития, рынок электронной коммерции в России значительно уступает зарубежным рынкам. Объемы B2C интернет-торговли по итогам 2017 года составили: в США – 440 млрд долл., в Китае – 680 млрд долл., в Великобритании – 220 млрд долл., в Индии – 37,6 млрд долл. Развитие цифровых технологий приводит и к существенным изменениям в

сфере туризма. В 2015 доля мобильных продаж туристических услуг составила 23 % от всех онлайн-продаж, которые, в свою очередь, составили 37 % от общего объема продаж туристических услуг. До 2020 года прогнозируется среднегодовой рост онлайн-продаж и мобильных продаж на 8 % и 21 % соответственно. Среди категорий туристических услуг по стоимости совершенных сделок лидирует сегмент «Проживание», далее – «Авиаперелеты». В 2015 году объем онлайн-продаж в сфере путешествий и туризма для граждан России увеличился на 24 % в текущей стоимости, достигнув значения в 454 млрд руб. До 2020 года прогнозируется среднегодовой темп роста в 12 % [5]. Растет количество бронирований (более 15 %) через мобильные устройства. Еще одна тенденция – рост количества туристов, начинающих бронировать поездки самостоятельно. Это обусловлено, прежде всего, развитием технологий, появлением удобных сервисов по бронированию отелей и ростом доверия к покупкам онлайн. Этому также способствовали банкротства туроператоров. По данным исследования НАФИ (2016) 34 % респондентов организовывали свой отпуск самостоятельно и только 11 % обращались к туроператору (от всех опрошенных, с учетом тех, кто не покидал своего места жительства и отдыхал на даче). Причем в возрасте до 34 лет почти половина опрошенных (45 %) предпочитает организовывать отдых самостоятельно. В возрастной группе 60 лет и старше самостоятельно организовывали отдых только 21 % [5]. В перспективе это приведет к значительному сокращению спроса на услуги турагентств и существенным изменениям в отрасли. Туристическим компаниям придется задуматься над изменением формата предоставления услуг и уходить от традиционного предложения турпакетов. Глобальные изменения происходят еще в одной сфере – сфере финансовых услуг. Мобильность становится доминирующим трендом, клиенты хотят иметь доступ к услугам 24 часа 365 дней в году из любой точки мира. Банки эволюционируют в сторону дистанционной модели [6]. По проникновению дистанционного банковского обслуживания Россия все еще отстает от наиболее развитых рынков, но показывает высокую динамику, сокращая отставание. Так, по данным ЦБ РФ, в России доля граждан, использующих интернет-банкинг или мобильный банкинг, выросла в 2018 году по сравнению с 2017 годом с 31,5 % до 45,1 % [3]. При этом мобильный банкинг развивается быстрее интернет-банкинга. Для взаимодействия с клиентами и продвижения своих продуктов и услуг банки традиционно используют собственные сайты. Но ситуация меняется. Тенденцией последнего времени стало создание маркет-плейс – специальных платформ-агрегаторов, на которых клиенты могут выбирать разных поставщиков товаров и услуг. В Европе уже появились подобные проекты. Например, Raisin – европейский маркет-плейс банковских депозитов. Он дает возможность открыть депозит в любом банке ЕС. По данным на 2017 год платформой воспользовались более 75000 клиентов [2, стр. 118]. В России роль маркетплейса банковских депозитов играет портал «Банки.ру», где есть раздел «Специальные предложения для посетителей Банки.ру». Портал, изначально создававшийся как информационный агрегатор, трансформировался в площадку по продаже банковских продуктов. На роль организаторов подобных платформ претендуют и мобильные операторы. О планах создания подобного супермаркета объявил Теле2. Собственные платформы создают и сами банки. Банк «Тинькофф» создал маркетплейс по продаже ипотечных кредитов. Партнерами выступают «Дельта Кредит Банк», «Абсолют Банк», «Дом РФ», «ЮниКредит Банк», «Металлинвестбанк», «Уралсиб Банк», «Банк Жилищного Финансирования», «Восточный», «СМП Банк». Банки начали развивать сотрудничество с партнерами, превращая свои сайты и офисы в маркетплейсы по продаже партнерских небанковских продуктов. Например, банк «Тинькофф» предлагает приобрести страховые продукты, туристические услуги (купить билеты и забронировать отель). Банки начали инвестировать и в непрофильные проекты, не нацеленные на продажу финансовых продуктов. В конце октября 2018 года заработал новый совместный проект Яндекса и Сбербанка – маркетплейс «Беру», где продаются более 100000 товаров различных категорий. В октябре 2018 года на форуме инновационных финансовых технологий Finopolis в Сочи Московская биржа и ряд коммерческих банков – «Тинькофф Банк», АКБ «АК БАРС», банк «Зенит», «Газпромбанк», банк «Открытие», «Промсвязьбанк», «Почта Банк», «Росбанк», «Россельхозбанк», «Связь-банк», «СКБ-Банк», «Совкомбанк», банк «Уралсиб», КБ «Центр-инвест», «Экспобанк» – подписали мемо-

рандум о сотрудничестве, целью которого является совместное развитие проекта «Маркетплейс». Инициатором создания маркетплейса в 2017 году выступил «Банк России» совместно с участниками рынка. Проект предоставит физическим лицам, находящимся в любой точке мира, возможность сравнивать и выбирать предложения российских банков, брокерских, управляющих и страховых компаний и дистанционно их приобретать. В качестве еще одного тренда цифровых банковских технологий специалисты выделяют развитие биометрических систем безопасности. Они позволяют автоматически распознавать человека по его предварительно зарегистрированным физиологическим или поведенческим характеристикам, например, голосу, цифровому изображению лица (3D и 2D), отпечатку пальца или изображению радужной оболочки глаза. В банковской сфере биометрические системы могут решать различные задачи, однако основное направление использования биометрических систем – это возможность идентификации клиента, что открывает новые возможности в развитии дистанционного обслуживания. За рубежом биометрические технологии уже начали использоваться несколько лет назад. Так, в Испании биометрические платежные системы начали устанавливать еще в 2012 году. Британский банк First Direct начал применять биометрию в обслуживании клиентов с марта 2016 года. О своих планах по внедрению биометрии еще в 2017 году заявляли «ВТБ24», «СМП Банк», «Росбанк», «Ситибанк», «Ак Барс» и «Бинбанк». С 1 июля 2018 года в России начала работать Единая биометрическая система. Система создана по инициативе Центрального банка Российской Федерации и Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации. Разработчиком и оператором Единой биометрической системы выступает «Ростелеком». Система построена на принципе мультимодальности, т. е. обрабатывается сразу две биометрии – голос и лицо. Уже начался сбор и передача данных. Сейчас биометрические технологии используются главным образом для обеспечения безопасности, но в перспективе возможно их применение при проведении социологических исследований, таргетирования рекламы, оптимизации транспортных потоков и улучшения городской среды. Еще одним результатом развития IT-технологий стало появление финтех-компаний, предлагающих потребителям новые финансовые сервисы и составляющие конкуренцию традиционным финансовым посредникам. Финтех-стартапы имеют серьезное преимущество перед банками по скорости, мобильности и инновационности. Банкам, чтобы не исчезнуть, придется становиться более гибкими и трансформироваться в высокотехнологичные компании. В заключении отметим, что цифровые технологии приводят к существенным изменениям во многих отраслях, и эти изменения в будущем будут только нарастать.

Список источников

1. Бахарев И. Российский рынок в 2018 году: данные НАДТ. [Электронный ресурс]:- Режим доступа: <https://e-pepper.ru/news/rossiyskiy-rynok-v-2018-godu-dannye-nadt.html> (дата обращения: 23.10.2019)
2. Маркетплейсы для банков: первые шаги // Инвест-Форсайт: Лучшие инвестиционные и финансовые кейсы /под ред. А. С. Генкина, С. С. Никулина, К. Г. Фрумкинна. – Москва: Издательские решения, 2017. – 242 с.
3. Новости. [Электронный ресурс]:- Режим доступа: <https://www.plusworld.ru/daily/digital-banking/dolya-ispolzuyushhih-mobilnyj-i-internet-banking-rossiyan-vyroslo-do-45/> (дата обращения: 23.10.2019)
4. Официальный сайт РАЭК [Электронный ресурс]:- Режим доступа: <https://mobile2017.raec.ru/assets/> (дата обращения: 23.10.2019)
5. Рынок туристических услуг социология. Статистика. Публикации. Отраслевые обзоры. Январь 2017. [Электронный ресурс]:- Режим доступа: https://www.marketing.spb.ru/mr/travel/tourism_industry.pdf (дата обращения: 23.10.2019)
6. Цифровая Россия: новая реальность. Отчет консалтинговой компании McKinsey [Электронный ресурс]:- Режим доступа: <http://www.tadviser.ru/images/c/c2/Digital-Russia-report.pdf> (дата обращения: 23.10.2019)

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВИЗАЦИИ В БИЗНЕСЕ

В статье затрагивается тема тенденций развития цифровизации в бизнесе, проанализированы концепции 5 ключевых направлений в цифровой эпохе. В заключении раскрывается базисная предпосылка расширения цифрового раздела экономики, а также определены четыре ее тренда.

Ключевые слова: постцифровая эра, тенденции, бизнес, цифровая экономика.

The article touches on the topic of digitalization development trends in business. The article analyzes the concepts of 5 key areas in the digital era. In conclusion, the basic premise of expanding the digital section of the economy is revealed, and four trends in the digital economy are identified.

Keywords: post-digital era, trends, business, digital economy.

Путро Кристина Александровна

ФГБОУ ВО «Омский государственный технический университет»

E-mail: crystal_04@mail.ru

Научный руководитель:

Карасев Игорь Евгеньевич,

доцент, кандидат филологических наук

Цифровая модификация – это комплексный процесс, который затрагивает бизнес-модель фирмы. Он позволяет организовать бизнес с точки зрения ценности. Для лидеров бизнеса – это прибыль, для потребителя – конкурентное преимущество, по причине которого они выбирают продукт или услугу. Цифровая база позволяет быстро приспосабливаться к потребностям покупателей, генерировать выручку в условиях нескончаемых изменений и масштабировать бизнес. Ключевой момент успеха в данном деле – цифровой продукт. Пять тенденций постцифровой эры, принимая во внимание которые бизнесмену станет проще приспособить свой личный бизнес к будущему.

1. Восприятие специфичности РИРК

Дабы обратить на себя внимание в условиях конкуренции в постцифровую эру, фирмы обязаны будут овладеть новым комплектом перспективных технологий. Главным набором новых технологий считается РИРК. Это аббревиатура, включающая в себя четыре направленности: технологии распределенных реестров (Р), искусственного интеллекта (И), расширенной реальности (Р) и квантовых вычислений (К). Чтобы оказаться на гребне следующей волны инноваций и становления, бизнесу нужно овладеть РИРК как группой новейших технологий. Но уже сегодня отдельные технологии РИРК меняют ситуацию во всевозможных секторах экономики:

- искусственный интеллект играет главнейшую роль в оптимизации процессов и воздействует на принятие стратегических решений;
- расширенная реальность, разработка погружения дают людям абсолютно новые возможности в плане ощущений и взаимодействия с находящимся вокруг миром;
- распределенные реестры, наверное, более всего популярны в контексте криптовалют, однако они расширяют сетевые возможности, устраняя необходимость в посредниках.

Разработка же квантовых вычислений, исключительно экспериментальная из комплекта РИРК, откроет новые подходы к решению самых трудных вычислительных задач. Как показала история, взаимопроникновение аналогичных наборов технологий в течение короткого периода времени имеет возможность вызывать серьезные преобразования, в ходе которых изменяется вид целых секторов экономики.

2. Близкое знакомство с покупателями

Технологии, которые избирают покупатели, входят в их жизнь и становятся частью идентичности. При помощи инноваций фирмы смогли применить данную цифровую идентичность, чтобы выработать основательное понимание собственной целевой аудитории. В

постцифровую эру у бизнеса станут постоянные, персонализированные отношения с отдельными покупателями с учетом их оригинальной технологической идентичности. Данная возможность подразумевает огромную ответственность, но взамен выделяет систематическое понимание потребностей клиентов, обязательное для лидерства в постцифровом мире.

А. Перемена отношений на партнерские

В грядущую постцифровую эру для фирм формируется петля обратной связи: каждое действие покупателя (как в работе, так и, например, в личной жизни) становится источником информации о его будущих потребностях. Это может помочь фирмам образовать постоянно обновляемую базу знаний о покупателях, применяя которую возможно отыскивать с ними точки соприкосновения. Теперь цель фирм состоит в том, чтобы стать неизменным и надежным партнером в жизни клиентов. Зная, какие технологии люди избирают и как они их используют, определенные компании, аналогично самим технологиям, имеют все шансы укорениться в жизни человека и давать то, что ему действительно нужно.

С. Установление доверия

По мере исследования возможностей индивидуализации фирмам будет необходимо встретиться с новыми вызовами и проблемами, к примеру с тем, что временами покупатели желают увеличивать степень присутствия технологий в своей жизни, а порой – нет. То же самое относится и к уровню индивидуализации. Есть граница между «полезным» и «отталкивающим», и, более того, она варьируется для любого отдельного человека. В случае если фирмы хотят развивать персонализированные отношения с покупателями, они обязаны чувствовать этот тонкий и непрерывно меняющийся баланс между персонализацией и конфиденциальностью.

Д. Переосмысливание отношений

Интеграция нового опыта в жизнь покупателей настоятельно просит постоянного и основательного понимания их потребностей. Это понимание выстраивается на прочной базе доверия, которую фирмы обязаны поддерживать в рамках всякого взаимодействия с покупателем. И те, кто уже сейчас начал улаживать данную проблему, достигнут новой ступени постоянного понимания клиента, которое незаменимо для лидерства в постцифровом мире.

3. Расширение потенциальности для сотрудника

Нынешние работники имеют все шансы применить новейшие технологии, чтобы переосмыслить собственные текущие роли и найти новые инновационные методы изменяться и преуспевать в постцифровую эру. Проблема в том, что фирмы все еще набирают, нанимают и управляют персоналом образца минувших лет. Чтобы достичь успеха в новую эпоху, нужно организовать на рабочем пространстве культуру нескончаемого обучения. Чтобы идти в ногу со временем, нужно переосмыслить способы найма и обучения персонала и использовать подходы, которые лучше соотносятся с гибкостью «цифровизированных людей». К примеру, поиск скрытых талантов уже имеющихся работников и обеспечение рационального распределения текущего персонала по новым должностям. С увеличением мобильности работников знания и способности распределяются все больше, вследствие чего фирмы адаптируют технологические стратегии так, чтобы управление познаниями соответствовало эре «цифровизированных людей».

4. Защитить всех, дабы обезопасить себя

В передовых цифровых экосистемах, присоединенных к интернету, кибератаки имеют все шансы достичь беспрецедентных масштабов. Все большая часть физического мира попадает под цифровое управление, вследствие этого потенциально опасные результаты данных атак станут постоянно возрастать. Нынешний подход к защищенности фирмы означает отход от мышления по принципу «моя фирма – прежде всего». Образующаяся сегодня опасность требует совместных действий. Чем раньше компании начнут реализовывать партнерства по безопасности, отражающие их роль в общей экосистеме, тем скорее они начнут организовывать более устойчивый бизнес. В мире, построенном на экосистемах, безопасность более не рассматривается как оборона одной организации – она касается всех.

5. Рынки мгновенного действия

Увеличение «рынков мгновенного действия» означает, что каждый отдельный отрезок времени – это шанс дать новый продукт или же предложение по требованию определенного покупателя. А когда фирмы уже готовы, допустим, поставлять продукты в необходимый момент, они могут приспособить собственные способы детализированного прогнозирования спроса так, чтобы заглядывать все дальше в будущее. Грядущая задача – научиться предвосхищать крупные рыночные тенденции, чтобы получать необходимый запас времени для разработки новых стратегий [1].

Компании, которые используют технологическую стратегию для удовлетворения растущих ожиданий клиентов, в будущем окажутся далеко впереди конкурентов. Их продукция будет оставаться актуальной в условиях постоянно меняющихся потребностей клиентов, партнеров или сотрудников. Именно это позволит им выделиться в постцифровую эпоху растущих ожиданий.

Тема цифрового сегмента экономики стала актуальной в силу произошедших качественных изменений в экономике и обществе. Само понятие «цифровизация» свидетельствует о новой стадии совершенствования управления производством товаров и услуг и самого производства.

Базисной предпосылкой расширения цифрового раздела экономики считается подъем трансакционного сектора, который в развитых странах составляет выше 70 % национального ВВП. К данному сектору относят: государственное управление, консалтинг и информационный сервис, финансы, оптовую и розничную торговлю, а также предоставление всевозможных коммунальных, персональных и социальных услуг. Чем больше уровень диверсификации и динамики экономики, тем больший объем уникальных данных циркулирует внутри государства и вне ее, в соответствии с этим тем более информационного трафика порождается внутри национальных экономик. Вследствие этого цифровая экономика более действенно функционирует на рынках с большим количеством участников и высочайшим уровнем проникновения ИКТ-услуг.

В технологичном аспекте цифровую экономику определяют четыре тренда: мобильные технологии, бизнес-аналитика, облачные вычисления и социальные медиа; в глобальном плане – социальные сети, такие как Facebook, YouTube, Twitter, LinkedIn, Instagram и пр. Это означает, что при формировании национального сегмента важно использовать их возможности [2, стр. 583]. Хочется также отметить, что многие эксперты в области цифровизации бизнеса солидарны во мнении, что она не является способом замены человеческого труда, скорее выступает вспомогательным инструментом, работающим на повышение эффективности. Процесс оцифровки может избавить людей от выполнения рутинной работы и создать новые рабочие места и формы занятости [3].

С наступлением цифрового века и бизнес начинает стремительно меняться. Для того чтобы остаться на плаву и сделать лучше бизнес-показатели, организациям необходимо интегрировать «оцифровку» в свою структуру. Организовывать это лучше поэтапно, но и не затягивая процесс. На первых шагах актуально оснащение организации цифровой инфраструктурой и запуск пилотных проектов, которые могут привести к масштабной трансформации бизнеса. На следующих этапах надо сформировать стратегию цифровизации с учетом будущей бизнес-модели компании в цифровом мире. Такой комплекс мер позволит компании стать более гибкой и эффективной.

Список источников

1. Савина, Т.Н. Цифровая экономика как новая парадигма развития: вызовы, возможности и перспективы / Т. Н. Савина // Финансы и кредит. – 2018. – Т. 24, № 3. – С. 583.
2. РБК Тренды: Взгляд на будущее бизнеса: 5 тенденций постцифровой эпохи. [Электронный ресурс]:- Режим доступа <https://www.rbc.ru/trends/innovation/5d67989d9a7947b5e4d5ad0b> (Дата обращения 13.10.2019 г.)
3. InvestLab: Что говорят эксперты о цифровизации и ее важности – 2019. – августа [Электронный ресурс]:- Режим доступа: <https://invlab.ru/tehnologii/cifrovizaciya-biznesa/> (Дата обращения 13.10.2019 г.)

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что цифровая экономика в сельском хозяйстве – это настоящее и будущее АПК как региона, так и страны в целом. Рассмотрено современное состояние уровня цифровизации в аграрном секторе, выявлены основные сдерживающие составляющие. Определены возможные риски и предложены направления решения проблем.

Ключевые слова: агропромышленный комплекс (АПК), сельское хозяйство, цифровая экономика, цифровизация, цифровые ресурсы.

The relevance of the research topic is due to the fact that the digital economy in agriculture is the present and future of agriculture in the region and the country as a whole. The current state of the level of digitalization in the agricultural sector is considered, the main constraining components are identified. Possible risks are identified and directions of problem solving are proposed.

Keywords: agro-industrial complex (AIC), agriculture, digital economy, digitalization, digital resources.

*Рыченкова Мария Владимировна
Брянский государственный инженерно-технологический университет
E-mail: 32bgita@mail.ru
Научный руководитель:
Родина Тамара Егоровна,
кандидат экономических наук, доцент*

Телекоммуникационные, информативные, а также цифровые ресурсы приобрели обширное продвижение на территории Российской Федерации. В различных сферах жизни общества цифровизация весьма функциональна. Отличительной чертой цифровой экономики считается ведение хозяйственной деятельности с хранением данных в электронном виде. Постоянная, непрерывная обработка данных в больших объемах – это возможность извлекать конкретные и точные аналитические сводки, составляющие базу для оптимизации бизнес-процессов.

Современное формирование агрария Российской Федерации в сложившихся условиях достигло высокого уровня и стабильного, устойчивого роста. Достижения цифровой экономики – это новый толчок для развития АПК как страны, так и региона в целом.

В целях интенсивного внедрения цифровых технологий и платформенных решений в агропромышленный комплекс России Минсельхоз реализует ведомственный проект «Цифровое сельское хозяйство», предназначенный на 2019–2024 гг.

В течение года при реализации плана на 2019–2024 гг. Минсельхоз России планирует запустить интеллектуальную концепцию «СМАРТ-контракт» с целью оформления контрактов с получателями грантов [3, стр. 101].

Кроме того, планируется повсеместное внедрение отечественных интегрированных цифровых сельскохозяйственных решений. Среди них наибольшую популярность получили «Умная теплица», «Умная ферма», «Умное поле», «Умное стадо», «Умный агроофис». Ранее уже более 35 регионов Российской Федерации активно участвовали в проекте Минсельхоза «Цифровое сельское хозяйство».

На сегодняшний день существует эффективный навык исследования, дальнейшего использования различных электронных платформ, систем и сервисов, к примеру ГИС ЖКХ, РЕФОРМА ЖКХ (в сфере жилищно-коммунального хозяйства), ЕМИАС (здравоохранение), ГОСУСЛУГИ (предоставление государственных услуг), ЕИС (осуществление закупок) и др.

Таким образом, наличие подобных программных продуктов пользуется популярностью среди общества и эффективно сказывается на осуществлении функций органами государ-

ственной власти, что позволяет оптимизировать работу, а также открывает доступ к необходимой информации, следовательно, цифровые технологические процессы охватывают большую часть сфер жизнедеятельности страны.

Инновационные технологии развития аграрного сектора предполагают, что будут использованы информационно-коммуникационные способы.

Агросектор на современном этапе развивается в условиях давления ряда негативных факторов:

- перепроизводство – в развитых странах на продовольственных рынках;
- нехватка продуктов питания – в развивающихся странах;
- экологически чистое производство сельскохозяйственной продукции сочетается с массовым выращиванием продуктов с применением ГМО-технологий;
- повышение спроса на экологичную продукцию – рост числа приверженцев здорового питания;
- неравномерность перехода на информационное управление развитием АПК в разных странах становится причиной возникновения нечестной конкуренции на глобальных рынках и дискриминации мелких товаропроизводителей.

Для аграрных цифровых экосистем ключевыми и взаимодополняющими могут стать две платформы: «Технологии пищевой и перерабатывающей промышленности АПК – продукты здорового питания» и «Евразийская сельскохозяйственная технологическая платформа». Кроме того, могут быть применены и другие дополняющие технологии – «Космические и геоинформационные технологии – продукты глобальной конкурентоспособности», «Евразийская суперкомпьютерная технологическая платформа», «Фотоника» и другие.

На сегодняшний день уже в некоторых российских агрокомплексах вполне успешно применяются новейшие технологические процессы ведения хозяйства, которые никак не уступают иностранным. В Брянской области, к примеру, успешно внедряются последние технологии. О них и говорили на международной агровыставке «День Брянского поля – 2019» и на VIII Славянском международном экономическом форуме. Стоит отметить, что многие из новинок представляет ФГБОУ ВО «Брянский государственный аграрный университет», который находится в с. Кокино Выгоничского района.

Московская область применяет реконструкцию ферм с внедрением новейших технологий содержания, кормления и доения животных, а также внедрение энергосберегающего сельского хозяйства. Благодаря высоким технологиям стало возможным свободное содержание жилья крупного рогатого скота. Отдельные хозяйства (Краснодарского края, Татарстана, Белгородской, Ростовской, Курской, Липецкой и других областей) значительно преуспели в так называемом беспашотном земледелии, построив животноводческие комплексы самого высокого уровня.

Агропромышленный комплекс нуждается в стабильной поддержке государства, а также в обеспечении молодыми кадрами. Кроме того, существует потребность в экономической и правовой базе, определяющей полномочия, обязанности персонала.

В последние годы был принят закон об органическом сельском хозяйстве, который предоставляет фермерам прекрасные возможности не только работать на внутреннем рынке, но и завоевывать зарубежных потребителей.

По данным консалтинговой компании Deloitte, только 30 % отечественных аграрных компаний оценивают перспективы сектора в 2020 году как положительные. В результате индекс «Перспективы АПК» снизился с 0,17 до 0,10. Таким образом, снижение произошло на 0,7.

Правительство Российской Федерации обновило государственную программу развития сельского хозяйства, пролонгировав ее вплоть до 2025 года [2]. Общий бюджет в новой версии программы увеличился примерно в четыре раза – с 2,2 трлн рублей до 8,2 трлн рублей. Существенно увеличились ассигнования в отчетном, 2019 году (с 297 млрд рублей до 793 млрд рублей, представляющие поступления из бюджетов различных уровней). В 2021–2025 годах объем финансирования государственной программы составит 4,2 трлн рублей, в том числе 2,33 трлн рублей представлены средствами из федерального бюджета.

Примером развития цифровой экономики в сельском хозяйстве является агрокомбинат «Кубань». На комбинате в рамках программы «Электроника сельского хозяйства» была осуществлена интеграция знаний различных ИУС организации (в режиме offline).

В Брянской области благополучно внедряются новые технологические процессы. Нужно отметить то, что многие из новинок представляет ФГБОУ ВО «Брянский аграрный университет», который находится в с. Кокино Выгоничского района.

Развитие информационных концепций и компьютеризация открывают новые возможности за счет повышения качества и производительности труда. Важную роль играют предприятия по производству сельскохозяйственной и специальной техники. Например, ЗАО СП «БРЯНСКСЕЛЬМАШ» Брянской области.

В 2018 году структура производства в хозяйствах всех категорий представлена следующим образом (рис.).

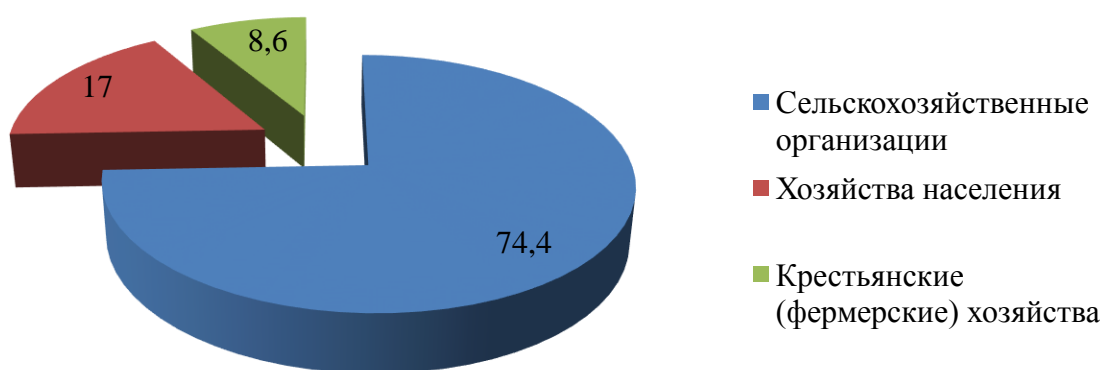


Рисунок – Структура производства продукции сельского хозяйства Брянской области по категориям хозяйства за 2018 год (в фактически действовавших ценах; в % от хозяйств всех категорий) [1, стр. 80]

Таким образом, 17,0 процента продукции произведено личными хозяйствами населения; 74,4 процента – сельхозорганизациями и 8,6 процента – фермерскими хозяйствами. На основании рисунка можно сделать вывод о том, что наибольшую долю имеют сельскохозяйственные организации.

Сельскохозяйственная техника многих Брянских предприятий оснащена высокоточными приборами, к примеру, бортовые компьютеры могут помочь с пахотой, ухаживать за культурами и убирать урожай. Однако внедрение технологий только лишь в начале пути: возможности применения «цифры» в регионе огромны. В брянском АПК применяются цифровые экосистемы, а именно используются спутниковые технологии в полевых работах, а также формируется информационная система племенного животноводства методом чипирования.

Особое внимание в Брянской области уделяют отраслям: картофелеводство и овощеводство. В регионе применяют последние достижения российской науки. Одним из них стало точное земледелие – это система, базирующаяся на использовании комплекса спутниковых и компьютерных технологий.

Благодаря технологическим процессам региональный АПК в минувшие годы занимает лидирующие позиции. Таким образом, Брянская область находится на 9-м месте в РФ по производству мяса всех видов. Особую роль на территории Брянской области играет АПХ «Мираторг», компания занимает большую производственную часть в выращивании крупнорогатого скота, производитель и поставщик мяса на российском рынке, ежегодно увеличивающий объем выпускаемой продукции. В 2018 году холдинг произвел 114 тыс. тонн мяса птицы и 423 тыс. тонн свинины, 108 тыс. тонн говядины. Объемы производства говядины с 2015 года выросли почти в 3 раза.

Цифровизация бизнес-процессов даст возможность российскому АПК перейти на новый этап развития и обеспечит его конкурентными преимуществами. Кроме того, в отрасли активизировалась деятельность, направленная на масштабное практическое внедрение цифровых технологий и ускорение модернизации, развитие отечественной селекции и семеноводства.

Список источников

1. Брянская область в цифрах. 2018: Крат. стат. сб. / Брянкстат. Брянск, 2018. 180с.
2. Правительство Брянской области. Официальный сайт [Электронный ресурс] URL: <http://www.bryanskobl.ru/> (дата обращения: 03.11.2019).
3. Савельев А.И. Некоторые правовые аспекты использования смарт-контрактов и блокчейн-технологий по российскому праву // Закон. 2017. № 5. С. 94 -117.

Семенова Дарья Федоровна

«ЧЕЛОВЕК+» КАК СУБЪЕКТ ЦИФРОВОЙ ЭПОХИ

В статье рассматриваются и систематизируются ключевые компетенции сотрудников будущего, необходимые для успешной работы в эпоху цифровизации. Также приводится пример стратегии превращения персонала в «людей+».

Ключевые слова: цифровая эпоха, сотрудник будущего, компетенции, работа.

In this article main competencies of future employees are considered and systematized. They are necessary for successful working in the digital age. Also, we include strategy example for turning employees into “people +”.

Key words: digital age, future employee, competencies, work.

Семенова Дарья Федоровна

Омский государственный технический университет

E-mail: Dsh_26@mail.ru

Научный руководитель:

Карасев Игорь Евгеньевич,

кандидат наук, доцент

Внедрение цифровых технологий – один из наиболее важных аспектов развития экономики в современном мире, так как это может обеспечить значительное конкурентное преимущество любой компании. Однако цифровизация затронет не только технику, как принято считать, но и людей, работающих во многих сферах.

«Люди+» – перспектива трансформации работников в цифровой эпохе. В понятие «человек+» вкладывается образ идеального продуктивного сотрудника, знания которого подкреплены технологическими возможностями современности. Такой сотрудник стремится расти, создавая культуру непрерывного обучения, повышения качества работы и «прокачивая» уже имеющиеся навыки.

Безусловно, для того, чтобы стать «человеком+», потенциальному претенденту нужно обладать некоторыми обязательными качествами, соответствующими званию сотрудника будущего. Одним из таких является умение «кастомизировать», т. е. подстраивать и изменять рабочую среду под свои нужды [2]. Под этим подразумевается, например, выбор исключительно интересных работнику проектов, что повлечет за собой более усердную работу над ними и, как следствие, станет толчком в развитии компании в целом.

Следующее, что необходимо отметить, – наличие лидерских качеств. Эта черта всегда была значимой, но в данной ситуации она обретает особую ценность. Генерирование идей и умение качественно донести их до коллег, взаимодействуя и направляя весь коллектив, – вот, что требуется от достойного лидера в эпоху цифровизации.

Отталкиваясь от этого, закономерно будет упомянуть такое качество, как обмен информацией. Принцип «обмен знаниями – это сила» должен быть одним из столпов, на котором зиждется работа сотрудника в компании, так как доказано, что большего успеха достигает тот, кто делится идеями и стремится к коллективным действиям, если это касается решения поставленных задач.

Также «люди+» должны владеть новыми методами работы и коммуникаций [2]. Так, например, связь с коллегами или управляющими по электронной почте в современном мире несколько устарела, и этот способ постепенно вытесняют другие платформы, такие как WhatsApp и Viber (для более быстрого обмена сообщениями), Skype и различные сервисы для проведения вебинаров (семинаров в прямом эфире). Предпочтение в данном случае отдается платформам, где связь осуществляется непосредственно по видео, в реальном време-

ни, потому что таким образом сотрудники смогут качественно и продуктивно работать над одним проектом в коллективном режиме.

Нельзя не отметить, что в цифровую эпоху все меньше организаций привязаны к материальным офисам [2]. Связь между возможностью выполнения рабочих задач и местонахождением сотрудника стирается, так как появляется возможность работать удаленно. Однако главным условием таких изменений, конечно же, является подключение сотрудника к сети Интернет.

Одним из важных качеств, помимо вышесказанных, становится переход от накопления знаний к обучению. Знания – ресурс, который нужно не просто получить, но и научиться управлять им. Применение приобретенной в ходе обучения информации в решении задач и профессиональный подход важнее знаний как таковых. Работник будущего, главным образом, должен «научиться учиться».

Компьютеры и другие технологии сейчас во многом превосходят возможности человека, но с некоторыми задачами могут справляться только люди. Это касается любой творческой работы, в которых не сильны логичные и точные технологии, действующие по уже созданным алгоритмам и не имеющие возможности выходить за их пределы. Именно поэтому значимой чертой сотрудника будущего является нестандартное творческое мышление [1]. Сюда входит умение находить и обрабатывать большое количество информации, вычленять нужный материал, сокращать, преобразовывать и т. д.

В связи с тем, что в цифровую эпоху многие аспекты деятельности претерпят качественные изменения, сотрудникам, которые хотят преуспеть в своей работе, необходимо обладать высоким уровнем адаптации. Таким образом, перестраиваясь под новшества, люди будут идти в ногу со временем и не сдадут своих позиций перед технологиями.

Еще одной компетенцией «человека+» станет эмоциональный интеллект [3]. Он необходим, так как в век информации на людей оказывается огромная умственная и психологическая нагрузка. Следовательно, учащаются случаи депрессий, нервных расстройств и выгорания. Чтобы это предотвратить, человек должен быть крайне устойчив к влиянию негативных эмоций, уметь сохранять положительный настрой в любой ситуации и хорошо управлять своими эмоциями.

Последнее, но не менее важное – «человеку+» необходимо быть самостоятельным во всем, что касается обучения. Технологии предоставили людям возможность найти нужную информацию, сделали все ресурсы общедоступными, поэтому сотрудники компании в состоянии получать знания в любое время и делиться ими с коллегами. Также можно обратить этот процесс и в другую сторону. Например, сотрудник сам может записывать обучающие ролики или писать статьи, которые впоследствии могут быть использованы другими работниками для улучшения нужных им навыков. В этот же пункт входит самомотивация. Сотрудник должен осознавать необходимость развития персональных качеств, понимать, что в первую очередь он получает навыки ради себя и своего будущего, улучшения условий труда и уровня заработной платы как следствия упорной работы.

Для того, чтобы персонал компании успешно освоил данные компетенции, необходимо воплотить в жизнь одну из стратегий развития. Основные этапы разработки стратегии развития включают в себя определение требований к сотрудникам, сравнение их с актуальными возможностями персонала и выбор направления инвестирования в работников (например, вложения в тренинговые программы, направленные на улучшение навыков) [5]. В качестве примера возможной стратегии развития можно привести так называемую циклическую стратегию [4]. Из всего коллектива отбираются самые перспективные и способные к обучению сотрудники, которых впоследствии отправляют на повышение квалификации, различные курсы и семинары. Тех же сотрудников, кто не прошел отбор, сокращают. Таким образом по окончании выполнения стратегии компания получает команду высококвалифицированного, разносторонне развитого персонала.

Подводя итог, нужно заметить, что такие изменения являются отнюдь не далеким будущим, так как некоторые компании начали вводить технологические изменения в свою деятельность уже сейчас. Это приведет к тому, что в ближайшее время большая часть работни-

ков неизбежно должна будет развивать приведенные в статье компетенции для достижения успеха и качественного выполнения рабочих задач.

Список источников

1. Абрамова, О. А. Профессии будущего: какие компетенции будут необходимы сотрудникам? // Организация и управление. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/professii-buduschego-kakie-kompetentsii-budut-neobhodimy-sotrudnikam> (Дата обращения: 16.10.2019 г.)

2. 7 качеств работника будущего. [Электронный ресурс]. URL: <https://blog.bitrix24.ru/7-kachestv-rabotnika-budushchego/> (Дата обращения: 16.10.2019 г.)

3. Компетенции будущего: что развивать и с чем прощаться. [Электронный ресурс]. URL: <https://hr-tv.ru/articles/author-opinion/kompetentsii-budushchego.html> (Дата обращения: 16.10.2019 г.)

4. Какими бывают стратегии управления персоналом. [Электронный ресурс]. URL: <https://hr-portal.ru/article/kakimi-byvayut-strategii-upravleniya-personalom> (Дата обращения: 16.10.2019 г.)

5. Необходимость стратегии развития персонала. [Электронный ресурс]. URL: <http://md-management.ru/articles/html/article32872.html> (Дата обращения: 23.10.2019 г.)

БОЛЬШИЕ ДАННЫЕ

В статье рассмотрены функции больших данных, практические задачи, которые решаются с помощью больших данных. Приведен обзор инструментария работы с большими данными

Ключевые слова: Большие данные, машинное обучение, нейронные сети, корпоративные данные.

The article discusses the functions of big data, practical tasks that are solved using big data. The review of tools for working with big data is given.

Keywords: Big data, machine learning, neural networks, enterprise data, machine learning

*Смагина Земфира Андреевна
ФГБОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»
E-mail: zsmaginaz@mail.ru
Научный руководитель:
Погорелова Елена Вадимовна,
доктор экономических наук, кандидат технических наук, доцент*

Все, что нас окружает, – это данные. Издревле люди собирали и передавали информацию доступными способами, знания накапливались, и со временем их стало так много, что обрабатывать информацию привычным способом стало невозможно. Появление термина «Большие данные» обусловлено именно этим фактором. Ведь человек больше не может обрабатывать собранную информацию стандартными методами из-за увеличения объема.

Большие данные, или Big Data, – это одно из важнейших технологических средств, которые кардинально меняют возможности и способы использования информации в бизнес-среде для повышения удовлетворенности клиентов качеством обслуживания и для преобразования бизнес-моделей. Это технологии обработки данных, которые превышают даже самые большие объемы информации и со временем увеличиваются в геометрической прогрессии, а также это методы обработки, с помощью которых можно структурированно анализировать информацию.

Управление данными и их анализ дают любой компании ряд преимуществ, открывают новые горизонты. Экономика не стоит на месте, со временем растут и компании, и их рынки сбыта. Для того чтобы выжить в условиях конкуренции, компании должны создавать новые линейки продукции, анализировать поведение покупателей, и все это приводит к многократному увеличению информации. В такой ситуации возникает необходимость использования больших данных, а они ценны тем, что позволяют организациям хранить большие объемы информации, управлять ими и обрабатывать с нужной скоростью [1, с. 102].

Для основных характеристик больших данных выделяют «три V»: объём, скорость, многообразие [2]; в дальнейшем возникли различные вариации и интерпретации этого признака [3, с. 24].

Таблица 1 – Функции больших данных

Big Data – массивы необработанных данных	Data mining – процесс обработки и структуризации данных, этап аналитики для выявления закономерностей	Machine learning – процесс машинного обучения на основе обнаруженных связей
--	---	---

Таблица 2 – Задачи больших данных

Сохранение и использование масштабного объема обновленной поступающей информации	Структурирование различных сведений, нахождение скрытых и неочевидных связей для приведения к единому целому	Анализ и прогноз на фоне отредактированной и структурированной информации
--	--	---

При изучении информационных технологий использовались методы массовой обработки неопределённо структурированных данных системами управления базами данных категории NoSQL, алгоритмами MapReduce и реализующими их программными каркасами и библиотеками проекта Hadoop [4, с. 35]. Далее к серии технологий Big Data стали относить различные информационно-технологические решения, которые обеспечивали похожие по направленности возможности по обработке объёмных массивов данных.

В 2008 году термин Big Data использовал редактор журнала Клиффорд Линч. Он опубликовал статью с названием «Как могут повлиять на будущее науки технологии, открывающие возможности работы с большими объёмами данных?» [5].

По прогнозу ожидалось, что большие данные повлияют на информационные технологии в отраслях производства, торговле, здравоохранении и т. д. [6, с. 125].

Таблица 3 – Источники больших данных

<ul style="list-style-type: none"> Интернет – социальные сети, сайты, веб-форумы, средства массовой информации 	<ul style="list-style-type: none"> Корпоративные данные – транзакционная деловая информация, архивы, базы данных 	<ul style="list-style-type: none"> Показания устройств – измерительных приборов, метеопрогнозы, данные сотовой связи
---	---	---

Большие данные строятся на следующих убеждениях:

- 1) горизонтальная масштабируемость;
- 2) отказоустойчивость;
- 3) локальность данных.

Большие данные в бизнесе

Пользователи больших данных делятся на категории:

1. Поставщики инфраструктуры, которые решают задачи сохранения и предобработки данных: IBM, Microsoft, Oracle, Sap.

2. Датамайнеры – разработчики алгоритмов, которые помогают заказчикам получать самые ценные сведения. Например: Yandex Data Factory, «Алгомост», Glowbyte Consulting, CleverData и др.

3. Системные интеграторы – компании, внедряющие системы анализа больших данных со стороны клиента. Например: «Форс», «Крок».

4. Потребители: компании – покупатели программных систем. Также они могут делать заказы алгоритмов у консультантов. К ним можно отнести «Сбербанк», «Газпром», «МТС», «Мегафон». Разработчики готовых сервисов предоставляют возможности Big Data для большого количества пользователей.

5. Главными поставщиками больших данных в России являются поисковые системы, которые имеют доступ к массивам данных и обладают высокой технологической базой для внедрения новых сервисов [7, с. 317].

Современные методы работы с большими данными предоставляют новые возможности в самых различных направлениях отрасли. На производстве обработка данных, поступающих с измерительных приборов, дает возможность определить, какие нужно внести изменения в производственные процессы. В розничной торговле анализ данных на данный момент времени дает возможность уже при заключении сделки предложить покупателю приобрести сопутствующие товары. В медицине большие данные применяются для диагностики и определения способа лечения.

В обыденной жизни человек постоянно сталкивается с большими данными. Оплата кредитной картой, операции на фондовой бирже, отправка электронного письма – все эти процессы предполагают передачу данных. Компании в этом случае должны незамедлительно реагировать и обрабатывать полученную информацию в данном времени, такие данные еще называют данные в движении, и они также имеют большой объем.

Google

В 2012 году на рынке бизнес-аналитики компания начала использовать Google Big Query – облачный сервис, куда поступали все данные, которые необходимы для анализа Big Data в режиме реального времени. В 2013 году его интегрировали в Google Analytics Premium – платную версию счетчика. Позднее Google представила Cloud Bigtable – масштабируемый, облачный сервис баз данных. Приоритетные задачи: рост конверсии внутри сайта, узнаваемость бренда, привлечение покупателей. Результатом является то, что количество заказчиков возросло и показатели продаж товаров увеличились.

Яндекс

В данной компании используется метод анализа больших данных. Сюда входят метод машинного обучения «Матрикснет», глубокие нейронные сети, распознавание образов и речи, рекомендательные системы, поисковый алгоритм на основе нейросетей «Палех», машинный перевод, фильтрация спама, таргетинг в контекстной рекламе, прогноз пробок и погоды, распознавание речи и образов, управление беспилотными автомобилями. Изначально в «Яндексе» было организовано обособленное подразделение Yandex Data Factory, которое предоставляло услуги по консультации крупным компаниям. Но в дальнейшем это подразделение было внедрено в отдел поиска.

Mail.Ru Group

Первым проектом, начавшим использовать технологии в обработке данных, является система веб-аналитики «Рейтинг Mail.Ru». В настоящее время Big Data применяется во многих сервисах компании – «Таргет.Mail.Ru», «Почта Mail.Ru», «Одноклассники», «Мой Мир», «Поиск Mail.Ru» и т. д.

При помощи использования анализа больших данных Mail.Ru оптимизирует поиск, увеличивает скорость работы техподдержки, подвергает отбору спам, изучает поведение пользователей. С помощью этих сервисов увеличилась скорость передачи контента, оптимизировался расход на трафик. В связи с этим расходы на сервис уменьшились, а качество возросло. Вследствие быстрой загрузки контента сократилось время принятия решения. Это и является главным результатом проекта.

Выгоды применения технологии в бизнесе

- Упрощение планирования.
- Внедрение новых проектов.
- Повышение востребованности проектов.
- Анализ качества услуг пользователей.
- Ускорение поиска заказчиков.
- Улучшение качества предоставляемого сервиса клиентам и скорости взаимодействия.
- Повышение благонадежности клиентов.
- Создание наиболее детального портрета клиента, получение сведений о причинах уменьшения посетителей, сегментирование клиентов.
- Увеличение персональных предложений, оптимизирование таргетинга.
- Образование общей актуальной базы данных с нахождением ошибок и выявлением связей.
- Составление данных о пользе продукта и его безопасности.
- Уменьшение рисков в борьбе с мошенничеством в банковской сфере.
- Оптимизация логистики, использования оборудования, выявление качества сервиса.
- Обеспечение упорядоченного и дешевого метода хранения информации, которая дает возможность составить отчет по нужным данным.

Использование больших данных в большей степени влияет на маркетинг, сервис, устраняет «слабые» звенья в отраслях, обнаруживает большое количество зависимостей при продаже продукта или услуги. Большие данные позволяют выявить наиболее нужную информацию из всего многочисленного объема данных посредством анализа и структурирования.

Благодаря этому многие отрасли могут выявлять определенные тенденции, прогнозировать показатели и оптимизировать расходы.

Список источников

1. Виктор Майер-Шенбергер, Кеннет Кукьер. Большие данные. Революция, которая изменит то, как мы живём, работаем и мыслим. 2014. – 240 с.
2. Gartner Says Solving 'Big Data' Challenge Involves More Than Just Managing Volumes of Data [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.pressebox.com/pressrelease/gartner-deutschland-gmbh/Gartner-Says-Solving-Big-Data-Challenge-Involves-More-Than-Just-Managing-Volumes-of-Data/boxid/432132>.
3. Канаракус, Крис. Машина Больших Данных. -Сети, № 04, 2011. С. 24-29.
4. Алан Моррисон и др. Большие Данные: как извлечь из них информацию. Технологический прогноз. Ежеквартальный журнал, российское издание, 2010 выпуск 3.PricewaterhouseCoopers.
5. Леонид Черняк. Большие Данные – новая теория и практика. Открытые системы. СУБД. – 2011. – № 10.
6. Гурвиц Джудит, Ньюджент Алан, Халпер Ферн, Кауфман Марсия. Просто о больших данных. Том 58. Серия «Библиотека Сбербанка» – 2015. – 125 с.
7. Гурвиц Джудит, Ньюджент Алан, Халпер Ферн, Кауфман Марсия. Просто о больших данных. Том 58. Серия «Библиотека Сбербанка» – 2015. – 317 с.
8. Интернет портал Google-Продукты для анализа больших данных [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://cloud.google.com/products/big-data/>
9. Интернет портал Яндекс- Яндекс открывает «Фабрику данных» [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://yandex.ru/blog/company/90202>
10. Новостной портал. Вести экономика [Электронный ресурс] URL: <https://www.vestifinance.ru/articles/66385>

Ткаченко Марк Александрович

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК СРЕДСТВО ПОВЫШЕНИЯ ИМИДЖА УНИВЕРСИТЕТА НА РЫНКЕ НАУЧНЫХ РАЗРАБОТОК И ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

Современный университет должен иметь высокий рейтинг в отечественном и мировом образовательном пространстве, что позволит занимать ключевые позиции на региональном рынке научных разработок и образовательных услуг. Этому может способствовать использование принципов сайнс-арта в разработке научно-информационного сайта.

Ключевые слова: наука, искусство, научно-информационный сайт.

A modern university should have a high rating in the domestic and world educational space, which will allow it to occupy key positions in the regional market of scientific research and educational services. This can be facilitated by the use of the principles of science art in the development of a scientific information site.

Keywords: science, art, scientific information site.

*Ткаченко Марк Александрович
ФГБОУ ВО «Елецкий государственный университет им. И. А. Бунина»
E-mail: friskier2@mail.ru
Научный руководитель:
Мальцева Виктория Алексеевна,
кандидат педагогических наук, доцент*

XXI век, по мнению многих ученых, является веком информационных технологий, поскольку в большинстве отраслей главенствующую роль играют инновации и высокотехнологичное оборудование с программным управлением, а важнейшим товаром является информация. Это неизбежно приведет к трансформации университетского образования в условиях глобальных экономических изменений, вызванных информационной революцией.

Существует множество мнений о том, как в России будет эволюционировать институт высшего образования. Одни эксперты утверждают, что вузы останутся «хранителями культуры», другие видят университеты как «фабрики стартапов», «центры создания инноваций» [6].

В нашем исследовании мы связываем будущее университета с развитием «сайнс-арт» – направления, находящегося на стыке инновационных технологий и искусства, и его продвижением через сетевые ресурсы.

Современная трактовка понятия «сайнс-арт» достаточна широка. Это и креативные научные методики, и ярко представленные научные разработки, и понятные широкой публике научные исследования. С одной стороны, это идеи и материалы разных научных дисциплин, с другой – формы выражения, заимствованные из сферы искусства.

Сайнс-арт (англ. – *Science Art*), по определению Дмитрия Булатова, – это «область современного искусства, представители которого используют исследовательские методики и новейшие технологии при создании своих произведений» [1, с. 3].



Рисунок 1 – Эскизы А. Флеминга, нарисованные грибами и бактериями

О. Е. Левченко позиционирует сайнс-арт как «одно из ярких воплощений культур-конвергентного процесса, утверждающего объединение и тесное взаимодействие двух сфер культуры – рационально-дискурсивной и художественно-эстетической. Связующим звеном между ними является технико-технологическая сфера – производная от науки (естествознания) и инструментальная для искусства» [4, стр. 155].

Сайнс-арт – направление актуального искусства, где при помощи современных технологий, материалов и новейших выразительных средств, основанных на научных методах, разработках и достижениях, воплощается в жизнь художественный образ; это своего рода интеграция двух сфер человеческой деятельности [3].

Мировая практика подтверждает, что самые успешные проекты создаются в процессе интеграции художников и ученых. Художники изучают сложные научные вопросы и интерпретируют их художественными средствами, расширяя представление об использовании традиционных методов и материалов. Ученые выступают поставщиками новых инструментов и технологий искусства, обеспечивают художников оснащенной лабораторией и необходимыми приборами. В стране уже создана сеть кванториумов, которые становятся площадками такого взаимодействия в геномной инженерии, кибернетике, биотехнологиях, робототехнике и др.

История знает немало примеров, когда сочетание науки и искусства становится базой для фундаментальных открытий.

Бактериолог, нобелевский лауреат А. Флеминг, увлекавшийся живописью, создал эскизы, нарисованные на бумаге разноцветными грибами и бактериями. Странное поведение микроорганизмов помогло ему в открытии антибиотиков (рис. 1).

Сайнс-арт – это новый взгляд на технологии, который ломает привычные стереотипы, ставит под сомнение серьёзность и фундаментальность технического и научного знания и в тоже время популяризирует науку и технологии, вводит зрителя в мир закрытых научных лабораторий.



Рисунок 2 – Скульптуры А. Чернышева

Современные художники, как и ученые, ставят эксперименты [5]:

1. «Дышащий» дом архитектора Д. Бенини (Милан, Италия). Здание само анализирует температуру воздуха, отслеживает концентрацию посетителей и проветривает помещение.

Сенсоры фиксируют положение солнца и, открывая и закрывая панели, изменяют освещенность в здании. Кроме того, на крыше установлены несколько солнечных батарей, которые питают большую часть двигателей. Благодаря продвинутой электронной начинке «дышащее» здание крайне энергоэффективно – ему почти не нужны кондиционеры, внешнее электропитание и освещение.

2. Инженерный театр Ахе (Санкт-Петербург, Россия). Лазеры, видеоинсталляции и сложные механизмы играют наравне с актерами, которые путаются в виртуальных спиральных ДНК, сражаются с роботами и даже расплываются в пространстве.

3. Скульптуры А. Чернышева (Москва, Россия). Айфоновподобные гаджеты, причудливо закрученные, реагирующие и раскрывающиеся при приближении других гаджетов.

4. Метаморфозы тела Стеларка (Стелиос Аркадиу) (Мельбурн, Австралия). Модификация человеческого тела. Создание экзоскелета – паукообразной машины, управляемой изнутри человеком и способной перемещаться.

5. «Идеальная птица» К. Ванмехелена (Бельгия). Арт-объект генной инженерии как социально значимый феномен.

Направления подготовки, реализуемые в ЕГУ им. И. А. Бунина («Информационные системы и технологии», «Физическая химия», «Электроника и наноэлектроника», «Дизайн», «Конструкторско-технологическое обеспечение машиностроительных производств»), уже сегодня могут стать базой создания сайнс-арт-проектов.

В этом контексте особую значимость приобретает разработка научно-информационного сайта образовательного учреждения, который будет осуществлять трансляцию научных достижений и осуществлять обратную связь с научно-исследовательскими лабораториями, потенциальными работодателями, коммерческими партнерами. Эта задача актуальна, поскольку в XXI веке одним из главных критериев оценивания университетов стал спрос работодателей на выпускников, а знание приобретает инструментальный характер, и в итоге прикладные специальности ценятся выше теоретических.

Создание научно-информационного сайта основано на междисциплинарном взаимодействии на стыке информационных технологий и дизайна.

Web-страницы сайта должны содержать в себе технологии мультимедиа и объединять в себе различные виды информации: текст, графику, звук, анимацию и видео. От того, насколько качественно и красиво сделана та или иная web-страница, зависит во многом ее успех в Интернете.

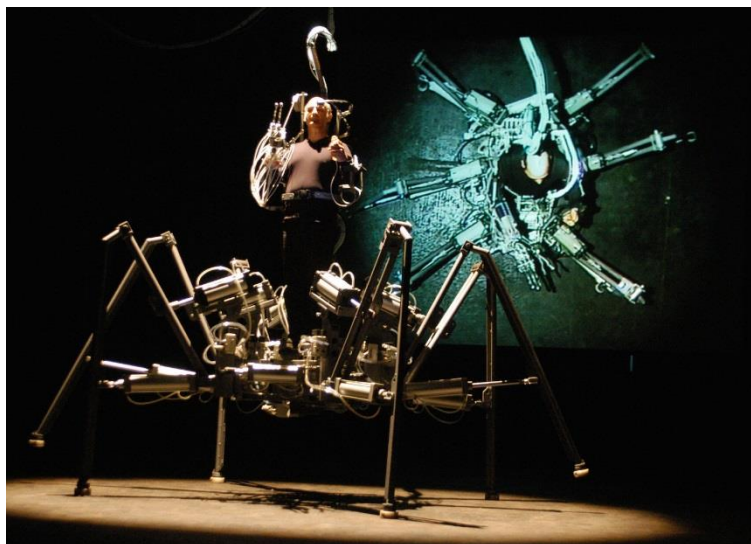


Рисунок 3 – Экзоскелет «Паук»

Пользователю всегда приятно посещать те сайты, которые имеют стильное оформление, не изобилуют графикой и анимацией, быстро загружаются и правильно отображаются в окне web-браузера.

Первые 2 строки кода сайта – это служебная информация по международной стандартизации.

Самый первый тег в нашем коде <html>, а самый последний </html>. Они обозначают границы HTML-документа.

Следующий тег <HEAD>. Элемент HEAD обозначает заголовочную часть и предоставляет браузеру общую информацию о HTML-файле. Под ним с помощью <title> и </title> создадим название страницы, это будет «ЕГУ: Научно-информационный сайт».

Сюда ещё вложен элемент meta. Он предназначен для поисковых роботов. Когда поисковый робот обнаружит наш новый сайт в Интернете, он просмотрит содержимое тегов <meta> и включит указанные ключевые слова (чёрного цвета) в свою базу данных. После заголовочной части идёт тег <body> и второй снизу конечный тег </body>.

Всё, что находится между этими тегами, является телом документа.

Стоит дополнить этот тег атрибутом background со ссылкой на изображение, создав таким образом фон для сайта. Получится <body background="fon.jpg">.



Рисунок 4 – Вариант оформления научно-информационного сайта ЕГУ им. И. А. Бунина

В качестве фона мы выбрали репродукцию одного из произведений сайнс-арта, а как вариант основы научно-информационного сайта мы рассматривали структуру молекулярной решетки ДНК.

```
<head>
<title>*√"::÷ентр -sќ</title>
<meta http-equiv="Content-Type" content="text/html" charset="windows-1251">
<meta content="follow", all name="robots">
<meta name="keywords" content="'отографии">
<meta name="description" content="ќписание">
<meta name="title" content="»формационный сайт">
</head>
```

Рисунок 5 – <head> и <meta> теги

Теперь мы добавляем на сайт информационные строки и фотографии. С помощью строк и элемента `img`, задав параметры `width` и `height`, укажем путь к нашей фотографии. Это будет фотография-заставка к конкурсу научных студенческих работ. Далее создадим логотип, установив его во второй, средней ячейке таблицы. Для большего взаимодействия с сайтом сделаем так, чтобы при нажатии на логотип появлялась фотография научной библиотеки. В последнюю ячейку таблицы внесем активные строки и сделаем так, чтобы при нажатии осуществлялся переход на данные страницы сайта. Это будет способствовать большему взаимодействию посетителя с сайтом.

После проделанной работы остаётся немного отредактировать код сайта, сделав его отображение более приятным для восприятия.

В процессе разработки научно-информационного сайта образовательного учреждения было установлено, что данная задача может быть решена с помощью использования текстовых редакторов «Блокнот» и Notepad++, а также Photoshop CS5 для коррективки изображений.

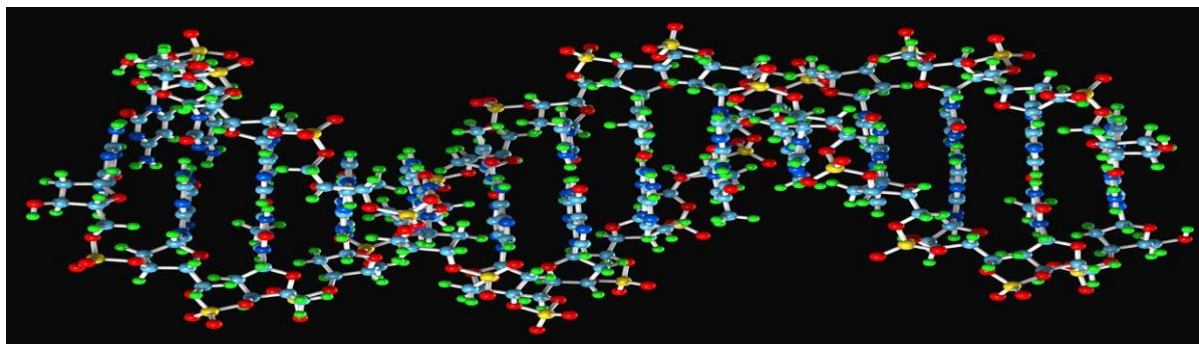


Рисунок 6 – Вариант фона и структуры научно-информационного сайта университета

Таким образом, постоянно совершенствующиеся информационные технологии позволят успешно транслировать достижения университета, что, безусловно, повысит его имидж в отечественном и мировом образовательном пространстве и позволит и дальше занимать ключевые позиции на региональном рынке научных разработок и образовательных услуг.

Список источников

1. Булатов, Д. Эволюция от кутюр. Искусство и наука в эпоху постбиологии / Д. Булатов. – Калининград, Теория, 2013. – 556 с.
2. Жуланов, Р. Лекция «Введение в Science Art» // Изучаем Digital Humanities [Электронный ресурс]: сайт – URL: https://dhumanities.ru/?post_type=material&p=3412&preview=true (дата обращения: 15.06.19)
3. Искусство будущего. Science Art: от посредников к медиаторам // Youtube [Электронный ресурс]: сайт – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=WFTEw6CCM9I> (дата обращения: 7.07.19)

4. Левченко, О. Е. Science-art: проблемы терминологии // Вестник РГГУ. Серия «Философия. Социология. Искусствоведение», 2014. – С. 155-162. [Электронный ресурс]: сайт – URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/science-art-problemy-terminologii> (дата обращения: 2.07.19)
5. Сайнс-арт: как научные исследования становятся объектами современного искусства [Электронный ресурс]: сайт – URL: <http://www.furfur.me/furfur/culture/culture/160988-science-art> (дата обращения: 12.07.19)
6. Университет будущего: идеи и возможности/ реферат книги: Barnett, R. (ed.) The Future University: Ideas and Possibilities. — New York and London: Routledge, 2012. — 233p. [Электронный ресурс]: сайт – URL: <http://www.strana-oz.ru/2013/4/universitet-budushchego-idei-i-vozmozhnosti> (дата обращения: 12.07.19)

СОВРЕМЕННЫЙ ЭТАП РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ В РОССИИ

Современный этап мирового экономического и социального развития характеризуется существенным влиянием на него цифровизации. Предметом исследования будут цифровые технологии, которые имеют приоритетное направление в развитии экономики России. Новые технологии способны оказывать существенное влияние на развитие предприятий и организаций, рост качества жизни.

Ключевые слова: цифровизация, цифровая экономика, цифровые технологии, цифровизация в России.

The current stage of world economic and social development is characterized by a significant impact of digitalization on it. The subject of the study will be digital technologies, which have a priority in the development of the Russian economy. New technologies can have a significant impact on the development of enterprises and organizations, the growth of quality of life.

Keywords: digitalization, digital economy, digital technologies, digitalization in Russia.

*Хозяинова Юлия Григорьевна
Вятский государственный университет
E-mail: Julia_Hozyainova@mail.ru
Научный руководитель:
Горева Елена Александровна,
старший преподаватель кафедры ГМУ ВятГУ*

Развитие цифровой экономики началось с цифровой революции. Цифровая революция – это переход от механической и аналоговой электронной технологии к цифровой электронике, которая появилась в конце 1950-х годов.

Говоря о процессе «цифровизации» (в английской версии – digitization, а также иногда digitalization) экономики и общества, прежде всего, необходимо внести определенность в терминологию. В самом широком смысле под процессом «цифровизации» обычно понимается социально-экономическая трансформация, инициированная массовым внедрением и усвоением цифровых технологий, т. е. технологий создания, обработки, обмена и передачи информации.

Цифровизация подразумевает прежде всего замену физических объектов цифровыми, трансформацию реальных операций электронными, то есть внедрение в экономику электронных технологий, базирующихся на цифровой электронно-вычислительной технике. Что же касается самих цифровых технологий, то, несмотря на существующую трактовку данного определения, что это «система, основанная на методах кодировки и передачи информации, для осуществления разноплановых задач за кратчайшие промежутки времени», сам перечень данных технологий является предметом дискуссий ученых разных стран уже не первый год [2].

Таким образом, цифровая экономика представляет собой уже не только создание условий для появления новых прорывных технологий, но и на появление новых моделей для создания или организации бизнеса, торговли и промышленности. Цифровые технологии меняют операционную модель компании, то есть методы реализации корпоративной стратегии.

Одним из основных направлений модернизации российской экономики является внедрение цифровых технологий в различные сферы хозяйственной деятельности. При этом важно понимать, что цифровая экономика – это не просто использование компьютерных программ в экономической деятельности, а создание электронных сервисов взамен привычных физических сервисов. Цифровая экономика реализуется не столько путем полной замены физического труда, сколько путем слияния виртуальных (электронных) и контактных (реальных)

услуг, развиваемых для удобства потребителей и бизнеса. Преимущества, которыми обладает цифровая экономика, неоспоримы: будь это скорость оказания услуг или совершения покупок, удобство их осуществления, получение экономии времени и денег и так далее.

Президент Microsoft в России Томаш Боченек точно отразил положение дел в России в своем высказывании: «В ближайшие пять лет цифровая трансформация затронет четверть мировой экономики. Ее основная задача – радикально повысить эффективность деятельности компании, индустрий, стран. Цифровая трансформация меняет традиционные бизнес-модели, появляются совершенно новые игроки в устоявшихся областях экономики. Мы уже находимся в том революционном процессе и наблюдаем эти изменения в России. Причем момент перераспределения игроков на мировых рынках у российских компаний есть хороший шанс занять свою нишу, повысив, таким образом, престиж отечественного бизнеса и государства в целом».

Цифровизацию можно рассматривать как тренд эффективного мирового развития только в том случае, если цифровая трансформация информации будет отвечать следующим требованиям, представленным на рисунке:

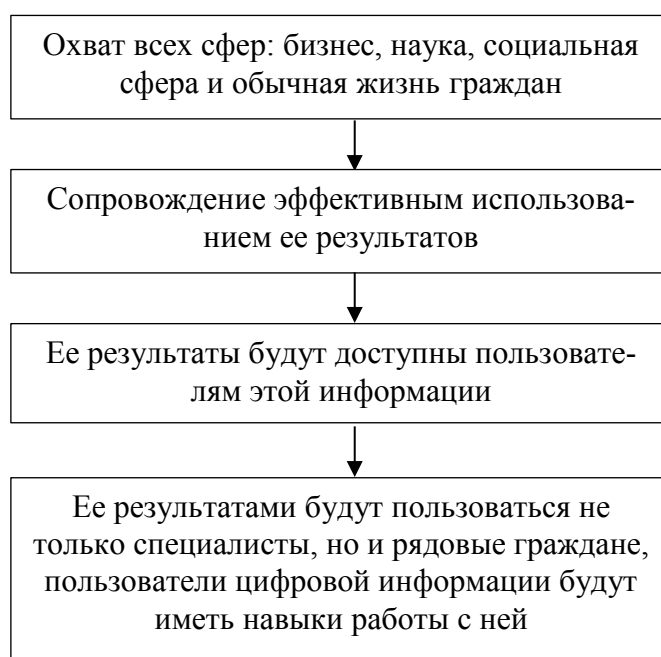


Рисунок – Требования эффективности мирового развития цифровой экономики

Перечисленные требования цифровизации как мирового тренда развития экономики и общества, обеспечивающие повышение их эффективности и качества, должны обязательно учитываться при оценке степени охвата цифровизацией разных стран. Выполнение этих требований в той или иной мере будет подтверждать факт вовлечения страны под влияние данного тренда, а степень их выполнения будет показывать уровень включения страны в процесс цифровизации.

Влияние цифровизации на всю экономическую систему можно описать как:

- ускорение, упрощение и удешевление процессов передачи и обработки информации в сфере производства и услуг, между участниками научно-технического сотрудничества, производителями и потребителями, гражданами и органами власти;
- повышение производительности труда и качества продукции;
- способствующий фактор для вытеснения теневой экономики.

Для отражения степени проникновения цифровизации как мирового тренда в экономическую и социальную сферы специалисты сейчас выделяют 3 основных этапа ее реализации. Для первого этапа цифровизации характерно точечное использование цифровых технологий в целях оптимизации (снижения) затрат – пример нефтегазовой отрасли. Второй этап характеризуется более широким применением цифровых технологий, но в рамках действующих бизнес-моделей – пример авиационной отрасли. Для третьего этапа протекания процессов

цифровизации характерно такое применение цифровых технологий, которое ведет к смене самой бизнес-модели – пример беспилотного такси, когда бизнес строится на предоставлении услуг такси, но без соответствующей материальной базы, без самих автомобилей, на основе привлечения собственников автомобилей, желающих подзаработать [3].

Большая роль в управлении цифровизацией на национальном уровне отводится государственному уровню – надо не только осознавать ситуацию, но и принимать конкретные меры по организации процессов цифровизации, нормативно-правовому регулированию, финансированию и эффективному управлению.

Основополагающими документами цифровой трансформации российского общества и экономики являются «Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы», утвержденная Указом Президента РФ от 9 мая 2017 г. № 203 [4], и программа «Цифровая экономика Российской Федерации», принятая распоряжением Правительства Российской Федерации от 28 июля 2017 г. № 1632-р [1].

Анализируя уровень цифровизации экономики и общества в настоящее время, можно выделить некоторые параметры, которые требуют проработки для получения дальнейших положительных результатов влияния мирового тренда цифровизации в России.

Одним из направлений будет усиление управления всеми аспектами экономической и социальной жизни, которое способно обеспечить выполнение всех требований цифровизации и экономического развития, только в таком случае цифровизация способна достигнуть положительных результатов.

При всех возможностях Россия не занимает лидирующего места на мировом рынке в отношении цифровизации экономики. Причиной этому может стать неблагоприятная среда для развития бизнеса, трансфера инноваций в производство и ниже среднего уровень использования цифровых технологий в бизнесе.

Цифровую экономику можно охарактеризовать как сквозную, так как она способна охватить все сферы жизни человека, к тому же цифровая экономика оказывает прямое влияние на деятельность российских компаний. Основное направление деятельности в сфере развития цифровой экономики – уменьшение и полная ликвидация правовых барьеров на пути внедрения передовых технологий.

Появление принципиально новых передовых технологий будь это социальная, финансовая или производственная направленность, вне зависимости от сферы внедрения может давать положительный эффект и благоприятно сказывается на экономическом развитии страны или региона. К таким положительным эффектам можно отнести и повышение производительности труда, качества жизни, формирование новых рынков и т. д.

Важно отметить, что существует три важных аспекта функционирования цифровой экономики в России. Первым будет соответствие российской цифровой экономики критериям социальной ориентированности, стремление содействовать созданию новых возможностей для развития общества. Вторым немаловажный факт – это обеспечение информационной и экономической безопасности государства, в том числе и безопасность персональных данных и неприкосновенность частной личной жизни в цифровом пространстве. И, наконец, третий аспект заключается в обеспечении в России нового цифрового уклада для национального благосостояния при полном участии государства.

У России есть все предпосылки для дальнейшего развития цифровой экономики и реализации цифрового пространства. Развитие бизнеса и предпринимательства напрямую зависит от новых технологий, от новых форм реализации продуктов и систем.

Список источников

1. Распоряжение Правительства РФ от 28.07.2017 № 1632-р «Программа «Цифровая экономика Российской Федерации» [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://kremlin.ru/acts/bank/41919> (дата обращения 02.11.19)

2. Куликов С. Определена ключевая тема ПМЭФ-2019 [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://rg.ru/2018/03/12/reg-szfo/opredelena-kliuche-vaia-tema-pmef-2018.html> (дата обращения 02.11.19)

3. Ломоносовские чтения – 2018. Секция экономических наук. «Цифровая экономика: человек, технологии, институты»: сборник статей. – М.: Экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова, 2018.

4. Правительство России [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://government.ru/docs/all/112831/> (Дата обращения 02.11.19)

ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОЕКТЫ В МЯСОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ ОТРАСЛИ

В данной статье рассматриваются инновационные проекты по цифровизации и внедрению робототехники в производственные процессы предприятий пищевой промышленности для более качественной и продуктивной работы.

Ключевые слова: инновации, робототехника, цифровизация.

Annotation: this article presents innovative projects on digitalization and the introduction of robotics in production processes for better and more productive work of the entire enterprise.

Keywords: innovation, work engineering, digitalization.

*Цой Анна Сергеевна
Самарский государственный экономический университет
E-mail: anna.tsoy.00@mail.ru
Научный руководитель:
Китаева Марина Васильевна,
старший преподаватель*

Согласно Национальному докладу о результатах реализации в 2018 году Государственной программы развития сельского хозяйства на 2013–2020 годы, в России потребление мяса и мясопродуктов на душу населения в 2018 году, по предварительной оценке, составило 75,1 кг при рекомендованном уровне 73 кг в год. Таким образом, в соответствии с данными Минсельхоза, в России уровень потребления мяса и мясопродуктов на душу населения превышает норму на 2,1 кг [1].

Одним из ведущих производителей и поставщиков мяса на российском рынке является «Мираторг». Он более чем в два раза опережает ближайшего конкурента в производстве свинины с показателем 420 тыс. тонн. По производству говядины вышли на первое место в России с уровнем производства свыше 100 тыс. тонн в 2018 году. В основе этих достижений – передовые технологии, высококвалифицированные сотрудники и правильно построенные эффективные бизнес-процессы.

На предприятии все этапы производства осуществляются самостоятельно, начиная от производства высокоэнергетических кормов для животных до розничной продажи в торговых точках. Такая схема помогает предприятию отслеживать и контролировать качество продукции абсолютно на всех этапах, что в свою очередь обеспечивает такую себестоимость продукта, которая будет оптимальна, и можно будет наблюдать демократичную цену на полках магазинов.

Высокотехнологичный завод по убою и глубокой переработке крупного рогатого скота – крупнейшее мясоперерабатывающее предприятие в подотрасли мясного скотоводства в России. При выходе на проектную мощность предприятие будет перерабатывать свыше 400 тысяч голов в год. Уровень компьютеризации и автоматизации при переработке на некоторых участках составляет до 90 %, современные упаковочные линии практически исключают прямой контакт с человеком [2].

СК «Короча» – крупнейший мясоперерабатывающий комплекс в России. Текущий объем производства продукции на предприятии составляет 321 тыс. тонн за 2018 год. Уровень роботизации и глубины переработки позволяет практически полностью перерабатывать свиную тушу и производить широкий ассортимент продукции из мяса свинины. Робототехника применяется на сложных технологических участках уоя и разделки для предварительного сканирования лазером, откачки крови, распиливания и разреза туши на полутуши [3].

Также в десятку крупнейших мясоперерабатывающих предприятий России, производящих более 180 тонн продуктов питания ежедневно, входит ГК «Фабрика качества». Проанализировав данные социологических исследований, можно отметить, что продукции «Фабрики каче-

ства» сегодня отдают предпочтение примерно 80 % жителей Самарской области. В производственной и сбытовой деятельности группы компаний занято более 30000 человек [4].

Что касается уникальности ГК «Фабрика качества», то она основывается на том, что под этой маркой сегодня параллельно работают несколько производств, выпускающих наиболее востребованные рынком высококачественные продукты питания: колбасы и мясные деликатесы; полуфабрикаты (пельмени, вареники, пицца, блинчики, полуфабрикаты из натурального и рубленного мяса, слойки).

Продукция предприятия представлена в Самаре, Тольятти, Сызрани, Казани, Набережных Челнах, Уфе, Ульяновске, Димитровграде, Пензе, Санкт-Петербурге, Оренбурге, Бузулуке, Екатеринбурге, Перми, Нижнем Тагиле и в других городах России и Казахстана.

Уникальность ГК «Фабрика качества» заключается в том, что под этой маркой сегодня параллельно работают несколько производств, выпускающих самые востребованные рынком продукты питания [5].

В 2014 компания решила модернизировать склад по хранению охлажденного и замороженного сырья. Таким образом, под руководством ООО «ПК Фабрика качества» был разработан проект по его автоматизации. Ежедневно склад обеспечивает сырьем несколько производственных подразделений. Одними из главных являются производство колбас и полуфабрикатов. В качестве исполнителя работ по проектированию и внедрению автоматизированной системы была выбрана лучшая компания данного направления – «Информационные технологии».

Нельзя было оставить без внимания риски проекта, которые заключаются в отсутствии достоверного контроля со стороны кладовщиков о размещении партий в холодильных камерах и отсутствии оперативного учета сырья. Процесс списания сырья в складской программе фиксировался раз в сутки по факту совершенных хозяйственных операций.

Цели проекта: уменьшение воздействия «человеческого фактора» на работу склада; повышение личной ответственности сотрудников; безусловное соблюдение принципа FIFO; повышение управляемости предприятием; исключение риска передачи в цех продукции, не соответствующей критериям качества.

На этапе разработки первого варианта программы результаты работы демонстрировались с помощью еженедельных отчетов, что позволило проектной группе оперативно вносить изменения и дополнения к данному проекту.

Так, на этапе реализации были добавлены новые фильтры при открытии документов и правила оформления документов. Также определены «узкие» места, которые не были предварительно описаны в проекте. Скорректированы алгоритмы согласно практической применимости, на этапе реализации был скорректирован алгоритм подбора тарных мест в документе «Задание на обеспечение» таким образом, чтобы тарные места на складе списывались последовательно (стойка снизу-вверх, секции по возрастающей).

Постепенно на рабочих местах стало появляться новое оборудование, на камерах хранения сырья были размещены таблички с координатами. Пользователи данной системы повышали свои знания, проходя нужное обучение.

На базе платформы «1С:Предприятие 8» была разработана новая конфигурация для проекта склада. Использовалось такое оборудование: TENSО-M, Zebra ZT-230, Honeywell Granit 1911, CipherLab CP60 и ПО на основе MobileLogistics 5.

Штрих-кодирование помогло сделать обработку данных более быстрой. Также это обеспечило легкость в поиске определенной паллеты на складе. Склад разделили на камеры, ряды, секции и ярусы, каждая секция вмещает определенное количество товарных мест. Все ряды пронумерованы от входа в саму камеру. Для того, чтобы на складе было проще ориентироваться, появились адресные таблички. В процессе проработки адресации склада проектная команда столкнулась задачей: секции склада имеют различную ширину, соответственно, и различную вместимость тарных мест, также вместимость паллет в секцию зависит от ширины поддона, который используется для сырья. Задачу стали решать путем коэффициентов, за единицу приняли узкую паллету, для каждой секции определили вместимость узких паллет. Для других паллет определили коэффициент по отношению к узкой паллете, например,

1,3 или 1,1. Следовательно, при автоматическом размещении паллеты на складе анализируется загруженность секции согласно паллет, размещенных в ней, и сравнивается остаток с необходимым коэффициентом. Таким образом удалось решить задачу по автоматическому размещению тарных мест в адресном складе.

Главной особенностью являлось то, что сырье, которое подверглось заморозке или охлаждению, обладает свойством изменять свой вес в большую или меньшую сторону. Также нужно учитывать тот факт, что остатки продукции лучше отражать не в одной единице измерения, а в нескольких: стоимость, тара для хранения, нетто и т. д. Из-за этого классическую модель использования регистров для хранения сырья использовали не всегда. Решение этой проблемы заключалось в том, что стали использовать пару регистров: остатков и оборотов. При списывании сразу же определяли вес паллеты для того, чтобы данная программа смогла узнать изначальный вес тарного места, а дальше списать с остатков такое же количество, которое было отражено в остатках. В регистр по списанию всегда попадают записи по нескольким направлениям. Направление «Производство» записывает объем фактически переданного сырья, а в направление «Отклонения» попадет запись по отклонению от первоначального веса. Для того чтобы удостовериться в правильности учета, был разработан мастер приемки для расчёта веса тары и нетто.

Посмотреть на работу этой системы можно было уже в августе 2015 года. Один минус все же остался, к сожалению: на момент начала работы не удалось провести маркировку и инвентаризацию абсолютно всех остатков на складе. Трудности возникли также потому, что система использовалась на складе частично, т. е. та часть, которая не подверглась маркировке, передавалась по изначальной схеме. Вместе с этим имела место и частичная инвентаризация. Все это в значительной мере затрудняло работу.

Ситуацию нужно было исправлять, для нормализации работы был предпринят следующий шаг – внедрение оперативного контроля по номенклатуре и объему между заявкой производства и фактической передачей. Так программа блокировала передачу в цех номенклатуры, если в заявке она отсутствовала. Нельзя было и превышать установленную массу. Теперь склад начал более ответственно подходить к данному вопросу, согласно номенклатуре выдавалось только то количество сырья, которое было необходимо производству. Большим плюсом системы являлось то, что она могла обнаруживать несоответствия между фактическим показателем и потребностями по плану.

Тем не менее возникали ситуации, когда паллеты с сырьем попадали в цех, минуя новую систему. Данную проблему решили организационно, передав грузчиков, занимающихся передачей в цех, из подчинения производственных мастеров в подчинение кладовщикам и выделив на складе буферную зону. В буферную зону перемещалось сырье, которое передается в производство в ночную смену, сырье заранее списывалось и обозначалось новой биркой. Наладив механизм списания партий в производство, заключительным этапом было включение принципа FIFO в механизм передачи партий в производство.

К ноябрю 2015 года автоматизированная система выполняла все необходимые функции, необходимые на этапе проектирования. Работа над проектом автоматизации склада «Фабрики качества» предоставила новый интересный опыт, что в свою очередь заставило принимать нестандартные методологические и технические решения. Проект в целом удался, предприятие спроектировало и реализовало программно-аппаратный комплекс по управлению складом. В рамках проекта приходилось заниматься подбором и настройкой оборудования, программированием в 1С и Mobile Logistics, проектировать адресацию склада.

Итоги реализации проекта заключаются в следующем: влияние «человеческого фактора» сведено к минимуму, система полностью контролирует параметры передаваемого сырья в производство: номенклатуру, объем, партию (FIFO) и качество. Система также обеспечивает информационную безопасность предприятия вследствие того, что информация о закупках и расположении сырья на складах централизованно хранится и доступна для анализа авторизованному пользователю. За счет прозрачности и оперативности учета значительно выросла управляемость предприятием, аналитические отчеты показывают отклонения стоимости

сырья, потери массы, сроки годности партий, объемы потребления сырья производством в режиме on-line, запасы сырья в днях. Одним из наиболее важных параметров, контролируемых системой, является соответствие качества передаваемого сырья заданным критериям и анализ сроков годности, что в свою очередь гарантирует выпуск готовой продукции только из качественного свежего сырья [6].

В настоящее время нельзя обойтись без использования высоких технологий, потому как потребители обращают внимание на качество продуктов, помимо этого автоматизированное производство является важным шагом на пути к совершенствованию самого предприятия, его эффективности. Современные технологии стали неотъемлемой частью пищевого производства, позволив увеличить конкурентоспособность предприятий, работающих в данной отрасли, а также качество и количество выпускаемой продукции.

Список источников

1. Алешков А. В., Каленик Т. К., Моткина Е. В. Инновации в пищевой индустрии: системное обобщение. ВЕСТНИК КамчатГТУ, 2016. № 36.
2. Зырянова Т. В., Кот Е. М., Зырянов С. Б., Разорвин И. А. Научные основы управления инновационным развитием организации АПК. Аграрный вестник Урала, 2017. № 04.
3. <https://aif.ru/>
4. <https://miratorg.ru/>
5. <http://www.fabrika63.ru>
6. <https://it-1c.ru/o-kompanii/vnedreniya-i-otzyvy/131-fabrika-kachestva>

**Секция № 3.
Туризм как фактор
регионального
развития**

АГРОТУРИЗМ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ

Данная статья посвящена раскрытию агротуризма как фактора развития сельских территорий, преодоления их деградации, сохранения самобытной культуры и быта, а также поддержания мест производства экологически чистых продуктов. В работе показано, что развитие агротуризма поможет не только подъему уровня жизни сельских жителей, но и поспособствует развитию производства экологически чистой сельской продукции и услуг, которые будут ориентированы не только на внутренний, но и на внешний рынок. А также говорится о том, что развитию сельского туризма необходим системный подход с учетом специфики регионов.

Ключевые слова: агротуризм, сельский туризм, развитие сельских территорий, быт, культура, экологически чистые продукты.

This article is devoted to the disclosure of agrotourism as a factor in the development of rural areas, overcoming their degradation, preserving the original culture and life, as well as maintaining the places of production of environmentally friendly products. The paper shows that the development of agro-tourism will help not only to raise the living standards of rural residents, but also contribute to the development of production of environmentally friendly rural products and services, which will be focused not only on the domestic but also on the foreign market. It is also said that the development of rural tourism requires a systematic approach taking into account the specifics of the regions.

Keywords: agrotourism, rural tourism, rural development, life, culture, environmentally friendly products.

*Андреева Анастасия Васильевна
ФГБОУ ВО «Омский государственный технический университет»
E-mail: babak.99@list.ru
Научный руководитель: Карасев Игорь Евгеньевич,
кандидат филологических наук, доцент*

Введение

Существует такое высказывание: «Туризм способен сделать счастливой и богатой любую страну». Это утверждение трудно оспорить, ведь сегодня существует множество государств, чья казна пополняется именно за счет туризма: Греция, Хорватия, Мальта, Исландия... Сегодня туризм требует новых подходов. Разрабатываются и реализуются крупные туристические проекты, планируются туристические территории и туристические центры, а также происходит привлечение инвестиций в туристскую индустрию. Турист, посетивший тот или иной регион, потребляет большое количество различных услуг: гостиничных, транспортных, торговых и других; так, на этих территориях развивается инфраструктура, и тем самым происходит их подъем, территории становятся более привлекательными.

В настоящее время в мировом туризме прослеживается тенденция смены привычного морского отдыха на посещение культурно и природно самобытных и нетронутых уголков. Связанно это, прежде всего, с техногенными нагрузками на нервную систему человека, которые постоянно увеличиваются. Кроме того, именно такой отдых приносит туристам большее эмоциональное и познавательное впечатление, в то время как традиционный пакет туристско-рекреационных услуг, предлагаемый крупными туристскими центрами, уже не доставляет того же.

На данный момент очень быстрыми темпами набирает развитие агротуризм. Появился этот вид туризма в начале 70-х годов в Европе, когда во многих крупных городах встала остро проблема с экологией, тогда у людей появилась потребность в чистом воздухе, общении с природой и натуральных продуктах питания. И вот агротуризм снова стал востребованным, в

современном мире этот вид туризма является одним из наиболее развивающихся. А поток туристов, интересующихся данным видом туризма, является огромным незанятым рынком.

Таким образом, появляется возможность создания принципиально нового туристического продукта, который будет учитывать возможности малых территорий, преимущественно сельских, и также будет учитывать современные потребности среднего класса. Это и обуславливает актуальность выбранной темы.

История развития агротуризма

На роль «родины» агротуризма как одного из видов мирового туризма претендуют, прежде всего, Франция и Швейцария. Именно там еще в начале XVIII столетия появились первые гостевые дома, которые обслуживали участников британских горных экспедиций туристов-природолюбителей.

Но агротуризм все же является новым видом туризма. Свое активное развитие агротуризм начал только во второй половине XX века. В это же время получает широкое распространение система «Bed & Breakfast» – временное пребывание в незанятых комнатах домов с завтраком. Со временем из заведений типа «B & B» выделяется отдых в сельских домах и мини-гостиницах, расположенных в сельской местности.

В 1955 году во Франции была создана ассоциация «Agriculture et Tourisme», а в 1965 году в Италии появляется Национальная Ассоциация сельского хозяйства и туризма («Agriturismo»). Сейчас во многих европейских странах существуют ассоциации агротуризма, которые поддерживаются государством [2].

Таким образом, мы видим, что агротуризм начал зарождаться именно в зарубежных странах. В первую очередь, свое развитие он получил по причине упадка сельских поселений, которые стремились сохранить путем активизации ремесленного производства, национальных традиций и культурных ценностей. Кроме того, агротуризм являлся доходной деятельностью в сфере услуг, сектором туристической индустрии. Привлечение туристов в угасающие сельские районы создавало платежеспособный спрос на продукцию местного производства и поддерживало определенный уровень жизни в аграрных территориях Европы [11, с. 260].

В последнее время агротуризм в России начинает быстро развиваться в Краснодарском и Ставропольском крае, Ростовской области, в Карелии, на Алтае, в Калининградской, Псковской, Московской и Ленинградской областях [3, стр. 68; 5, с. 165]. Это происходит благодаря низким затратам на его организацию и одной из немногих возможностей получать доход в условиях сельской местности.

Сущность агротуризма

Агротуризм, или, как его еще называют, сельский туризм – это разновидность туризма, предполагающая размещение в сельской местности, знакомство с сельской культурой, традициями, участие в различных видах труда (животноводство, растениеводство, производство продуктов питания и др.). Например, в Испании и Италии агротуристы с большим удовольствием помогают в занятии виноградарством, а в Польше и Германии любители природы ухаживают за лошадьми и примеряют на себя роли пастухов. Агротуризм – это полное погружение в сельский быт. Туристам предлагается чередование непростого крестьянского труда и безмятежного отдыха на природе.

Мотивами для сельского туризма служит желание смены обстановки, уход от городского образа жизни, стремление к уединению и отдыху в тишине в полной гармонии с природой. Кроме того, туристам хочется соприкоснуться с бытом, культурой, национальными традициями страны, которые все еще сохранены в деревнях, а также попробовать экологически чистые продукты (питание, одежда, косметика и т. д.).

Агротуризм характерен для туристской деятельности в сельской местности: в селах, деревнях, поселках, хуторах и в районах, прилегающих к городам.

Основные компоненты агротуризма:

- размещение в сельской местности в частных домах, усадьбах или небольших гостиницах;

- питание на основе традиционной местной кухни с использованием экологически чистых продуктов;
- дополнительные мероприятия досуга и отдыха в непосредственной близости от места размещения;
- приобретение знаний об особенностях местной национальной культуры и традиционного образа жизни;
- занятие местными ремеслами и видами предпринимательской деятельности;
- мотивация, основанная на контакте с окружающей средой, где туристы имеют тесный контакт с природой, традиционной для данной местности архитектурой, гастрономией, народными обычаями и традициями.

Агротуризм и проблемы сельских территорий

Таблица – Классификация сельских районов согласно рекомендациям UNWTO

Типы	Характеристика
1	Сельские районы, находящиеся вблизи крупных городов. Главные проблемы – землепользование, конфликты конкурирующих видов землепользования
2	Главные проблемы – социальный и экономический упадок, отток молодого населения в город, низкий интерес к сельскому хозяйству
3	Отдаленные, часто горные или островные территории. Главные проблемы – низкий интерес к сельскому хозяйству и отказ от землепользования [9, стр. 308]

Существенный вклад в развитие сельских территорий может внести именно агротуризм.

Агротуризм трансформирует экономику, тем самым помогает закрепить население в сельских регионах, обеспечивает население новыми рабочими местами, а также способствует улучшению социально-экономического развития депрессивных регионов.

Агротуризм обеспечивает поддержание и сохранение жизненного пространства сельских жителей, при этом является полезным и для городских, привнося разнообразие в уклад жизни, новые знания и умения, поддерживает здоровый образ жизни, усиливает спрос на экологически чистые продукты и повышает качество жизни. Эта задача становится все более острой в современном мире, учитывая сокращение природных ресурсов, загрязнение окружающей среды, разрастание урбанизованного пространства. Таким образом, развитие агротуризма способствует решению различных проблем в социальной, политической, экономической и образовательной сфере. При этом сельские районы не теряют идентичность, сохраняют национальный колорит, местные традиции и промыслы [1, с. 35; 4; 8, с. 154].

Агротуризм в России

На сегодняшний день агротуризм не является массовым явлением. Это связано, прежде всего, с неразвитостью инфраструктуры сельских территорий, так как сельские регионы – это, как правило, плохие дороги, разлаженная система коммуникации, а также совсем небольшое количество пригодных для туристов гостиниц, которые могли бы организовать досуговые и культурно-познавательные мероприятия [10, с. 457].

Здесь важным является вопрос о сотрудничестве государства, сельских жителей и рынка услуг. Работая вместе, все эти части могут наладить экономическое, социальное и культурное состояние сельской местности и сформировать план ее дальнейшего развития.

Для России эти проблемы также актуальны. Российский агротуризм не имеет должного развития по следующим причинам:

1. Несовершенство федерального законодательства.
2. Разобщенность усилий по развитию внутреннего туризма, отсутствие интереса к внедрению механизмов экономической кооперации и управления.
3. Плохое состояние российских дорог. Поездки по России связаны с железнодорожным и авиационным транспортом, что резко увеличивает их стоимость и приводит к не востребоваемости транзитных услуг.
4. Слабое проявление туристских потоков.

5. Неудовлетворительное использование муниципальными органами своей управляющей функции, определяющей политику муниципальных образований в сфере туризма, роли регулятора и организатора туристского развития [7].

На федеральном уровне агротуризму впервые уделили внимание в 2010 году, тогда аграрный туризм стал перспективным направлением согласно целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации на 2011–2016 гг». Кроме того, в распоряжении Правительства РФ от 30 ноября 2010 года «О концепции устойчивого развития сельских территорий Российской Федерации на период до 2020 года» было дано определение агротуризма как одного из важнейших направлений в решении занятости сельского населения, также перспективным направлением в развитии села [6].

Для активного развития сельского туризма в России необходимо серьезно подойти к вопросу разработки правовых документов. Кроме того, необходимо, чтобы это развитие поддерживали муниципальные органы областей. Для сплочения единомышленников, развивающих данную сферу, необходимо создать специальную структуру, которая контролировала бы сельские туристические регионы и создавала для них свой фирменный стиль, а также помогала бы фермерам, занимающимся агротуризмом.

В России большим спросом у туристов-природолюбителей пользуются фермы, которые располагаются недалеко от крупных городов. Любимое место российских агротуристов – это винодельческое хозяйство «Долина Лефкадия» в Краснодарском крае. Туристы здесь могут прежде всего попробовать себя в роли винодела, познакомиться со всеми нюансами этой деятельности, а также поохотиться, порыбачить и попробовать артизанальный сыр. Кроме того, в августе туристам предлагают принять участие в так называемом лавандовом туре и собрать свой собственный букет лаванды.

Еще одним интересным видом агротуров является гастрономический, в России они также являются очень популярными. Агротуристы с удовольствием посещают различные фермы и пробуют продукты, которые там могут предложить, а также принимают участие в их изготовлении. В пример можно привести ферму «Богдарня» во Владимирской области. Она известна изготовлением йогурта и сыров, и еще туристы участвуют там в выращивании бычков.

Таким образом, агротуризм в России является очень перспективным направлением туризма, который нуждается в развитии.

Выводы

Итак, благодаря развитию агротуризма можно достичь экономического, социального и экологического подъема сельских территорий, усовершенствовать инфраструктуру сел и деревень, а также обеспечить поддержание этих регионов как истоков многовековой культуры, ремесел, особенностей ведения быта и сохранения их национальной уникальности.

Кроме всего прочего, развитие агротуризма поможет развитию производства экологически чистой сельской продукции и услуг, которые будут ориентированы не только на внутренний, но и на внешний рынок.

Главное – следует учитывать, что развитию сельского туризма необходим системный подход, так более эффективным путем будет программное решение этой проблемы с учетом специфики регионов.

Список источников

1. Волков К.С. Сельский туризм в РФ: тенденции и перспективы развития // Экономика, предпринимательство и право. 2012. № 6 (17). С. 30–38.
2. История Агротуризма. [Электронный ресурс] // Агротуризм. Интернет-портал [сайт]. URL: <http://agroturismo.ru/history.php> (дата обращения: 17. 10. 2019).
3. Каганович А.А. Агротуризм в развитии сельских территорий (на примере Ленинградской области) // Вестник Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2015. № 4 (94). С. 66–70.
4. Колесников А.А., Волокушина А.В. Сельский туризм как перспективный сегмент развития экономики // Современные проблемы социально-гуманитарных наук. 2015. № 1.

5. Попова О.Б., Шамкаева Э.И. Перспективы территориальной организации агротуризма в Оренбургской области // Вестник Оренбургского государственного университета. 2014. № 6 (167). С. 164-168.
6. Перспектива развития агротуризма в России [Электронный ресурс] // Ассоциация содействия развитию агротуризма: [сайт]. URL: <http://www.agritourism.ru/association/ourwork/1803> (дата обращения: 15. 10. 2019).
7. Проблемы и перспективы развития агротуризма [Электронный ресурс] // Агрофорум [сайт]. URL: <http://agroforum.su/viewtopic.php?f=151&t=1494#p5873> (дата обращения: 15.10.2019).
8. Садыкова Л.Г., Дусаева Е.М. Повышение эффективности сельского туризма в регионе // Перспективы развития науки: сб. трудов Международной научно-практической конференции. Уфа: Омега сайнс, 2015. – С. 152–156.
9. Туризм на сельских территориях: опыт, проблемы, перспективы: сб. трудов III Международной научно-практической конференции, 13 мая 2014 г. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2014. – 308 с.
10. Уланов Д.А. Туризм на сельских территориях: опыт, проблемы, перспективы // Молодой ученый. 2013. № 53. С. 455–459.
11. Leco F., Hernández J.M., Campón A.M. Rural tourists and their attitudes and motivations towards the practice of environmental activities such as agrotourism // International journal of environmental research. 2012. Vol. 7. No. 1. P. 255–264.

Асанова Дарья Владимировна, Ползюкова Виктория Викторовна

ВОЗМОЖНОСТЬ РАЗВИТИЯ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В ПРИМОРСКОМ КРАЕ

В данной статье рассматривается определение гастрономического туризма. Анализируются особенности дальневосточной кухни. Изучается потенциал развития гастрономического туризма на территории Приморского края. Описывается дальневосточный бренд «Pacific Russia Food».

Ключевые слова: гастрономический туризм, Приморский край, дальневосточная кухня, «Pacific Russia Food».

This article discusses the definition of gastronomic tourism. The features of the Far Eastern cuisine are analyzed. The potential of developing gastronomic tourism in the territory of the Primorsky Cray is being studied. It tells about the Far Eastern brand "Pacific Russia Food".

Keywords: gastronomic tourism, Primorsky Krai, Far Eastern cuisine, "Pacific Russia Food".

*Асанова Дарья Владимировна., Ползюкова Виктория Викторовна
ФГБОУ ВО «Омский государственный технический университет»*

E-mail: darya.acanova99@gmail.com

Научный руководитель:

Карасев Игорь Евгеньевич,

кандидат филологических наук, доцент

Гастрономический туризм называют путешествиями со вкусом, ведь кулинарные удовольствия иной раз лучше всего помогают понять культуру того или иного народа. В результате исследований, проведенных на данный момент, было заявлено, что желание узнать и попробовать блюда турецкой кухни занимает третье место среди причин, по которым иностранные туристы предпочитают Турцию [1]. Сегодня именно гастрономический туризм стал одной из самых быстроразвивающихся инновационных сфер туризма. Кроме того, гастрономические туристы очень активны. Они чаще, чем обычные туристы, посещают исторические места, ходят в театры, посещают музыкальные фестивали, парки и сады, играют в гольф, активно пользуются СПА-услугами. Все это определяет актуальность данной статьи.

В литературе для определения данного вида туризма используются такие разные термины, как «кулинарный туризм», «гастрономический туризм», «гастротуризм», «винный туризм», «продовольственный туризм» и «туризм для гурманов», а широко используемый термин «гастрономический туризм» определяется как «стремление к уникальному опыту еды и питья» [3].

Другими словами, гастрономический туризм – поездка с целью ознакомления с национальной кухней страны, особенностями производства и приготовления продуктов и блюд, а также обучения и повышения уровня профессиональных знаний [2].

Гастрономический туризм включает посещение производителей продуктов питания, кулинарные фестивали, рестораны и другое.

Приморский край обладает наибольшим потенциалом для развития гастрономического туризма. Дальневосточная кухня – гастрономический феномен, возникший на Тихоокеанском побережье России и вобравший в себя традиции переселенцев, коренных народов, домашней кухни жителей Дальнего Востока вместе с азиатскими заимствованиями.

С середины XVII века и до наших дней гастрономическую историю Тихоокеанского побережья России можно представить в виде многослойного пирога. Первый слой – это кулинарные традиции коренных народов Дальнего Востока (например, отсюда строганина из замороженной рыбы). Второй слой – русские и украинские блюда, которые переселенцы адаптировали под местные продукты. Третий слой вобрал в себя заимствования из китайской (вок), корейской (пьян-се и острые закуски) и японской (сырые морепродукты, соусы) кухни.

И, наконец, четвертый слой – это простая домашняя кулинария дальневосточников советского и постсоветского времени.

Разнообразные виды рыб и поразительное изобилие морских деликатесов являются ключевыми элементами кулинарии Приморского края.

Гастрономические туристы могут познакомиться с гастрономическими ресурсами региона, посетив специализированные и атмосферные кафе и рестораны, отражающие специфику каждого аспекта приморской кухни.

Главная особенность Владивостока – умение сочетать в себе самые разнообразные направления кулинарного искусства. В городе насчитывается более 900 заведений, куда входят рестораны, бары, кофейни, фастфуды, пиццерии и столовые, двери которых всегда открыты для посетителей.

На улицах города расположены рестораны азиатской и грузинской кухни, погружающие посетителя в совершенно новую атмосферу; европейские рестораны, пестрящие многообразием блюд из морепродуктов. Помимо ресторанов, имеется большое количество самых разнообразных кафе и пельменных, впечатляющих неповторимым стилем, безмятежностью и уютом.

Также набирает популярность уличная еда, которую можно встретить не только на улицах Владивостока, но и на набережных. К традиционной уличной еде относятся пян-се, пирожки, шаверма, а настоящей новинкой становятся ресторанчики на колёсах, предлагающие разнообразные бургеры, сэндвич-грили. Такие стритфуд-точки преобладают на городских праздниках.

Блюда по сезонам года – еще один интересный тренд для Владивостока, так как многие известные рестораны и кафе летом открывают террасы с видом на красоты города, а в холодные сезоны согревают своей внутренней атмосферой. В таких ресторанах и кафе летом подаются морепродукты, лёгкие блюда из свежих овощей и сочных фруктов. Осенью гостям в меню предлагаются поистине осенние блюда из тыквы и овощей, а зимой – согревающие напитки, сытные блюда из мяса и рыбы.

Немаловажным моментом является создание в мае 2017 года дальневосточного бренда «Pacific Russia Food». Его миссия – сделать дальневосточную кухню одним из инструментов устойчивого развития региона [4]. Программа рассказывает о культовых продуктах Приморского края, таких как агар-агар, актинидия, гребешок, трепанг, камчатский краб, лимонник и другие. Бренд ведет сотрудничество с 4 ресторанами:

- Ogonёk – фермерский ресторан, идея которого выдержана до деталей. Благодаря соседству с гостиницей ресторан служит форпостом дальневосточной кухни для гостей города, знакомя их с неизвестными для туристов, но такими привычными для дальневосточников вкусами, например, скоблянкой из кукумарии;
- Svoу – ресторан европейской и русской кухни в дальневосточном прочтении. Мультикультурность Владивостока нашла полное отражение в меню ресторана: здесь угощают и свежими морепродуктами из аквариума, и классическими русскими и европейскими блюдами, и «своим» – малосольной рыбой и таёжными соленьями, настойками по собственным рецептам;
- Novik Country Club – главный принцип – экологичность во всем, а концепция кухни – дальневосточная домашняя;
- Port Cafe – здесь делают акцент на продукты, которые привозятся исключительно из регионов Тихоокеанского побережья России – от Камчатки до Приморья. Интерьер Port Cafe простой и по-домашнему уютный: на стенах многочисленные снимки местных фотографов с видами Владивостока и Приморья.

Во Владивостоке также проходят разнообразные гастрономические фестивали. Самым знаменитым является фестиваль живых камчатских крабов «Держи краба!». Проводится он на Дальнем Востоке с 2016 года. Фестиваль стал важным мероприятием в туристическом календаре Приморья и ежегодно привлекает большое количество туристов из разных регионов России, а также Кореи и Китая.

Еще одно гастрономическое мероприятие – фестиваль дальневосточных мидий. Праздник проходит в мае, в это время можно попробовать мидии в ресторанах по промоцене. Пер-

вый фестиваль мидий состоялся в 2018 году и с первых же дней стал популярным среди жителей Владивостока.

Однако есть факторы, которые тормозят развитие гастрономического туризма, к ним можно отнести:

- отсутствие опыта у местных туристских операторов в организации гастрономических туров;
- дороговизна гастрономических туров;
- недостаточно высокое качество обслуживания посетителей на предприятиях туризма и гостеприимства.

Таким образом, Приморский край, несмотря на имеющиеся проблемы, имеет потенциал для развития гастрономического туризма. Но для решения вышеописанных недостатков необходимо проведение исследований, направленных на усовершенствование системы и инфраструктуры края, а также проведение маркетинговых мероприятий для более точного сегментирования рынка и продвижения туров.

Список источников

1. Бедяева Т.В., Кущева Н.Б. Гастрономический туризм как перспективный вид развития регионов России URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gastronomicheskiy-turizm-kak-perspektivnyy-vid-razvitiya-regionov-rossii> (дата обращения: 13.10.2019)

2. Драчева Е.Л., Христов Т.Т. Гастрономический туризм: современные тенденции и перспективы [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gastronomicheskiy-turizm-sovremennye-tendentsii-i-perspektivy> (дата обращения: 13.10.2019)

3. Halil A., Eda G., Sercan A., Umit S. Gastronomy in Tourism [Электронный ресурс] URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212567116302866> (дата обращения: 13.10.2019)

4. Портал Pacific Russia Food [Электронный ресурс] URL: <https://pacificrussiafood.ru/> (дата обращения: 13.10.2019)

ТУРИСТСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ОТЕЛЯ RADISSON HOTEL ROSA KHUTOR (г. СОЧИ) КАК СРЕДСТВО РАЗМЕЩЕНИЯ, ОРИЕНТИРОВАННОЕ НА БИЗНЕС-ТУРИСТОВ

В статье проанализирован отель «Radisson Hotel Rosa Khutor» (г. Сочи) как объект внимания бизнес-туристов. Автор проанализировал услуги отеля, которые могли бы быть интересны потенциальным клиентам, в частности бизнес-туристам, кроме того, изучен интерьер и номерной фонд отеля. Также на основании проанализированного материала даны рекомендации по совершенствованию услуг отеля.

Ключевые слова: отель «Radisson Hotel Rosa Khutor», г. Сочи, бизнес-туристы, интерьер отеля, услуги отеля, деловой туризм.

The article analyzes the Radisson Hotel Rosa Khutor in Sochi as an object of attention for business tourists. The author analyzed the hotel's services, which would be of interest to potential customers, in particular business tourists, in addition, studied the interior and room stock of the hotel. Also, on the basis of the analyzed material, recommendations are given to improve the hotel's services.

Keywords: Radisson Hotel Rosa Khutor, Sochi, business tourists, hotel interior, hotel services, business tourism.

*Бродникова Екатерина Сергеевна
ФГБОУ ВО «Омский государственный технический университет»
E-mail: katya-brodnikova@mail.ru
Научный руководитель:
Солодовникова Юлия Ринатовна,
старший преподаватель,
ФГБОУ ВО «Омский государственный технический университет»*

Деловой туризм можно назвать путешествием со служебными или профессиональными целями без получения доходов по месту временного пребывания. Данный вид туризма включает в себя деловые поездки (командировки) бизнесменов и предпринимателей, конгрессно-выставочный и инсентив-туризм, проведение событийных, или ивент-мероприятий. Наиболее популярным и динамичным сегментом является конгрессно-выставочная деятельность. На современном этапе деловые, событийные мероприятия – это один из самых динамично развивающихся и перспективных сегментов индустрии гостеприимства. Это разъясняется отсутствием резких сезонных колебаний спроса, даже в период экономического кризиса деловые поездки продолжают, а иногда спад в экономике, наоборот, стимулирует бизнес-активность. Деловой туризм является очень выгодным сегментом, так как ориентирован на клиентов с высоким уровнем дохода. МICE-туризм предполагает взаимодействие авиаперевозчиков, туроператоров, выставочных центров и экскурсионных бюро, предприятий общественного питания, средств размещения. Но несмотря на свою сложность, это самый прогнозируемый вид туризма, так как деловые мероприятия всегда запланированы и готовятся заранее. К тому же среди потребителей конференц-услуг большую часть составляют корпоративные клиенты, предпочитающие долгосрочные договорные отношения. Стоит сказать о том, что потенциал для роста конгрессной деятельности у Розы Хутор есть. В отеле предусмотрены все услуги для удобного размещения в любое время года, а также для проведения бизнес-мероприятий на самом высоком уровне. Здание отеля выполнено в едином стиле с остальными гостиницами курорта и идеально вписывается в архитектурный дизайн местности.

На наш взгляд, прежде всего нужно ознакомиться с месторасположением отеля, которое является важным фактором при выборе средства размещения для бизнес-туриста. Отель «Radisson Hotel Rosa Khutor» находится всего в 31 км от Сочи и в 7 км от международного аэропорта Сочи (Адлер). Теперь перейдем к изучению услуг отеля, которые могут заинтересовать и привлечь бизнес-туристов. Отель представляет собой 7-этажное здание с двумя гос-

тевыми лифтами, стоящее на берегу реки Мзымта. Все номера отеля оборудованы согласно мировым стандартам гостеприимства, оформлены в одном из трех стилей – «Натуральный», «Городской» или «Нью-йоркский особняк», и включают разнообразие необходимых и приятных принадлежностей, таких как фирменные косметические продукты Anne Semonin и бесплатный скоростной Интернет. В каждом номере также предлагается международная телефонная связь, персональный климат-контроль и 32-дюймовый плоский телевизор. Из каждого номера гости могут видеть потрясающие картины кавказских гор и набережной реки.

В отеле «Radisson Hotel Rosa Khutor», расположенном в самом центре курорта «Роза Хутор», имеются помещения для мероприятий площадью от 30 до 340 кв. м, кроме того, в отеле есть просторный трансформируемый зал и 10 залов для мероприятий разного размера. Также в отеле есть Brain Box – это инновационная комната для переговоров, специально созданная для повышения эффективности работы и стимулирования творческого потенциала. В комнате Brain Box сделано все для того, чтобы способствовать креативному процессу, даже мебель здесь совершенно особенная – лаундж-кресла и подушки, которые можно передвигать и компоновать по желанию гостей.

Отель, спроектированный известным шведским дизайнером Кристианом Лундваллом, располагает 181 номером. Дизайн интерьеров выполнен в трех стилях: урбанистический, естественный выдержанный и стиль нью-йоркского особняка, кроме того, из номеров открывается вид на набережную или горы. В комфортных номерах имеется бесплатный высокоскоростной беспроводной Интернет, бесплатный бар с безалкогольными напитками, индивидуальная система кондиционирования, телевизор с плоским экраном с диагональю 32 дюйма. Что касается номерного фонда отеля, представлены такие категории, как: Standard, Superior, Premium, Junior, люкс: Junior, Presidential. На наш взгляд, стоит еще упомянуть о том, что в отеле имеются два ресторана: Seasons (шведский стол) и Black Bar & Grill, кроме того, в отеле также есть оздоровительный клуб и спа-салон Pygamid Health Club & Spa, фитнес-центр, беговые дорожки [1].

Рассмотренный нами отель «Radisson Hotel Rosa Khutor» (г. Сочи) выгодно отличается от других отелей тремя факторами: инфраструктура, современный и стильный дизайн интерьеров, а также международный уровень сервиса, данные факторы позволяют сделать вывод, что средства размещения готовы принять деловых туристов, так как все необходимые услуги присутствуют. Отель на курорте Роза Хутор может выступать как гостиничный центр внимания политиков, бизнесменов, деятелей культуры и искусства, т. к. предлагает услуги, разнообразные по видовой тематике (в первую очередь – деловые клиенты, также клиенты, приезжающие с целью занятия зимними видами спорта). В «Radisson Hotel Rosa Khutor» 181 номер, интерьеры в номерах подобраны тщательно, продумана каждая деталь. Все номера оборудованы комфортабельными спальными зонами, кондиционерами, телефонами с голосовой почтой, интерактивным телевидением, мини-баром, сейфом и доступом в Интернет.

Таким образом, для совершенствования услуг отеля нужно развивать стратегии развития корпоративных продаж, правильно распределять обязанности персонала отеля. Наличие массовых мероприятий международного, федерального и регионального уровня способствуют притоку деловых туристов в город Сочи. Развитие делового туризма напрямую связано с состоянием гостиничной инфраструктуры и широким спектром услуг, оказываемых отелем.

Список источников

1. Radisson Hotel Rosa Khutor [Электронный ресурс] URL: <https://www.radissonhotels.com/ru-ru/hotels/radisson-rosa-khutor> (дата обращения: 28.10.2019.)
2. «Radisson Rosa Khutor» отель [Электронный ресурс] URL: https://www.alean.ru/rossiya/krasnodarskiy_kray/krasnaya_polyana_kurort/radisson_rosa_khutor_tel/ (дата обращения: 30.10.2019.).

Брюхова Валентина Александровна

ПРЕДПОЧТЕНИЯ ПУТЕШЕСТВУЮЩЕЙ МОЛОДЕЖИ ПЕРМСКОГО КРАЯ (СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АСПЕКТ)

В статье представлены результаты работы Студенческого научного общества кафедры туризма ПГНИУ в 2018–2019 гг. На материалах интернет-опросов рассмотрены предпочтения молодежи Пермского края в выборе направлений и мест путешествий, средств размещения и предприятий общественного питания. Уделено внимание такой социально-экономической проблеме, с которой сталкиваются туристы, как информирование о придорожном сервисе. По каждому направлению исследования предложены рекомендации и сделаны выводы.

Ключевые слова: молодежный туризм, предпочтения, придорожный сервис, Пермский край.

The article presents the results of the work of the Student Scientific Society of the Department of Tourism of the PSU in 2018-2019. Based on the materials of online surveys, the preferences of Perm Krai youth in choosing travel destinations and places, accommodation facilities and catering facilities are considered. Attention was paid to socio-economic problem that tourists face: informing about roadside services. The recommendations were given and conclusions were drawn for each area of research.

Key words: youth tourism, preferences, roadside service, Perm krai.

Брюхова Валентина Александровна

ФГБОУ ВО «Пермский государственный национальный исследовательский университет»

E-mail: valyabryuhova@mail.ru

Научный руководитель:

Харитоновна Нина Викторовна,

кандидат экономических наук, доцент

Молодежному туризму в последнее время уделяют немало внимания. В литературе даются определения понятия молодежного туризма, выделяются его особенности [1; 5], достаточно подробно описаны проблемы и перспективы его развития. Авторы выделяют как особенность такого туризма – экономичность путешествий, связывая её с невысокой требовательностью и ограниченным бюджетом. Также отмечают стремление молодежи сочетать отдых с развлечениями и познанием, что, вероятно, обусловлено их привычкой проводить свободное время ярко и непринужденно. Молодежный туризм включает в основном познавательный, экологический, активный, событийный, а в последнее время и игровые виды туризма. Так, Селиверстенко А. С. и Мельцов А. В. рассматривают как перспективное направление квест-туризм [3]. В большей части научных статей молодежный туризм рассматривается как фактор развития туризма на территории РФ [2, 6].

Молодежному туризму на территории Пермского края посвящено не много исследований, поэтому нет четкого представления о том, как и в каких направлениях его развивать. Это и послужило мотивом обращения к молодежному туризму как направлению исследования в рамках работы Студенческого научного общества (СНО).

Гипотеза нашего исследования состояла в том, что молодой турист конца 2010-х увеличивает активность, меняет свои предпочтения и устремления в сторону разумной комфортности путешествия, имеет доходы, патриотично настроен на знакомство с достопримечательностями России и территории, где живет, хотел бы безвозмездно помочь их сохранению, считает нужным развивать туристский сервис.

По нескольким направлениям исследования предпочтений путешествующей молодежи Пермского края СНО были разработаны анкеты и проведены онлайн-опросы в объеме репре-

зентативной выборки, охватившие от 103 до 172 человек разных возрастных групп в общем массиве людей от 14 до 35 лет.

Предположение о том, что молодежь много путешествует, подтвердилось: выезжают в год от 1 до 3 раз (рис. 1), что является очень хорошим показателем, подтверждающим высокую туристскую активность этой части населения края. Для выявления направлений путешествий был задан вопрос «Опыт каких путешествий Вы имеете?» с возможностью выбрать несколько ответов. Результаты оказались следующими: в другие страны мира – 55 %, в города России – 87 %, по Пермскому краю – 73 %, что позволяет заключить, что в основном молодежь путешествует по России и родному краю. Вместе с тем более половины респондентов имеют опыт международных путешествий.

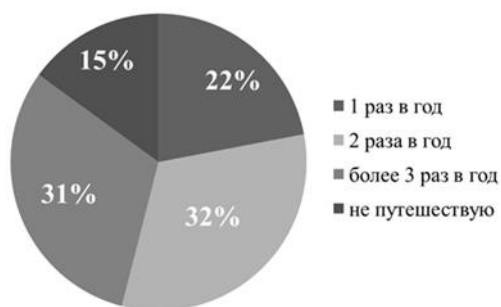


Рисунок 1 – Распределение ответов на вопрос «Как часто Вы путешествуете по Уралу?»

Полученные ответы свидетельствуют и о возросшем уровне расходов, которые могут себе позволить в настоящее время молодые туристы. Оказалось, что в среднем на путешествия по стране респонденты готовы потратить от 10 до 30 тыс. руб. на человека, в то время как в период 2010–2015 гг., по данным пермских турагентств, интервал расходов был 5–15 тыс. руб.

Молодежный туризм в России, особенно на глубинных территориях, – преимущественно активный, привлекающий молодежь атмосферой приключений, романтикой, открытиями и новыми знакомствами в непринужденной обстановке. Развитию этого вида туризма способствуют уникальные природно-климатические условия регионов страны, наличие исторических, природных и культурных достопримечательностей. По результатам опроса «Активный молодежный туризм на Урале и Пермском крае» оказалось, что 85 % респондентов (146 из 172 чел.) путешествуют по Уралу, проводя в поездках в среднем от 2-х до 4-х дней и считая приемлемой ценой поездки 500–2000 руб. на человека в день (табл. 1).

Таблица – Результаты опроса «Активный молодежный туризм на Урале и Пермском крае»

Приемлемая цена турпоездки		Продолжительность поездки	
Цена, руб.	Кол-во голосов, %	Кол-во дней	Кол-во голосов, %
500–2000	63	1–2 дня	48,5
2000–5000	37	3–5 дней	39,8
		более 5 дней	25,7

Молодежь предпочитает активный туризм по рекам и горам (56 %), культурно-познавательные поездки (52 %). Большинство респондентов знают основных туроператоров (ТО) Пермского края по внутреннему активному туризму и обращаются к ним, однако 91 % организуют путешествия самостоятельно.

Наиболее известные природные объекты, по которым проходят пешеходные маршруты молодых в пределах Пермского края – это гора Колпаки, Усьвинские столбы, хр. Рудяный спой (Каменный город), камни Полюдов и Ветлан, Чувальский камень, плато Кваркуш, гора Осянка. Указанные в ответах водные маршруты края проходят по рекам Усьва, Чусовая, Вишера, Сылва, Койва. Эти территории доступны, но в большинстве случаев не оборудованы и загрязнены скоплением мусора, что нарушает их природную среду. Молодые люди понимают, чем это грозит, и выражают готовность безвозмездно помогать. Вариантом решения этих проблем может быть включение в сетку предложения ТО волонтерских туров, где сочетается отдых с волонтерской деятельностью по очистке, оборудованию туристских стоянок.

Такой тур должен быть дешевле обычного и сочетать экономическую выгоду с ощущением общественной важности того, что приносишь пользу себе и другим.

Для любителей самостоятельного туризма нужно разработать портал (мобильное приложение), на котором молодые люди смогут оставлять отчет о количестве собранного и вывезенного мусора во время своих путешествий; бонусами могут быть поощрительные призы от местных властей, магазинов спортивного и туристского снаряжения, туроператоров и др. В последнее время все больше молодых людей беспокоятся о состоянии окружающей среды, подобные путешествия будут для них интересны. Кроме того, это позволит организовать практическую эколого-просветительскую деятельность.

Важнейшими составляющими любого путешествия являются размещение и питание. Онлайн-опрос «Предпочтения путешествующей молодежи в выборе средств размещения», в котором приняли участие 156 человек, позволил установить, что большинство респондентов предпочитают наравне с палаточным размещением гостиницы (37,2 %) и хостелы (36,5 %). Хотели бы обеспечить себе нормальные санитарно-гигиенические условия, достаточное личное пространство, разумный комфорт и готовы платить за это вполне рыночную цену от 800 до 1500 руб./сутки. Был составлен общий рейтинг критериев выбора средств размещения: 1-е место – цена; 2-е – санитарно-гигиенические условия; 3-е – местоположение; 4-е – безопасность; 5-е – компетентность персонала (обслуживание) [4].

В ходе анализа результатов опроса было установлено, что основные критерии выбора средств размещения у разных возрастных групп различаются. Так, для более молодых респондентов важнее оказались безопасность и местоположение средств размещения, а возрастная группа от 24 до 35 лет больше ценит компетентность персонала и качественное обслуживание. Дизайн хостела, наличие зоны отдыха и возможность пользования дополнительными услугами более значимы для молодых людей в возрасте 20–23 года. Ответы респондентов позволили выявить недочеты бюджетных средств размещения. По мнению пермской молодёжи, главными из них являются малое личное пространство и плохие санитарные условия. При создании хостела особое внимание следует обращать на удобство койко-места и его рациональное пространственное размещение. Жизненно важно увеличивать число душевых и туалетов, использовать качественную сантехнику, а для улучшения санитарно-гигиенических условий чаще производить уборку санитарной зоны.

Питание – одна из главных потребностей человека. В туристской поездке оно может быть организовано самостоятельно либо предприятиями общественного питания. Мнение 105 респондентов опроса «Предпочтения молодёжи заведений общественного питания» в отношении вкусовых предпочтений распределилось следующим образом: наиболее привлекательными являются европейская и азиатская кухни. На третьем месте предприятия быстрого питания (рис. 2).



Рисунок 2 – Вкусовые предпочтения молодежи Пермского края

Среди критериев выбора предприятия общественного питания ярко выделяется доступная цена (91,6 %), примерно равное количество респондентов проголосовали за разнообразное меню/изысканность блюд (52,6 %) и удобное местоположение (48,4 %), а также за положительные отзывы о заведении (49,5 %). Отношение персонала, уровень обслуживания важны только для 1 % опрошенных. Возможно, это связано с тем, что в крае распространено самообслуживание. В то же время, около 70 % респондентов ответили, что хотели бы обслу-

живание официантами. Возможно, в этом проявляется противоречие между стремлением современной молодёжи к комфортности и неприятием высоких цен за него.

Важно отметить, что средства размещения и предприятия общественного питания в основном расположены в населенных пунктах, что осложняет путешествие по территории субъекта. Для края с огромной площадью и ландшафтным разнообразием, большой дорожной сетью важно развивать туристский придорожный сервис. К предприятиям придорожного сервиса относят средства размещения (мотели, хостелы, кемпинги), сервисные предприятия технической направленности (автомойки, автозаправочные станции (АЗС, АГЗС), станции технического обслуживания (СТО) и др.), предприятия общественного питания, медицинские учреждения, предприятия розничной торговли. Такая придорожная инфраструктура в крае есть, вопрос в том, информированы ли об этом туристы.

С целью выяснить наличие и характер информации о таких предприятиях придорожного сервиса как общественное питание и средства размещения, был проведен анализ Интернет-ресурсов (Яндекс Карты; 2ГИС; Trassa-tour.ru). На момент анализа на данных ресурсах была представлена информация о 171 организации, однако объём и качество её с позиций туриста является разной. Информацию о 42 % выявленных предприятий нельзя признать удовлетворительной в силу отрывочного характера и недостаточного объёма для комфортного использования. Многие предприятия не имеют собственного названия, обозначены как «Кафе» или «Гостиница», что осложняет их идентификацию при движении по дороге. В достаточном объёме информация представлена о 25 % предприятий, по ней возможна их идентификация и запланированные остановки. Наиболее полная информация на рассматриваемых источниках представлена о 33 % сервисных предприятий. Она обеспечивает определение точного местоположения, даёт полное представление о предприятии и об услугах, которые оно предоставляет.

Таким образом, в настоящее время качественную информацию о своей деятельности предоставляет лишь треть придорожных сервисных организаций края. Решение этой проблемы возможно путём создания цифровой сервисной навигации: интерактивной карты, которая будет информировать об основных туристских маршрутах края, сервисных предприятиях, пропускной способности автомобильных дорог и др. Желательно, чтобы карта частично функционировала в режиме offline, так как не на всех участках автодорог есть мобильный Интернет. Кроме того, важно обратить внимание на отсутствие предоставления комплекса услуг и создавать сервисные кластеры, объединяющие в себе несколько предприятий (например, АЗС, кафе и СТО).

Выводы

Результаты анализа всех полученных (в статье приведена только часть) данных, позволяют сделать вывод, что гипотеза нашего исследования в основном подтвердилась.

Туристская активность молодежи достаточно высокая, а география путешествий имеет выраженную российскую и региональную направленность.

Наблюдается ориентация активного молодежного туризма на сохранение природной среды и решение экологических проблем мест прохождения пеших и водных маршрутов, волонтерское стремление молодежи сделать свой отдых общественно полезным. Здесь необходима поддержка со стороны краевых, местных властей и профессионалов туризма, заинтересованных в развитии внутреннего туризма.

Просматривается и такая особенность как более высокий уровень расходов, которые может себе позволить молодой путешественник. Считаем это хорошим посылом для развития туристского бизнеса в регионе.

Выявленные предпочтения молодежи в выборе средств размещения и мест общественного питания позволяют говорить о востребованности сервисной составляющей современного путешествия. Это следует учитывать при усовершенствовании существующих и создании новых сервисных предприятий в населенных пунктах и на территориях, прилегающих к автодорогам.

Комфортность условий путешествия молодежь связывает с наличием интерактивной цифровой сервисной навигации, содержащей актуальную и полную информацию о сервисной инфраструктуре на туристских маршрутах и региональных дорогах.

Изучение и выявление предпочтений путешествующей молодежи – важный ориентир для разработки концепций и программ развития регионального туризма.

Список источников

1. Бурмака А.С. Понятие молодежный туризм и его существенные особенности // Приоритетные направления и проблемы развития внутреннего и международного туризма в России: Материалы I Всерос. с международ. участием науч. конф. Симферополь, 2018. С. 237-240.

2. Колесова А.Ю. Молодежный туризм как фактор развития внутреннего туризма Кировской области // Общество. Наука. Инновации: сборник статей Всерос. ежегод. науч.-практ. конф. Киров, 2017. С. 5347-5352.

3. Селиверстенко А.С., Мельцов А.В. Квест-туризм как перспективное направление в молодежном туризме // Индустрия туризма: возможности, приоритеты, проблемы и перспективы. Москва, 2019. С. 127-133.

4. Харитоновна Н.В., Брюхова В.А., Емельянова Е.М., Салангина К.Ю. Предпочтения путешествующей молодёжи в выборе средств размещения (на примере Пермского края) // География и туризм. 1/2019. Пермь, 2019. С. 120-124.

5. Шевырин С.А. Основы организации молодёжного туризма: учеб. пособие. Пермь, 2015. 102 с.

6. Юдина Т.А., Балаян М.Н. Молодежный туризм как фактор развития международного туризма на территории Краснодарского края // Теория и практика общественного развития. Краснодар, 2015. С. 18-22.

СОРЕВНОВАНИЯ ПО ВЫЖИВАНИЮ И ЖИЗНЕОБЕСПЕЧЕНИЮ В ПРИРОДНОЙ СРЕДЕ И ПОИСКОВО-СПАСАТЕЛЬНЫМ РАБОТАМ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО СПОРТИВНОГО ТУРИЗМА

В данной статье рассматривается роль спортивного туризма в общем развитии регионального туризма. Проведен анализ спортивного регионального соревнования по выживанию и жизнеобеспечению в природной среде и поисково-спасательным работам «Вятский лось» на территории Кировской области.

Ключевые слова: спортивный туризм, спортивно-оздоровительный туризм, комбинированный туризм, особо охраняемый природный объект.

This article discusses the role of sports tourism in the overall development of regional tourism. The analysis of the regional sports competition for survival and livelihoods in the natural environment and search and rescue operations "The Vyatka Elk" in the Kirov region.

Key words: sports tourism, sports and recreation tourism, combined tourism, specially protected natural site.

*Веприкова Алевтина Александровна
Вятский государственный университет
E-mail: timiredisfailinthesky@gmail.com
Научный руководитель:
Колесова Юлия Анатольевна,
кандидат педагогических наук*

Спортивный туризм, по последним статистическим данным, занимает средние места по популярности среди существующих видов туризма в России [4]. Это связано со специфическим характером данной формы отдыха, которая требует особой физической подготовки и определённых знаний. Постепенно спортивный туризм становится популярным среди людей, склонных к риску и опасностям в условиях природной среды.

«Спортивно-оздоровительный туризм имеет широкий диапазон деятельности. К нему относятся: образовательный процесс средствами туризма, широко используемый в системе дополнительного образования детей, оздоровительные походы, проводимые самостоятельно (самодеятельный туризм), коммерческий туризм с организацией активных путешествий с целью отдыха, экскурсий, разных форм для увлечений и развлечений и др., походы выходного дня с оздоровительной и познавательной деятельностью, и как вид спорта со спортивными мероприятиями в системе физической культуры и спорта, и даже поисковая и исследовательская деятельность в культурно-исторической жизни нашего общества» [1].

В Кировской области спортивный (спортивно-оздоровительный) вид туризма является приоритетным среди прочих. Это связано со многими факторами, среди которых можно отметить:

- наличие нескольких ООПТ (особо охраняемые природные территории), таких, как Пижемский заказник, заповедник «Нургуш», заказник «Былина», заказник «Бушковский лес»;
- активная работа «Федерации оздоровительно-спортивного туризма Кировской области»;
- интеграция данного вида туризма с географическими и культурными особенностями региона.

Одним из важнейших мероприятий спортивно-оздоровительного туризма Кировской области являются соревнования по выживанию и жизнеобеспечению в природной среде и поисково-спасательным работам (ВИЖ и ПСР) «Вятский Лось», проводимый на протяжении 19 лет. «Вятский Лось» включает элементы комбинированного туризма – «закключаются в прохождении экстремально ориентированной дистанции, моделирующей спортивный маршрут по нескольким видам туризма, с отработкой действий по решению проблем спасения, жизне-

обеспечения и выживания в условиях природной среды» [2]. Регламентируется и руководствуется под началом «ФОСТКО» («Федерации оздоровительно-спортивного туризма Кировской области»), КОГАУ ЦСП «Вятка-старт», МБОУ ДО ДЮЦ им. А. Невского города Кирова и другие. Контингент участников не притязателен – от сотрудников МЧС поисково-спасательных частей регионов ПФО до туристов-любителей. Как показал опыт последних лет, в основном это участники туристских клубов Кировской области.

В настоящее время комплекс соревнований включает разнообразные задания по спасению команды и самого себя. Каждый из этапов проверяет участников на силу, ловкость, бесстрашие, упорство, в итоге на самые важные психологические качества, которые помогут выжить и преодолеть локальные и протяжённые препятствия, которые в реальной жизни нужно проходить без промедлений.

Система соревнований «Вятский Лось» создавалась постепенно в течение года, основываясь на опыте прошлых лет, затруднениях, ошибках, предпочтениях спортивных судей и участников. Плотная подготовка к мероприятию начинается за 2 месяца, включает работу секретариата по распечатке всех необходимых протоколов и заданий, работу главного судьи и начальников дистанций по размещению препятствий, соответствию погодных условий и рельефу местности.

Как было отмечено выше, соревнования совершенствуются с каждым годом и включают в себя всё больше ситуаций, в которые может попасть не только сотрудник МЧС, но и турист-любитель, увлекающийся самодеятельным туризмом.

Данные соревнования являются площадкой по формированию профессиональных компетенций студентов направления подготовки 43.03.02 «Туризм». В данном мероприятии студенты выполняли следующие роли:

- потерявшихся людей с различными признаками той или иной болезни. Студентов перемещали с помощью носилок на протяжении нескольких километров по луговой местности и водному объекту (2018 год);
- потерявшихся людей, которых необходимо было найти ночью в лесу каждой из команд на этапе «Потеряшки» (2018 год). Он регулировался волонтерским некоммерческим общественным объединением «Lisa Alert»;
- заместителей главного судьи соревнований. Студенты осуществляли подготовку документов для секретариата, разработку нескольких интеллектуальных этапов, выезды на этапы «Совещание» с главным судьёй, работу с запасными судьями, поддержание инфраструктуры проживания спортивных судей в перерывах между этапами (2019 год).

В дальнейшем студенты, получившие опыт в организации соревнований «Вятский лось», могут стать инициаторами собственных массовых мероприятий и проектов, а также выразить свои идеи в курсовых и выпускных квалификационных работах.

Соревнования по выживанию и жизнеобеспечению в природной среде и поисково-спасательным работам «Вятский Лось» 2019 года принял 20 команд в составе четырёх участников, в том числе капитана. В итоге набралось 80 человек. Участники соседствующих регионов: Марий-Эл, Чувашии, Нижнего Новгорода, Пермского края и остальная часть команд с Кировской области. 18 команд – это сотрудники МЧС Кировской области, города Кирова и соседних регионов, 2 команды – представители туристских клубов Кировской области.

Таким образом, соревнования по выживанию и жизнеобеспечению в природной среде и поисково-спасательным работам «Вятский Лось» являются важным фактором в развитии спортивного туризма в Кировской области, а также внутреннего туризма в Приволжском Федеральном округе.

Список источников

1. Регламент по виду спорта «спортивный туризм», 2011 г.
2. Козлов А.И. Вопросы спортивно-оздоровительного туризма, как составляющей части внутреннего туризма [Электронный ресурс] / А.И. Козлов//ФГБУ ПВО Пермский государ-

ственный гуманитарно-педагогический университет// /Физическая культура, спорт, туризм: научно-методическое сопровождение – 2014. – с.155-157

3. Власова Т.И., Иванов А.В., Таймазов В.А., Федотов Ю.Н. Спортивно-оздоровительный туризм в России: основные понятия и проблемы развития [Электронный ресурс] / Власова Т.И., Иванов А.В., Таймазов В.А., Федотов Ю.Н.// Вестник национальной академии туризма/// – 2007. – № 4 – С. 62–64.

4. [Электронный ресурс] – <https://www.russiatourism.ru>

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В МУРОМЦЕВСКОМ РАЙОНЕ

В статье рассматриваются возможные перспективы развития туризма в Муромцевском районе и подробное описание каждого предполагаемого вида.

Ключевые слова: туризм, развитие, территория Муромцевского района.

The article discusses the possible prospects of tourism development in the Muromtsevo district and a detailed description of each proposed species.

Key words: tourism, development, territory of Muromtsevo district.

Викулова Анна Сергеевна

ФГБОУ ВО «Омский государственный технический университет»

E-mail: anya.vikulova@inbox.ru

Научный руководитель:

Карасев Игорь Евгеньевич,

кандидат филологических наук, доцент

Из-за сложной экономической ситуации в нашей стране отрасль туризма подвергается значительному спаду. Но не стоит забывать тот факт, что территория Российской Федерации богата ресурсами и смогла бы послужить резкому скачку роста туристического потока.

Одна из таких территорий – Муромцевский район. Ведь там располагается 202 объекта культурного исторического наследия, в том числе 164 объекта археологических, включенных в единый государственный реестр объектов культурного наследия.

В этой местности регулярно проводятся районные праздники спорта, в которых принимают участие жители всех близко расположенных сельских пунктов; осуществляются массовые событийные мероприятия: этнический фестиваль «Солнцестояние», святой праздник Крещения, организуемые Калачинской Епархией, Пасхальная неделя, Троицкие гуляния.

Территория Муромцева связана с легендой об энергетическом центре Земли и тайнах местных озер. Благодаря этому Муромцево является территорией паломничества для представителей разных религиозных исповеданий.

Присутствуют объекты для привлечения туристов из ряда любителей аграрного туризма: грибные леса (с лисичками, груздями, волнушками и т. д), ягодные поляны (с черникой, ежевикой, брусникой, клубникой и т. д), озера, рыболовные реки (со стерлядью, карасями, окунями), конюшни и фермерские хозяйства.

Территория района предоставляет средства размещения: база отдыха «Артын», туристическая стоянка на озере Линёво, гостинный дом «Окуневский», гостинный дом «Ермак», гостевой хутор «Белая Вежа». Услуги питания предлагают кафе и столовые. Также имеются магазины, осуществляющие торговлю сувенирной продукцией.

Исходя из вышесказанного, можно предположить, что наиболее перспективными видами туризма для развития на данной территории могут являться такие типы, что представлены в таблице.

Таблица – Предполагаемые виды туризма в данном районе

Религиозный туризм	Предпосылкой развития данного вида туризма считается пребывание общин, легенды о паранормальных явлениях, которые можно наблюдать на территории района
Экологический туризм	Посещение экологически чистых озёр на территории Муромцевского района
Орнитологический туризм	Для данных туров разрабатываются специализированные туристские маршруты, где наибольшее скопление определенных разновидностей птиц; туристам предоставляются специализированные укрытия, вышки для наблюдения, техника и сопровождение

Аграрный туризм	Наиболее востребованными объектами могли бы стать деревни Окунево, Бергамак, Надеждинка, Курганка, Кондратьево
Событийный туризм	События, приуроченные к данной территории
Спортивно-оздоровительный туризм (лыжный спорт)	В деревне Петропавловка Муромцевского района, на высоком берегу реки Шайтанки есть база отдыха «Биатлон», ориентированная на обслуживание спортсменов

Таким образом, территория Муромцевского района обладает достаточным потенциалом для развития внутрирегионального и въездного туризма. Но из-за ряда участков трассы, которым необходим ремонт, и недостаточного числа предприятий придорожных услуг территория востребована малому числу туристов.

Список источников

1. Сибак. [Электронный ресурс]. –URL:<https://sibac.info/studconf/econom/xxiv/39258> (дата обращения 09.10.2019)
2. NGS.RU [Электронный ресурс]. –URL:<https://turizm.ngs55.ru/omskRegion/objects/baza-otdiha-biatlon-1089/> (дата обращения 09.10.2019)
3. Государственная программа Омской области «Развитие культуры и туризма» на 2014–2020 годы // Туристский портал «Омское Прииртышье. [Электронный ресурс] — URL: <http://omskturinfo.com/novosti/gosudarstvennaya-programma> (дата обращения 09.10.2019).
4. Муромцевский муниципальный район. Портал Правительства Омской области. [Электронный ресурс] — URL: <http://murom.omskportal.ru> (дата обращения 09.10.2019).

АНАЛИЗ ПРЕДЛОЖЕНИЙ ПО ДЕТСКОМУ ТУРИЗМУ НА ПРИМЕРЕ ОМСКИХ ТУРФИРМ

Целью статьи является анализ предложений по детскому туризму на примере омских компаний «ОмскТур» и «Мистер Фогг». В результате проведенного изучения материала интернет-порталов вышеуказанных туроператорских компаний установлено, что на территории Омской области проводятся различные виды экскурсий, включая длительные экскурсионные программы: обзорные, культурно-познавательные, тематические, а также некоторые виды особых экскурсионных предложений.

Ключевые слова: детский туризм, анализ предложений по детскому туризму, турфирмы, детский отдых.

The aim of the article is to analyze proposals for children's tourism using the Omsk companies OmskTour and Mr. Fogg as an example. As a result of a study of the material of the Internet portals of the above tour operator companies, it was found that various types of excursions are held in the Omsk region, including long excursion programs: overview, cultural, thematic, and also some types of special excursion offers. The proposed recreation programs are designed to expand children's horizons, improve their health or reveal the talents of children. Ultimately, all programs are aimed at the development of the young generation – in the long term the most active in Russian society.

Keywords: children's tourism, analysis of proposals for children's tourism, travel agencies, children's holidays.

Витвицкая Ольга Андреевна

ФГБОУ ВО «Омский государственный технический университет»

Научный руководитель:

Карасев Игорь Евгеньевич,

кандидат филологических наук, доцент

Целью анализа является изучение предложений по детскому туризму на примере таких турфирм, как «ОмскТур» и «Мистер Фогг». Эта цель обусловила необходимость постановки и решения последующих главных задач:

- анализ состояния развития детского туризма в Омской области;
- анализ предложений по детскому туризму на примере омских турфирм.

Детский туризм – это комплекс развлекательно-познавательных программ, который достигается методом путешествия детей, в том числе учащихся школ, в возрасте 6–14 лет.

В Российской Федерации одновременно практикуется деятельность коммерческих и некоммерческих организаций в сфере детского туризма.

Коммерческая сфера включает в себя различные туристские фирмы, туристские центры и специалистов, работающих со студентами.

Некоммерческая сфера состоит из определенных органов управления и учебных заведений, например, государственные и муниципальные. Также данная сфера включает в себя различные общественные спортивные ассоциации [1].

В Публичной палате России подняли вопросы, которые касаются государственной поддержки детского туризма. В этом собрании участвовали представители властных структур, транспортных и образовательных компаний, туркомпаний, управляющих станций детско-юношеского туризма, организаторов детских лагерей. Высказанные на заседаниях сведения о состоянии детского туризма в Российской Федерации удручают: понижается число туристских станций, запираются детские лагеря, случается повышение цены экскурсии для учащихся школ.

Решение социальных вопросов – задача муниципальная, в связи с чем чрезвычайно принципиальна деятельность административных структур всех уровней в сфере обеспечения

детского туризма. Необходимо подчеркнуть, что управление организацией детского туризма, в том числе нормативная база, которая регламентирует компанию детского туризма и его наиболее важные направления развития, представлено на 3-х уровнях: общегосударственном, местном и городском [2].

По статистике, за минувшие двенадцать лет практически в два раза сократилось количество детишек, которые участвуют в турпоходах. Потеряно огромное количество преподавателей в сфере дополнительного образования детей и подростков.

Однако одновременно спрос на детский отдых является самым стабильным. По статистике туристских фирм, занимающихся детским, семейным и молодежным туризмом, примерно 80 % их клиентов – дети, 15 % – семьи, 5 % – молодежь. [3]

Данное соответствие приведено на рисунке.

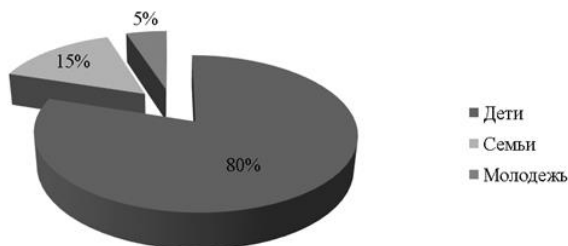


Рисунок – Статистика Омских туристских фирм, занимающихся детским, семейным и молодежным туризмом

Например, делая упор на рисунок 1, необходимо подчеркнуть, что в Омске в текущее время работают 19 пригородных детских оздоровительных лагерей, 7 профильных лагерей на базе пригородных стационарных заведений, 5 санаторных лагеря круглогодичного действия, которые организуют отдых и оздоровление детей, 2 пригородных стационарных особых (коррекционных) лагеря, более 150 лагерей дневного пребывания детей и подростков, организуемых на базе учреждений социального обслуживания, лечебно-профилактических, образовательных, спортивных и иных учреждений [2].

В г. Омске, по данным управления образования, насчитывается 162560 школьников, из них 143857 в возрасте от 7 до 15 лет, 953 ребенка воспитывается в детских домах, приемных семьях и интернатах для детей-сирот, 25000 человек – в малообеспеченных семьях, состоящих на учете в органах социальной защиты, 2188 детей осталось без попечения родителей. На диспансерном учете состоит 87926 (30 %) детей с различной патологией.

Для сравнительного анализа было выбрано два туроператора, которые работают по данному направлению: «ОмскТур» и «Мистер Фогг».

«ОмскТур» предлагает около 5 туров для оздоровления и развлечения детей в Омске и Омской области.

1. Тур в Резиденцию Деда Мороза в Омске (Большеречье).

Продолжительность тура: 1 день / 0 ночей, стоимость на 1 чел. при 2-местном размещении – от 1500 р.

С 15 декабря 2019 по 31 января 2020 г. в комплексе «Старина Сибирская» р. п. Большеречье (Омская область) для взрослых и детей предлагаем путешествие в Резиденцию Деда Мороза.

В программу и стоимость тура входит интерактивное представление в резиденции Деда Мороза, обед, Большереченский зоопарк.

2. Тур «Радуга».

Место отдыха: «Радуга», база отдыха.

Продолжительность: 1 день / 1 ночь, стоимость на 1 чел. при 2-местном размещении – от 1150 р.

«Радуга» расположена в Чернолучье, на базе созданы комфортные условия для отдыха с семьей.

В стоимость входит: проживание в стандартном номере 1 сутки в будни, питание 4-х разовое, детская комната с воспитателем, детская площадка в сосновом бору, охраняемая автомобильная стоянка, дискотека.

Дополнительные услуги базы (по желанию).

3. «Старина Сибирская» и зоопарк.

Продолжительность: 1 день / 0 ночей, стоимость на 1 чел. при 2-местном размещении – от 1450 р.

«Старина Сибирская» – неповторимый в своем роде музей-заповедник. Профессиональный экскурсовод проведет по всем экспозиционным зонам. «Хозяева» усадеб и домов не только рассказывают о своей жизни, но и позовут в гости. В программу и стоимость тура входит: участие в интерактивной программе в историко-культурном комплексе «Старина сибирская», обед, экскурсия в Большереченский зоопарк, сопровождение гида.

4. Тур в Большеречье «Сказки Еремея».

Продолжительность: 1 день / 0 ночей, стоимость на 1 чел. при 2-местном размещении – от 1500 р.

Программа проводится с начала июня по 1 сентября 2020 г.

Всё лето музей-заповедник в пос. Большеречье «Старина Сибирская» приглашает на театрализованное представление «Сказки деда Еремея».

В стоимость входит: зоопарк, питание по программе, билет в «Старина Сибирская».

5. Масленица в Большеречье.

Продолжительность: 1 день / 0 ночей, бесплатно.

В музее-заповеднике «Старина Сибирская» пройдут народные масленичные гуляния – «Гуляй, сударыня Масленица» на территории архитектурно-этнографического комплекса «Старина Сибирская».

В программу и стоимость входит: масленичные гуляния, обед.

Туристическая компания «Мистер Фогг» предлагает 5 туров в лагеря и познавательных экскурсий для детей школьного возраста.

1. Детский летний лагерь «Автомобилист».

Стоимость путевки – 23100 р.

В стоимость включено: трансфер, многоразовое питание, мероприятия творческого и спортивного типа, минеральные бассейны.

2. Детский оздоровительный лагерь «Березка».

Стоимость путевки: 17800 р.

С утра и до обеда дети могут заняться спортом и посетить различные кружки. На территории размещена спортивная площадка, где можно поиграть в волейбол, баскетбол, футбол и пр. Каждый день проводят культурно-масштабные мероприятия, соревнования, конкурсы. Вечером – дискотека.

В стоимость путевки включено: трансфер, многоразовое питание, развлекательные мероприятия.

3. База отдыха Д. М. Карбышева.

На территории базы расположены комплексы с бассейнами и тренажерными залами, пейнтбольные и детские площадки, а также каток и бани.

Стоимость с питанием на 1 чел. – от 1300 р.

4. База отдыха им. Стрельникова.

База расположена в сосновом бору на чернолуценской территории и предназначена для семейного и детского отдыха. Инфраструктура базы включает в себя спа-комплексы, культурно-спортивные площадки, детские комнаты и банкетные залы, также есть охраняемая стоянка автомобилей.

Стоимость путевки: от 690 р. до 8600 р., в зависимости от категории номера и питания.

5. Санаторий «Коммунальник».

Это одно из ведущих лечебно-профилактических заведений Омской области. Природно-климатические условия, лечебный воздух, красочный ландшафт приятно сочетаются с профес-

сиональным уровнем обслуживания и современной лечебной базой с применением термальных минеральных вод, лечебных грязей озера Ульджай, суховоздушных радоновых ванн.

В санатории представлены различные категории услуг, например, бассейны, сауны, детские развлекательные площадки.

Стоимость путевки – 1300 р.

Таким образом, все представленные выше туристические услуги, от турфирм «ОмскТур» и «Мистер Фогг», благоприятно влияют на детей школьного и дошкольного возраста с точки зрения развития культуры в сознании юного туриста на территории Омска и Омской области.

Однако среди всего разнообразия развлекательных мероприятий отсутствует экскурсия, которая развивала бы в детях любовь к истории России и созданию города Омска.

Экскурсии по музеям Омска и Омской области будут интересны школьникам и подросткам, увлекающимся историей Руси. Экскурсии такого типа могут быть познавательными, ознакомительными или развивающими, в виде игры для детей дошкольного возраста. Все желающие на этой экскурсии могут ознакомиться с предметами бытового, хозяйственного и военного содержания и познакомиться с жизнью древнерусских людей.

Список источников

1. Туристка.Ру [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.turistka.ru/altai/news.php?n=219> (дата обращения 01.10.2019).
2. Мистер Фогг [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://mrfogg.ru/> (дата обращения: 01.10.2019).
3. Сайт ОмскТур [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.omsktour.ru> (дата обращения 01.10.2019 г.).

Вишнякова Елизавета Андреевна

РОЛЬ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА В РАЗВИТИИ РЕГИОНОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

В современном мире туризм для многих стран и регионов является одной из важнейших отраслей экономики. Развитый туризм, благодаря большому потоку приезжих, обеспечивает региону экономическую стабильность. В данной статье рассмотрены роль и значение развития событийного туризма в продвижении регионов России на рынке туристских услуг и их экономическом развитии.

Ключевые слова: туризм, событийный туризм, регион, область, экономическое развитие.

In the modern world, tourism for many countries and regions is one of the most important sectors of the economy. Developed tourism, due to the large flow of visitors, provides the region with economic stability. This article discusses the role and importance of the development of event tourism in the promotion of Russian regions in the market of tourist services and their economic development.

Key words: tourism, event tourism, region, region, economic development.

*Вишнякова Елизавета Андреевна
ФГБОУ ВО «Омский государственный технический университет»
Научный руководитель:
Карасев Игорь Евгеньевич,
кандидат филологических наук, доцент*

Туризм сегодня – одна из наиболее важных и интенсивно развивающихся отраслей экономики во многих странах мира. Большое внимание государства уделяют не только привлечению иностранных потоков, но и развитию внутреннего туризма. Согласно статистике, в развитых зарубежных странах отдых на родине предпочитают 80 и более процентов местного населения. Россия долгое время проигрывала в этой конкурентной борьбе из-за невысокого уровня развития туристской инфраструктуры и низкого качества сервисных услуг. Но на сегодняшний день обстановка на российском туристическом рынке значительно улучшилась. Количество россиян, путешествующих по стране, в 2017 году достигло рекордных 56,5 миллионов человек, что на 75 % больше, чем в 2013 году. Кроме того, увеличилось число и иностранных туристов [3]. Значительный подъем въездного туризма в Российской Федерации произошел в 2018 году в связи с проведением Чемпионата мира по футболу. Большую часть иностранных туристов составили граждане США, Бразилии, Колумбии, Германии, Мексики, Китая, Аргентины, Перу, Австралии и Англии [4]. Мероприятие дало большой толчок в развитии событийного туризма в регионах. Гости нашей страны имели возможность посетить не только главные культурные центры, но и города, ранее не пользующиеся популярностью у местных и иностранных путешественников (пример, Екатеринбург, Саранск, Самара, Волгоград).

Стоит отметить, что событийный туризм – направление сравнительно молодое, вызывающее интерес у отдельных групп путешественников. Официальное определение термина на сегодняшний день не принято, но, согласно анализу нескольких источников, событийный туризм – вид туризма, ориентированный на посещение местности в определенное время, связанный с какими-либо событиями, которые могут относиться к сфере культуры, спорта, бизнеса и другим. Согласно статистике, из культурных мероприятий наиболее интересными для туристов могут стать рок-фестивали, кинофестивали. Любители спорта с удовольствием посещают такие события, как Олимпийские игры, чемпионаты Европы и мира. Помимо этого, массово посещаемыми могут быть различные карнавалы, гастрономические фестивали, крупные ярмарки, выставки и т. д. [2].

Проведение масштабных мероприятий благоприятно сказывается на социально-экономическом состоянии страны и ее отдельных регионах. Событийный туризм является катализатором в развитии инфраструктуры территории, позволяет создать положительный имидж региона как туристской отрасли. Участники событийных туров обычно предъявляют повышенные требования к средствам размещения, особенно к их классическому типу – гостиницам. Следовательно, перед проведением какого-либо массового мероприятия регион должен позаботиться об их наличии и благосостоянии. Так, например, в Нижнем Новгороде специально для проведения Чемпионата мира по футболу-2018 было построено четыре отеля, два из которых были открыты под международными брендами («Марриотт», «Хилтон»). Помимо этого, благодаря мундиалю, в Саранске, Екатеринбурге, Ростове-на-Дону, Самаре также появились новые средства размещения, которые не только стали эталоном сервиса на местном рынке гостиничных услуг, но и создали большое количество рабочих мест. Туристы, путешествующие с целью стать участником события, являются потенциальными потребителями и других услуг в сфере обслуживания, торговли, транспорта, таким образом, формируя и увеличивая денежный поток посещаемого ими региона. Если снова обратиться к Чемпионату мира по футболу-2018, можно привести следующие данные. Матчи чемпионата посетили 570 тысяч иностранных болельщиков. В среднем каждый из них пробыл в России 12 дней. По оценкам организатора АНО «Оргкомитет «Россия-2018», один зарубежный фанат в день тратил около 17-ти тысяч рублей. В эту сумму вошли расходы на проживание, питание, развлечения, транспорт и сувениры. Таким образом, суммарно болельщики оставили в России около 121 млрд рублей.

Событийный туризм, как и другие виды туризма, становится стимулом для ремонта и поддержания в надлежащем состоянии автомобильных и железнодорожных магистралей. В частности, для проведения Олимпиады в городе Сочи в 2014 году было проложено и реконструировано 360 километров автодорог и 200 километров железнодорожных путей.

Для проведения Всемирных студенческо-молодежных игр, проходивших со 2 по 12 марта 2019 года в городе Красноярске, были построены, реконструированы и капитально отремонтированы стадионы, ледовые дворцы и другие спортивные и неспортивные (новый корпус строевой больницы, краевой Центр питания, Николаевский проспект) сооружения. Для спортсменов, тренеров, судей, делегаций и волонтеров возвели жилые комплексы и общежития.

Объекты, построенные для проведения одного крупного мероприятия, в последствии могут стать площадкой для проведения других событий. Например, стадион, построенный в Нижнем Новгороде к ЧМ по футболу, по словам администрации, будет использоваться как концертная площадка. Саранский стадион в прошлом декабре принимал болельщиков на Чемпионате России по фигурному катанию, а в этом году соревнования уже готовится проводить «Платинум Арена Красноярск», построенная к играм 29 Всемирной зимней универсиады. Екатеринбург, в свою очередь, рассчитывает получить грант на проведение международной выставки ЭКСПО-2025, что, само собой, привлечет новый поток туристов и принесет новые доходы в региональный бюджет.

Среди прочего, событийный туризм благоприятно влияет на развитие структуры отдыха и развлечений, которая может быть использована как туристами, так и местным населением. В качестве примера можно привести строительство развлекательного комплекса «Сочи-парк», приуроченного к проведению Зимних Олимпийских игр. Еще одним положительным аргументом в пользу событийного туризма можно назвать то, что именно он является важным средством создания культурных связей и международного сотрудничества.

Все вышеперечисленные факторы приводят к росту валового внутреннего продукта, что, разумеется, положительно сказывается на экономике страны. Ежегодный прирост данного сектора туризма составлял, по разным оценкам, от 15 до 30 %, а начиная с 2009 г. – порядка 5–10 %. В настоящее время процент спроса на событийный туризм вырос приблизительно на 15 % от всего туристического потока в Российской Федерации. Из этого следует вывод, что вид событийного туризма плотно укрепился на рынке мирового туризма, а также сформировался и вышел на новый стабильный путь развития.

Подводя итог, нужно еще раз отметить, что для населенных пунктов, которые становятся организаторами массовых мероприятий, событийный туризм – это значительные дополнительные доходы. Так, например, зарабатывают гостиницы, рестораны и другие пункты общественного питания, магазины, продающие сувениры и прочую тематическую атрибутику. Однако город, который становится площадкой для данного рода событий, должен соответствовать определенным требованиям, и чем масштабнее проводимое мероприятие, тем более высокие требования предъявляются к населенному пункту. Как правило, он должен содержать достаточное количество достойных гостиниц с хорошим уровнем обслуживания, необходимое количество кафе и ресторанов и обладать высокоразвитой инфраструктурой [1].

Из всего вышесказанного можно сделать следующий вывод: событийный туризм – это один из наиболее перспективных и экономически выгодных видов туризма. Проведение событийных мероприятий – это хороший шанс вывести не пользующиеся спросом у туристов регионы на одну ступень с известными культурными и туристическими центрами страны. Кроме того, событийный туризм становится одним из способов поднятия уровня жизни населения. Но, к сожалению, на данный момент Российская Федерация не может в полной мере удовлетворить потребности иностранных туристов, предпочитающих данный вид отдыха, так как на туристическом рынке страны практически отсутствуют мероприятия, которые могли бы привлечь путешественников. Поэтому данный вид туризма заслуживает огромного внимания, и в условиях нашей страны существует огромный потенциал для его развития.

Список источников

1. Алексеева О.В. Подход к оценке влияния событийных мероприятий на экономику региона Дата публикации: 14.09.11, № гос. рег. статьи: 0421100034/0314 Российская Международная Академия Туризма.2.

2. Климова Т.Б., Вишневская Е.В. Опыт развития событийного туризма в РФ и за рубежом // Сетевой научно-практический журнал «Научный результат», Серия «Технологии бизнеса и сервиса». С. 35–41.

3. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] URL: <http://www.gks.ru/> (Дата обращения: 15.11.2018)

4. СПОРТ-ЭКСПРЕСС [Электронный ресурс] URL: <https://www.sport-express.ru/> (Дата обращения: 15.09.2018)

Грауверг Алина Геннадьевна

ОСОБЕННОСТИ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В ГОСТИНИЦЕ

В статье описаны особенности предоставления спортивно-оздоровительных услуг в гостиничном комплексе, а также раскрыты понятия таких услуг, как spa и wellness. Рассмотрены виды спортивно-оздоровительных услуг на примере омских гостиниц.

Ключевые слова: гостиничный бизнес, спортивно-оздоровительные услуги, гостиничный комплекс, spa, Омск.

The article describes the features of providing sports and health services in the hotel complex, as well as the concepts of such services as spa and wellness. The types of sports and recreation services on the example of Omsk hotels are considered.

Key words: hotel business, sports and health services, hotel complex, spa, Omsk.

*Грауверг Алина Геннадьевна
ФГБОУ ВО «Омский государственный технический университет»
E-mail: grauverg.a@mail.ru
Научный руководитель:
Карасев Игорь Евгеньевич,
кандидат филологических наук, доцент*

В настоящее время гостиничный бизнес превратился в один из наиболее прибыльных сегментов туристского рынка. Гостиничные услуги всё чаще предстают в виде комплексного гостиничного продукта, который обеспечивает туристу максимальное количество удобств, гостеприимство и радушие персонала.

Развитие оздоровительной индустрии в современных условиях – одно из приоритетных направлений деятельности современных предприятий гостиничной индустрии, которое основано на оказании разного рода оздоровительных услуг по поддержанию и восстановлению здоровья, приносящих доход, в том числе и в Омской области.

Рынок спортивно-оздоровительных услуг в мире находится на стадии динамичного развития. В большинстве цивилизованных стран оздоровительный отдых стал составной частью жизни человека. В настоящее время популярен здоровый образ жизни, поэтому во всем мире увеличивается число людей, которые хотят поддерживать свою физическую форму и нуждаются в восстановительных программах. В последние годы все большее распространение получают такие отели, связанные с восстановлением здоровья и сил, как wellness-отели и spa-отели [1].

Wellness-услуги – это относительно новое для России направление в философии жизни, здоровья и спорта, отдыха и красоты. Вполне возможно, что эта современная отрасль в ближайшее десятилетие будет наиболее прибыльным видом бизнеса в сфере гостиничных и спортивно-оздоровительных услуг, удовлетворяющим одну из самых актуальных потребностей современного общества и человека – потребность в сохранении здоровья. Wellnes состоит из многих составляющих: релаксация, купальни, сауны, отдых, фитнес, косметология, различные виды терапевтического лечения.

Spa – это услуги общеоздоровительного, косметического или релаксирующего характера, оказываемые в условиях высокой комфортности; это современная концепция комплексного оздоровительного воздействия на организм здорового человека, нацеленная на гармонизацию и поддержание физического и душевного состояния [2].

Результатом предоставления услуг spa-центром является достижение душевного здоровья, эмоционального покоя а также физически крепкого состояния тела. Основная идеология spa – средство профилактики заболеваний. Важно отметить, что, организовав spa-центр, есть возможность получать дополнительную прибыль, привлекая гостей, не проживающих в гостинице [3].

Для оказания спортивно-оздоровительных услуг отелям необходимо предоставлять спортивно-оздоровительные и спортивные сооружения, организовать учебно-методический процесс проведения занятий по физической культуре и спорту. Перечень спортивно-оздоровительных услуг зависит от звездности, места расположения, концепции и специфики гостиницы, занимаемой ею площади, а также от креативных качеств руководителей и владельцев. В соответствии с рекомендациями Всемирной туристской организации, в гостиницах категорий 4 и 5 звезд должны быть сауна, плавательный бассейн, оздоровительный центр, тренажерный зал. Отели стараются придерживаться этих рекомендаций, заботясь о своем имидже.

Перечень спортивно-оздоровительных услуг в гостинице часто единообразен: часто это бассейн и тренажерный зал, сауна и джакузи. Однако его можно разнообразить, предлагая гостям интересные спортивно-оздоровительные программы, рассчитанные на любителей спорта и активного отдыха.

Спортивно-оздоровительные услуги условно делят на основные, дополнительные и вспомогательные. К основным относят тренажерный зал и бассейн, к дополнительным – сауну, паровые кабины, джакузи и др. А к вспомогательным относят парковку, бар, раздевалки. Как правило, посетителям нужен тренажерный зал и бассейн, а джакузи, сауна и остальное могут быть приятным дополнением. Как следствие, в гостинице вероятнее будет бассейн без сауны, чем сауна без бассейна. Спортивными услугами считаются: тренажерный зал, фитнес-центр, проведение занятий по физической культуре и спорту; проведение спортивно-зрелищных мероприятий; организация и проведение учебно-тренировочного процесса; предоставление физкультурно-оздоровительных и спортивных сооружений туристам и местному населению [4].

Тренажерный зал – специально оборудованное инвентарем помещение, предназначенное для проведения тренировок, занятия спортом, физической культурой. Отличительная особенность тренажерных залов при гостиницах – относительно небольшая площадь, которая и определяет количество и тип тренажеров. В гостиничных комплексах наибольшей популярностью пользуется кардиооборудование, так как кардиотренажеры занимают относительно немного места и удобны для использования даже в небольших спортивных залах. Они включают беговые дорожки, велотренажеры, орбитреки.

К известным отелям Омска, которые предлагают гостям данные услуги, относятся пятизвездочная гостиница «Березовая 2», гостиница «Камелот», гостиничный комплекс «Cronwell Park Ника».

Гостиница «Березовая 2» в стиле шале находится в городе Омске, недалеко от центра, но при этом в тихом уютном его квартале. Для полноценного отдыха есть бассейн, сауна, тренажерный зал и теннисный корт.

Гостиница «Камелот» располагает собственным медицинским центром, предлагающим как гостям, так и жителям города спа-процедуры. К ним относятся: сахарный пилинг, мыльный пилинг, массаж, финская сауна. Кроме перечисленных услуг, медицинский центр оказывает множество медицинских процедур и услуг [5].

Более подробно рассмотрим предоставление спортивно-оздоровительных услуг на примере гостиничного комплекса «Cronwell Park Ника», так как именно этот гостиничный комплекс предоставляет наибольшее разнообразие спортивно-оздоровительных услуг в городе. «Cronwell Park Ника» имеет категорию «три звезды». Гостиничный комплекс состоит из трех корпусов. Это уникальное место для оздоровления, лечения, каникул и выходных в кругу семьи, размещения во время деловой поездки, а также организации и проведения корпоративных и праздничных мероприятий. У отеля обширная территория, он расположен в тихой парковой зоне на берегу реки Иртыш, в 10 минутах езды от аэропорта. Постоянными гостями «Ники» являются: федерации спорта, крупные компании, творческие коллективы. Гостиничный комплекс состоит из 82 номеров различных категорий.

В гостиничном комплексе функционирует спа-центр, который предлагает большой выбор комплексных спа-процедур и программ; wellness-центр со следующими видами услуг: инфракрасная сауна, соляная парная, турецкий хамам, ирландская сауна, фитосауна, гидромассажный бассейн, тактильная тропинка. В спа-центре «Cronwell Park Ника» находится большой 25-

метровый бассейн с гидромассажной зоной, детским игровым бассейном, финской сауной и лаундж-зоной для отдыха. Также в гостинице есть тренажерный зал. Кроме всего прочего, в гостиничном комплексе действуют различные оздоровительные программы [6].

Исследовав деятельность и изучив услуги омских гостиниц, можно сделать вывод, что оздоровительные услуги играют практически значительную роль в том, чтобы заинтересовать туристов и удовлетворить их потребности в отдыхе.

Оздоровительные услуги как составляющая часть дополнительных услуг не только приносит доход гостиничной организации, но и может повлиять на повышение уровня ее конкурентоспособности в сравнении с другими отелями. Для гостей, предпочитающих размещение в гостиничных комплексах, предоставляющих широкое разнообразие оздоровительных услуг, наиболее привлекательными являются услуги фитнес-центра, тренажерного зала, а также spa-, wellness-услуги, основанные на одноименных оздоровительных концепциях.

Список источников

1. Страчкова, Н. В., Ракова, О. С. Подходы к классификации spa-центров / Н. В. Страчкова, О. С. Ракова // Ученые записки Таврического национального университета имени В. И. Вернадского/ Серия «География». Том 27 (66), № 3. 2014 г. С. 31–40.
2. ГОСТ Р 55317-2012 Услуги населению. СПА-услуги. Термины и определения. Введ. 2014-01-01. – М. : Стандартинформ
3. Топольник, В.Г. Обоснование системы показателей качества физкультурно-оздоровительных услуг гостиниц/ В.Г. Топольник//
4. СЕРВИС PLUS. – 2016. – № 4. С. 23-34
5. Семенова, А.В. Физкультурно-оздоровительный центр как новый продукт гостиничного комплекса / А.В. Семенова // сборник статей международной научн.-практич. конференции «Экономика и региональное управление». – Брянск.: БГУ, 2017. – с. 528-532.
6. Официальный сайт гостиничного комплекса «Камелот» [Электронный ресурс]. Дата обновления: 2019. – URL: <https://kamelotdk.com/>
7. Официальный сайт гостиничного комплекса «Cronwell Park Ника» [Электронный ресурс]. Дата обновления: 2019. – URL: <http://nika.cronwell.com>

SMART-TOURISM КАК ЧАСТЬ КОНЦЕПЦИИ SMART-CITY

В данной статье рассмотрены понятие, признаки и перспективы smart-туризма. Проанализированы определения данного термина, предложено авторское толкование. Также автор приводит список ключевых элементов данной системы, указывает на основные проблемы и выделяет перспективы. На основе сравнительного анализа туристских дестинаций в Сингапуре и Санкт-Петербурге в области smart-туризма был сделан вывод о значимости концепции smart-туризм и о ее перспективности.

Ключевые слова: smart-туризм, smart-city, Сингапур, Санкт-Петербург.

This article discusses the concept, signs and prospects of smart-tourism. The definitions of this term are analyzed, the author's interpretation is proposed. The author also gives a list of key elements of this system, points out the main problems and highlights the perspectives. Based on a comparative analysis of tourist destinations in Singapore and Saint-Petersburg in the field of smart tourism, a conclusion was drawn on the importance of the concept of smart-tourism and its possibilities.

Keywords: smart-tourism, smart-city, Singapore, Saint-Petersburg.

*Гусева Надежда Александровна
Санкт-Петербургский государственный университет
E-mail: gusewanadia2000@yandex.ru
Научный руководитель:
Тестина Яна Сергеевна,
кандидат экономических наук, доцент*

В современном мире, где без IT-технологий сложно представить жизнь, появилось такое явление, как smart-city, а затем и smart-tourism. Возникновение данного понятия, и вообще всей smart-концепции, объясняется, прежде всего, стремительным развитием промышленности, сферы услуг и информационных систем. Проникновение данных новшеств в сферу туризма – достаточно необычное, но вполне объяснимое явление: потребительское поведение туриста в XXI веке отличается от того, что было в XX. Например, сейчас туристу хочется самому составить план своего отпуска, рассчитать бюджет поездки, забронировать билеты и место размещения, а также подумать над развлечениями.

Цель исследования – изучить smart-туризм как новое явление в туристской индустрии. Чтобы провести это исследование, необходимо: дать понятие термину «smart-туризм», выделить ключевые признаки, обозначить основные проблемы данного вида туризма, сравнить Сингапур и Санкт-Петербург, как центр притяжения туристов.

Такой вид туризма возник с созданием концепции smart-city – способа интеграции различных информационных и коммуникационных технологий, в том числе интернета вещей (IoT), с целью управления городом, его развития, улучшения качества жизни [10].

Термин smart-туризм появился относительно недавно, и разные специалисты в этой области дают разные определения этого понятия. Среди них можно выделить:

- туризм, подкрепленный интегрированными усилиями в пункте назначения, чтобы найти инновационные способы сбора и использования данных, полученных из физической инфраструктуры, социальных связей, правительственных/организационных источников и человеческих тел/умов в сочетании с использованием передовых технологий для преобразования этих данных в расширенный опыт и бизнес-предложения с четким акцентом на эффективность, устойчивость и обогащенный опыт во время поездки [1];
- применение информационных и коммуникационных технологий для разработки инновационных инструментов в туризме, включает в себя опыт, который позволяет туристам общаться во время поездки [11];

- важный компонент smart-city, который зависит от четырех информационных и коммуникативных технологий: интернет вещей (IoT), мобильная связь, облачные вычисления и технологии искусственного интеллекта. Эти технологии связывают физическую, информационную, социальную и коммерческую инфраструктуру туризма [12].

Исходя из данных определений, можно сказать, что smart-туризм – это вид туризма, при котором используются различные «умные» элементы, информационные технологии, интернет вещей, искусственный интеллект, мобильная связь, виртуальная реальность. Smart-туризм является связующим звеном между туристами, дестинациями, аттракциями и государственными службами, занимающимися вопросами туризма.

Ключевыми составляющими smart-туризма можно назвать:

- системы онлайн-бронирования;
- регулярная работа системы отзывов;
- управление финансами;
- система анализа, которая использует качественные и количественные показатели для улучшения процесса работы всей системы;
- управление человеческими ресурсами;
- программное обеспечение на мобильном телефоне;
- система уведомлений и напоминаний, которая предоставляет актуальную информацию туристам о новостях или чрезвычайных ситуациях.

Задачами smart-туризма являются:

1. Развивать туристические возможности: привлекать туристов, предоставлять больше впечатлений.
2. Предоставлять современные и интеллектуальные платформы для пользования.
3. Собирать, анализировать, классифицировать и распространять данные в пределах туристической территории.
4. Способствовать эффективному распределению туристских ресурсов.
5. Связать туроператоров и турагентов с туристами и представителями услуг в дестинациях на одной платформе.

Несмотря на то, что данный вид туризма набирает популярность, существует несколько проблем:

1. Туристу необходимо постоянно использовать свой гаджет, что может быть затруднительно из-за недостатка батареи, мобильного интернета или отсутствия мобильной связи.
2. В настоящее время есть достаточно большая группа туристов, которые не хотят использовать IT-технологии во время поездки. Поэтому нельзя говорить о полном поглощении smart-туризмом других видов туризма.
3. Остается очень важным вопрос инвестирования, а также монетизации [1].

Развитие и принцип работы smart-туризма можно рассмотреть на примере таких стран, как Сингапур и Россия.

Общий вклад туризма в ВВП Сингапура в 2017 году составил 31,5 млрд дол. США, что составляет 10,2 % в общем объеме ВВП. По данным Ростуризма, доля туризма в ВВП РФ не превышает 3,4 %. На 2017 год общий вклад туризм в ВВП РФ составил 35,5 млн дол. США (World Development Indicators).

Таблица – «Сравнительный анализ туристских дестинаций в России и за рубежом в области smart-туризма»

Вопросы для сравнения	Сингапур	Санкт-Петербург
Начало использования	2014 г. – запуск программы городского развития Smart Nation	26 февраля 2018 г – правительством Санкт-Петербурга была утверждена концепция «Умный Санкт-Петербург»

Концепция	Существуют мобильные приложения, в которых можно найти всю необходимую для туриста информацию: «Visit Singapore Travel Guide», «Changi Recommends Singapore Map», «Singapore MRT and LRT FREE» [5]. Государство, бизнес и активисты совместно разрабатывают, внедряют и совершенствуют высокотехнологичные проекты, чтобы повысить качество жизни для всех категорий населения. Используются «умные» сенсоры для отслеживания движения общественного транспорта и оперативного реагирования на возникающие проблемы.	Существуют мобильные приложения, в которых можно найти всю необходимую для туриста информацию: «Петербург на ладони», «Мой Петербург», «OkoGuide», «Spb Transport Online», «Meanwhile», «Cupella», «Эрмитаж». Налаженная работа городского транспорта, в том числе общественного, установка камер видеонаблюдения для отслеживания движения, а также обеспечение возможности подключения к сетям передачи данных. Обеспечение оперативного взаимодействия с туристами, гостями города по проблемам, жалобам, трудностям в период их пребывания [2].
Internet of things	Квартал Yuhua оснащен «умными сенсорами, которые отслеживают потребление электроэнергии, воды и другие показатели в режиме реального времени. Bayview International Hotels & Resorts активно используют новые технологии в функционировании мест размещения. Grand Park City Hall используют мобильные приложения с функцией бронирования номеров, заселения и связи с гостями [3]. Взаимосвязанные технологии, в том числе распознавание лиц, улучшает эффективность работы нового терминала в аэропорту Чанги. Там применяется система Fast and Seamless Travel.	В заведениях общественного питания довольно часто встречаются сенсоры и водные датчики, которые используются для снижения расходов воды. Как и в других городах России, в Санкт-Петербурге широко распространено использование приложения «Яндекс. Навигатор». На данный момент ведутся разработки системы управления автобусным транспортом в Санкт-Петербурге, чем занимается сингапурская компания ST Electronics [4].
Информационные технологии	В городе-государстве обмен данными обеспечивает кабельный Интернет, скорость которого достигает 1 Гбит/с. Совсем недавно оператор Singtel предложил доступ к сети со скоростью до 10 Гбит/с. Кроме того, существуют системы управления электричеством и газопроводом.	Обмен данными обеспечивают компании, которые предлагают различные условия: скорость Интернета, стоимость и срок пользования. Кроме того, в городе существуют: электронное правительство, сервисы для безопасной жизнедеятельности, здравоохранения и образования.
Аттракции	1. Отель Марина Бэй Сэндс (необычное 55-этажное здание); 2. Остров Сентоза, который является одним из самых популярных курортов страны; 3. Природный заповедник Букит-Тимах; 4. Набережная Клар Ки; Тропический парк «Сады у залива» [6].	1. Петергоф; 2. Большой Екатерининский дворец; 3. Государственный Эрмитаж; 4. Дворцовая площадь; 5. Ораниенбаум; 6. Адмиралтейство; 7. Александринский театр; 8. Мариинский театр.
Экологическая обстановка	5. Город-государство является одним из самых чистых на планете. Причиной этому стали установленные уличные камеры и высокие штрафы за мусор [7].	Центр города, по сравнению с его окраинами, подвержен максимальному загрязнению воздуха. Кроме того, реки и каналы города достаточно загрязнены из-за сбросов отходов [8]. Концепция содержит положение о необходимости формирования системы «зеленых» зон и эко-парков на территории бывших промышленных районов.
Количество туристов в 2018 году	18,5 млн человек [13].	8,5 млн человек [9].

Данная таблица позволяет сделать вывод о том, что Сингапур и Санкт-Петербург – два развивающихся центра туризма с общими и различными чертами. Поскольку в Сингапуре концепция «Smart Nation» была принята раньше, чем «Умный Санкт-Петербург», государство на несколько шагов впереди в развитии smart-туризма и smart-city в целом. Для достаточного развития данного вида туризма в Санкт-Петербурге необходимо действовать согласно плану, описанному в концепции «Умный Санкт-Петербург». Кроме того, темпы развития концепции «smart-city», в том числе и smart-туризма, в Сингапуре намного выше по сравнению с Санкт-Петербургом.

Таким образом, smart-туризм постепенно входит в крупные мировые дестинации: туристы используют IT-технологии для комфортного отдыха, а представители сферы услуг – для успешного развития бизнеса и удовлетворения потребностей туристов. Если говорить о перспективах развития данного вида туризма, можно отметить, что постепенно будут разрабатываться и внедряться всевозможные мобильные приложения: гиды, карты, анимация, агрегаторы новостей, мест размещения и общественного питания. За счёт развития города согласно концепции smart-city будут создаваться комфортные условия для проведения отдыха (это и смарт-отели, и смарт-рестораны, и «умный» транспорт).

Список источников

1. «Smart Tourism Challenges» Ulrike Gretzel, Sofia Reino, Sebastian Kopera, Chulmo Koo.
2. Концепция развития Санкт-Петербурга с помощью технологий «умного города»
3. Smart hotels on the rise in Singapore. [электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.ttgasia.com/2018/02/27/smart-hotels-on-the-rise-in-singapore/> (дата обращения 03.10.2019)
4. Прототип системы управления автобусным транспортом в Петербурге разработает компания из Сингапура. [электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/3803694> (дата обращения 05.10.2019)
5. В Сингапур с айфоном: полезные приложения-путеводители. [электронный ресурс] // Режим доступа: <https://chemezova.ru/travel/singapore-poleznie-prilozhenia-na-iphone/> (дата обращения 04.10.2019)
6. Достопримечательности Сингапура. [электронный ресурс] // Режим доступа: <https://top10.travel/dostoprimechatelnosti-singapura/> (дата обращения 04.10.2019)
7. Как Сингапур решил проблемы бытовых отходов. [электронный ресурс] // Режим доступа: <https://travelask.ru/blog/posts/9115-kak-singapur-reshil-problemu-bytovyh-othodov> (дата обращения 04.10.2019)
8. Экологическая ситуация в Санкт-Петербурге. [электронный ресурс] // Режим доступа: <https://78.house/wiki/ehkologija-sankt-peterburga/> (дата обращения 05.10.2019)
9. По итогам 2018 года Петербург вошел в тройку самых туристических городов России. [электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.spb.kp.ru/online/news/3341594/> (дата обращения 04.10.2019)
10. Умный город. [электронный ресурс] // Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A3%D0%BC%D0%BD%D1%8B%D0%B9_%D0%B3%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%B4 (дата обращения 06.10.2019)
11. Smart tourism part of sustainable development. [электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.dailysabah.com/travel/2019/04/20/smart-tourism-part-of-sustainable-development> (дата обращения 06.10.2019)
12. Smart tourism tools: linkin technology to the torustic resourses of a city. Wesley Put-van den Beemt, Richard Smith
13. В 2018 году Сингапур посетило 18,5 миллионов туристов. [электронный ресурс] // Режим доступа: <https://internationalwealth.info/offshore-trips/singapore-visited-by-more-than-18-million-tourists/> (дата обращения 05.10.2019)

Долгова Алена Александровна

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ ВИДЫ ТУРИЗМА В ОМСКОЙ ОБЛАСТИ

В статье определены перспективные направления туристской деятельности Омской области, выявлены туристские ресурсы региона.

Ключевые слова: туризм, регион, развитие туризма, туристские ресурсы.

The article identifies promising areas of tourist activity in Omsk region, reveals the tourist resources of the region.

Key words: tourism, region, tourism development, tourism resources.

*Долгова Алена Александровна
ФГБОУ ВО «Омский государственный технический университет»
E-mail: pk37fdp@gmail.com
Научный руководитель:
Карасев Игорь Евгеньевич,
кандидат филологических наук, доцент*

С начала 18 века Омск был одним из основных пунктов покорения Сибири, культурно-историческое наследие формировалось здесь на протяжении трех столетий. В целом по степени туристской привлекательности Омская область уступает регионам, долгое время специализирующимся на туризме, однако исследование нынешнего состояния туризма в Омской области свидетельствует о положительной динамике в развитии данной сферы [1].

К перспективным видам туризма в Омской области относится, в первую очередь, культурно-познавательный туризм, который предполагает посещение географических, культурных и исторических достопримечательностей. Омская область обладает более 1700 памятников архитектуры, градостроительства и археологии, здесь осуществляют деятельность 40 музеев, 14 театров. Наиболее известными являются Омский областной музей изобразительных искусств имени М. А. Врубеля, Омский государственный литературный музей им. Ф. М. Достоевского, Омская крепость, Омский академический театр драмы, Омский государственный музыкальный театр, Омская филармония. На территории Омска ежегодно проводятся кино-фото-фестиваль «Ширина», фестиваль искусства и дизайна «Сибирская этника», фестиваль кинодебютов «Движение», открытый фестиваль документального кино «Сибирь», международный театральный фестиваль «Академия». Особый интерес туристов вызывает Тара – старейший населенный пункт Сибири, центр традиционной русской культуры. С 2015 года свою деятельность начал вести Туристский информационный центр, где можно записаться на экскурсию, получить актуальную информацию о театральных постановках, выставках, концертах и местах культурного отдыха.

Деловой туризм в Омской области представлен всеразличными выставками-ярмарками, форумами, конференциями и семинарами. Ежегодно проводимая Сибирская агротехническая выставка АгроОмск акцентирует внимание на сельскохозяйственном оборудовании, технике. На выставке демонстрируются достижения агропромышленного комплекса и происходит обмен опытом между специалистами. В 2017 году в Омске состоялась Международная выставка высокотехнологичной техники и оборудования для Арктики, Сибири и Дальнего Востока, где была представлена техника для использования в труднодоступных регионах России и Арктики. Более 200 ученых из Белоруссии, Казахстана и Франции приняли участие в работе выставки. Деятельность таких организаций, как Агентство развития и инвестиций Омской области, Омский региональный бизнес-инкубатор, Омская торгово-промышленная палата, способствует развитию делового туризма. На базе Омского государственного технического университета два года успешно реализуется проект Российско-Китайского молодежного бизнес-инкубатора, который является площадкой для взаимодействия инвесторов и предпринимателей с молодыми учеными. В 2019 году в ОмГТУ открылась «Точка кипения» – пространство, объединяющее представителей

бизнеса, образования и науки. Здесь проводятся различные семинары, способствующие развитию и личностному росту участников. На территории Омска функционируют представительства крупных банков, торговых компаний, авиакомпаний, в которые прибывают бизнес-туристы – партнеры и сотрудники из других городов.

В Омской области растет значимость спортивного туризма. Визитной карточкой региона являются ежегодные Сибирский международный марафон и Рождественский полумарафон. Данные мероприятия притягивают большое количество любителей и опытных спортсменов из области, иных регионов, ближнего зарубежья. Омск известен хоккейными спортивными клубами «Авангард» и «Омские ястребы». В связи с непригодностью ледовой арены в настоящее время в Омске не проводятся хоккейные матчи, однако к 2022 году, после завершения строительства нового ледового дворца, Омск примет Молодежный чемпионат мира по хоккею. Омск – единственный город Сибири с действующим ипподромом. Центр конного спорта наравне с тремя другими базами Москвы, Санкт-Петербурга и Ханты-Мансийска имеет право на проведение всероссийских соревнований. Омской федерацией ездоного спорта проводятся соревнования – гонки на собачьих упряжках. В них участвуют спортсмены Восточной и Западной Сибири, Алтая, Урала, Казахстана и Чехии. Сохранением традиций спортивного туризма в Омске занимаются такие объединения, как Областная федерация спортивного туризма, Федерация альпинизма, Омский областной туристский клуб, Федерация парусного спорта Омской области.

В настоящее время прослеживается повышенный интерес к эко- и агротуризму. Данные виды туризма обладают отличными возможностями благодаря сельской культуре, разнообразию флоры и фауны, природным ландшафтам, традициям скотоводства и земледелия, экологической привлекательности. В поселке Большеречье расположен единственный в области музей-заповедник «Старина Сибирская». Здесь проводят свадебные обряды, мастер-классы по традиционным ремеслам. На территории Омской области находятся 133 оберегаемых государством объекта, 99 памятников природы, 32 заказника, 13 ботанических парков [2]. Интерес вызывают энергетические зоны деревни Окунево, природная зона Муромцевского района – легенда пяти озер метеоритного происхождения: Данилово, Линёво, Шайтан, Урманное и Потаенное, скала «Чертов палец» на территории Горьковского района, сложенная из глины и песка и напоминающая кулак с выступающим указательным пальцем, природный заказник «Баировский». Заказник содействует восстановлению среды обитания птиц и животных, находящихся под угрозой исчезновения. В черте города расположен природный парк «Птичья гавань», наделенный статусом объекта регионального значения. Во время осенних миграций здесь останавливается до трех тысяч особей птиц.

Оздоровительный туризм имеет потенциал развития в Омской области благодаря наличию большого запаса подземных термальных вод. На базе этих вод в Омской области функционируют водолечебницы в домах отдыха. Большой комплекс оздоровительных учреждений находится в Чернолученско-Красноярской зоне. На территории Черлакского района расположено реликтовое соленое озеро Ульджай. Оно обладает запасами лечебной грязи. Лечебный комплекс этой грязи выполняет в организме роль энергетического резерва. Уникальным является озеро Эбейты – самое большое соленое озеро Омской области. Минеральная грязь этого озера обладает антибактериальным и бактериостатическим действием. С 2019 года для удобства туристов здесь открылась экотропа.

Таким образом, Омская область обладает значительным потенциалом для развития как внутреннего, так и внешнего туризма. Разнообразие туристских ресурсов позволяет развивать культурно-познавательный, деловой, спортивный, лечебный и экологический виды туризма.

Список источников

1. Указ Об утверждении концепции развития туристского сектора Омской области до 2025 года от 05.09.2016 N154 [Электронный ресурс]. URL: <http://docs.cntd.ru/document/432998237> (дата обращения 17.10.2019)
2. Кузнецова, О. П. О некоторых аспектах развития туризма в Омской области / О. П. Кузнецова [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/o-nekotoryh-aspektah-razvitiya-turizma-v-omskoy-oblasti> (дата обращения 16.10.2019)

Дурнова Валентина Ивановна

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В РАЗВИТИИ СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ НА ПРИМЕРЕ ЛЕДЯНЫХ ОТЕЛЕЙ

В статье проанализированы современные тенденции в развитии туризма на примере необычных экзотических средств размещения – ледяных отелей. Также был сопоставлен опыт работы ледяных отелей в мире и российских отелей-иглу.

Ключевые слова: экзотическое средство размещения, отель-иглу, Камчатка, Вилучинский вулкан, услуги отеля.

The article analyzes the current trends in the development of tourism on the example of unusual exotic accommodation facilities – ice hotels. Also, the experience of ice hotels in the world and Russian hotel-igloo were also compared.

Keywords exotic accommodation, hotel-igloo, Kamchatka, Vilyuchin volcano, hotel services.

Дурнова Валентина Ивановна
Омский государственный технический университет
E-mail: valyadurnova@mail.ru
Научный руководитель:
Солодовникова Юлия Ринатовна,
старший преподаватель
Омского государственного технического университета

На сегодняшний день сфера туризма является важной развивающейся частью современной экономики нашей страны. Так как с каждым годом туризм набирает обороты, его стремительно развивают не только в России, но и во многих странах мира, придумывая более современные технологии для привлечения большого количества туристов. Новейшие технологии дают возможность увеличивать качество предоставляемых услуг.

Современные тенденции в развитии туризма можно изучить на примере необычных средств размещения – ледяных отелей. Развитие ледяных отелей – тема не новая. В мире подобные места отдыха начали создаваться более тридцати лет назад. Первый в мире ледяной отель был построен в шведском городке Юккасьярви в 1989 году. На сегодняшний день таких отелей насчитывается более двадцати. Большая часть данных видов отелей и гостиниц находятся в Северной Европе и, как правило, работают они только в зимнее время года, но существуют отели с круглогодичным функционированием.

В мире подобный отель является востребованным средством размещения, в России подобный опыт только набирает обороты.

Первый ледяной отель в России был открыт в 2016 году на Камчатке. Иглу-отель «Горная территория» находится на Дальнем Востоке в юго-восточной части полуострова Камчатка, недалеко от города Петропавловск-Камчатский. Отель можно отнести к инновациям в гостиничной и туристской деятельности, т. к. требует обновления, каждую зиму ледяной отель нужно строить заново.

Ледяной отель в России находится на территории санатория «Начикинский». Иглу-отель «Горная территория» построен рядом с термальным бассейном.

Клиенты ледяной гостиницы живут в национальных жилищах жителей Крайнего Севера, настоящих иглу – домах из льда. Номерной фонд ледяного отеля состоит из 4-х номеров, 3 из них соединены переходами. Вместимость ледяного отеля «Горная территория» до 12 человек. Температура в помещениях не опускается ниже минус трех градусов по Цельсию.

Дизайном внутренних помещений ледяного средства размещения занимались скульпторы из Иркутска, Ангарска и Свердловской области. На стенах и потолке они вырезали изоб-

ражения представителей природы Камчатки: краба, медведя, осьминога, а также мифических персонажей коренных народов полуострова.

Ледяной отель полностью состоит из снега и льда, иногда с добавлением металлических конструкций. Подготовка к строительству начинается задолго до открытия зимнего сезона и продолжается несколько месяцев. Иглу-отель стилизован под этнический колорит коренных жителей Камчатки – оленных коряков или чавчуменов. Отель представляет собой комплекс сооружений из разногабаритных иглу – зимнее жилище эскимосов, – рассчитанных на двух или восьмерых постояльцев. Иглу представляют собой куполообразные постройки, обычно диаметром 2–4 метра и высотой около 2 метров [1]. Изнутри иглу украшены впечатляющими барельефами с дикими северными животными и охотникам. Для этого специально приглашают профессиональных резчиков по снегу [2].

В сочетании с экологически чистым материалом (снег), используемым для постройки (у отеля статус эко), также можно отметить этнографический аспект отеля – само сооружение гостиницы (иглу) и тотемы-хантаи у каждого иглу, вырезанные из лиственницы.

Внутри иглу-отеля поддерживается температура не более -4°C . В помещении, чтобы турист не замерз, выдают шкуры животных и спальные мешки, которые удерживают тепло в холодное время года. Уборные комнаты и столовая находятся в отдельных теплых помещениях. Также на территории есть бассейн с горячей термальной водой, посещение которого входит в стоимость проживания. Рядом находится утепленная раздевалка с батареями.

Иглу-отель имеет перечень экскурсионных программ для туристов. Популярной экскурсией является путешествие на снегоходе к Вилючинскому водопаду, который зимой превращается в ледяную громадину. Тонны падающей замёрзшей воды, огромные зловещие нависающие сосульки.

Отель находится рядом с дорогой на Мутновку, не доезжая примерно километр до «Снежной долины», слева, если направляться в сторону вулканов.

Расположение ледяного средства размещения близ Вилючинского вулкана не случайно, так как этот природный объект является одним из уникальных живописных мест Камчатского края. Ослепительно белый зимой или покрытый чередующимися полосами серых скалистых ребер и белых снежников летом, он главное украшение панорамы Авачинской бухты.

Уникальным памятником природы является вулкан Вилючинская сопка, который находится частично на территории Южно-Камчатского природного парка, внесённого в 1996 г. в список Всемирного природного и культурного наследия ЮНЕСКО в номинации «Вулканы Камчатки». Вулкан Вилючинский с трёх сторон окружён живописными долинами рек Вилючи, Паратунки и Большой Саранной.

Вулкан относится к потухшим, представлен правильным конусом высотой 2173 м над уровнем моря. Вершина его срезана к западу и выглядит в виде крупных останцев пород, разделённых скоплением льда и фирна. Склоны вулкана прорезаны глубокими, радиально расходящимися от вершины барранкосами, частично заполненными льдом.

На северном привершинном склоне конуса находится небольшая впадина его разрушенного кратера. Сильная изрезанность конуса глубокими барранкосами свидетельствует, что лавовые извержения происходили уже давно.

К северу от Вилючинского вулкана расположены вулканические образования, представленные многочисленными (около 25) мелкими шлаковыми конусами и лавовыми куполами. Среди них лежат два озера – Зелёное и Тополевое, обязанные своим появлением деятельностью этих вулканчиков [3].

Ледяные отели как необычные средства размещения очень популярны в мире. Забронировать номер в подобном отеле необходимо заранее, так как средство размещения уникальное и пользуется спросом. Похожие конструкции существуют в Норвегии, Канаде, Финляндии, Швеции. Обычно стоимость проживания в таких гостиницах начинается от 200 долларов за сутки с человека. А в ледяной гостинице на Камчатке одна ночь обойдется приблизительно в 5 тысяч рублей.

Этот необычный вид отдыха – экологический туризм и необычное экзотическое средство размещения – ледяной отель доступен любому туристу. В настоящее время существует тенденция появления все большего количества ледяных отелей в мире. Этим гостиницам не требуется ремонт, поскольку каждый год их строят заново; многие ледяные отели обходятся без водопровода и ванных комнат, горничным не приходится менять белье – главное, чтобы на всех гостей хватило теплых спальных мешков. Ещё одной изюминкой, которой можно подстегивать интерес туристов, является тот факт, что дизайн номеров можно менять каждый год, следовательно, каждый новый ледяной отель неповторим и его обязательно следует посетить.

Делая вывод из вышеизложенного, стоит отметить, что инновации в сфере туризма необходимы для современного общества и развития предоставляемых услуг. Также такие инновации позволяют поддерживать окружающую среду и природные ресурсы, что дает возможность привлекать большое количество туристов каждый год. Ледяной отель, построенный в духе национального жилища народов Крайнего Севера, является уникальным, инновационным, экологическим туристским объектом. Расположение средства размещения на Камчатке близ природной достопримечательности – вулкана Вилучинского делают иглу-отель неповторимым, востребованным экообъектом.

Список источников

1. Ледяной отель [Электронный ресурс] Электронный ресурс, URL: <http://coolidea.ru/2017/08/29/ledyanoy-otel/> (дата обращения 30.10.2019).
2. ИГЛУ-ОТЕЛЬ НА КАМЧАТКЕ [Электронный ресурс] Электронный ресурс, URL: <http://mir-vpechatleniy.ru/iglu-otel-na-kamchatke/> (дата обращения 29.10.2019).
3. Вулкан Вилучинский (Вилучинская сопка) [Электронный ресурс]. URL: http://www.topkam.ru/attractions/volcanos/vulkan_viluchinskii_viluchinskaya_sopka.html (дата обращения 04.11.2019).

Жарина Ольга Юрьевна

АГРАРНЫЙ ТУРИЗМ КАК ОДИН ИЗ КЛЮЧЕВЫХ ФАКТОРОВ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

Данная научная работа посвящена анализу развития аграрного (сельского) туризма на территории Краснодарского края. Выявляет особенности регионального развития в сфере аграрного (сельского) туризма на территории края.

Ключевые слова: Краснодарский край, туризм, аграрный туризм, сельское хозяйство, сельский туризм.

This scientific work is devoted to the analysis of the development of agrarian (rural) tourism in the territory of the Krasnodar Territory. It reveals the features of regional development in the field of agrarian (rural) tourism in the region.

Key words: Krasnodar Territory, tourism, agrarian tourism, agriculture, rural tourism.

Жарина Ольга Юрьевна

Краснодарский государственный институт культуры

E-mail: olya.zharina.99@mail.ru

Научный руководитель:

Егорова Елена Николаевна,

кандидат педагогических наук, доцент кафедры туризма и физической культуры

Современные тенденции развития сферы туризма показывают, что предпочтения в отдыхе у потребителей претерпели значительные изменения за последние десятилетия. Причиной послужила глобализация и значительное увеличение техногенных нагрузок на общество. Кроме того, воздействие техногенных процессов оказывает негативное влияние на экологию как отдельно взятых регионов, так и на экологию России в целом. Этими факторами обусловлена возрастающая популярность аграрного туризма, так как он не только является перспективным туристским направлением, но и оказывает влияние на охрану и развитие природы и культурно-исторического наследия [6, с. 7].

Кроме того, развитие аграрного туризма благоприятно влияет на развитие сельских местностей в Краснодарском крае, так как решается проблема наличия рабочих мест в сфере деятельности, заменяющей либо дополняющей сельское хозяйство. Связано это с тем, что глобализация и повышение автоматизации повлияло не только на общество, но и на процесс производства и сокращение рабочих мест в главном аграрном районе страны. Активное развитие сельского (аграрного) туризма качественно решает эту проблему, ведь привлечение туристских потоков в сельские районы может послужить «катализатором» их экономического развития. Это связано с тем, что:

- 1) туристская деятельность в данном направлении требует небольшой стартовый капитал, что для сельских жителей является значительным преимуществом;
- 2) туризм – это крайне прибыльная отрасль, характеризующаяся высокой эффективностью и минимальным сроком для окупаемости затрат, благодаря чему процесс получения дохода проходит быстро [7, с. 4].

К определению сути сельского туризма существует множество подходов. Связано это с тем, что он включает в себя огромное разнообразие рекреационной деятельности и занятий, которые может предоставить потребителю сельская местность. Кроме того, ведётся много споров по поводу самого названия данного вида туризма. Разные авторы, изучающие данное направление, называют его по-разному: сельский, аграрный, деревенский, сельскохозяйственный, «зелёный». При подробном изучении профессиональной литературы можно выделить следующие определения аграрного (сельского) туризма:

- совокупность всех форм туристских явлений и отношений на территории села;

- деятельность по организации отдыха в сельской местности или в малых городах (с условием отсутствия промышленных зон и многоэтажных застроек) с предоставлением услуг и средств размещения в частном секторе, ориентированная на использование естественных природных, культурно-исторических и других ресурсов, традиционных для рассматриваемой сельской местности;
- вид туризма, предлагающий временное пребывание туристов в сельской местности с целью отдыха и/или участия в сельскохозяйственных работах;
- посещение туристами сельской местности с целью отдыха и/или организации развлечений в экологически чистых (относительно городских поселений) районах с естественными и аграрными ландшафтами [5, с. 53–54].

Конкретно на территории Краснодарского края стали говорить о поддержке и развитии нового, но перспективного для региона вида туризма с 2013 года. На очередной сессии краевого парламента ЗСК В. Бекетов отметил первостепенность развития сельского туризма (агротуризма) в крае, были внесены поправки в краевой закон о туристской деятельности, где ранее указывалось, что агротуризм – ознакомительное путешествие на сельскохозяйственное производство, теперь же это отдельный вид туризма, ориентированный на использование природных, культурно-исторических и сельскохозяйственных территорий региона. Он осуществляется в целях отдыха, ознакомления с аграрным производством и участия в нём [8]. Также о поддержке аграрного вида туризма свидетельствует «Концепция развития сельского (аграрного) туризма в Краснодарском крае на 2017–2020 годы», разработанная Министерством курортов, туризма и олимпийского наследия Краснодарского края. В концепции отражены основные понятия, развитие сельского туризма на современном этапе, маркетинговые мероприятия и механизмы реализации концепции. Для более серьёзного развития и внедрения данного вида туризма в массы, по инициативе ЗСК Краснодарского края, министерства курортов, туризма и олимпийского наследия, министерства сельского хозяйства и перерабатывающей промышленности и министерства культуры, с 2015 года проводится краевая выставка-ярмарка кубанских народных промыслов, ремёсел и сельского (аграрного) туризма «АгроТУР». За прошлый год в данном мероприятии приняли участие более 90 объектов сельского туризма из 40 муниципальных образований региона и около 400 ремесленников. Выставка-ярмарка «АгроТУР» показывает весь имеющийся потенциал Краснодарского края для активного развития агротуризма [9].

Кроме того, одним из самых популярных видов деятельности в аграрном туризме является охота. Это может быть «сафари», «трофейная охота», «валютная охота» или «охотничья экспедиция», проводящаяся на территории отдельного хозяйствующего угодья [2, стр. 309]. Также в состав аграрного туризма может входить и энотуризм. Уже 9 из 60 производителей вина, располагающихся на территории Краснодарского края, проводят экскурсии и дегустации, совмещая маркетинг и получение дополнительной прибыли. Экскурсии принимают ОАОР «Агропромышленная фирма «Фанагория», ЗАО «Запорожье», ООО «Кубань-Вино», коньячный завод «Темрюк», ГУП Винзавод «Приморский», СПК им. Ленина, ЗАО Агрофирма «Мысхако» и ЗАО «Абрау-Дюрсо». В станице Голубицкой открылись два частных дегустационных зала, где пробуют вина разных производителей [3, с. 36]. Эти мероприятия значительно повысили уровень посещаемости сельскохозяйственных и производственных объектов.

Согласно подсчётам Ростуризма, по количеству внутренних туристских потоков Краснодарский край занимает первое место по посещаемости, а именно 71,9 % [6, с. 48]. Большинство муниципальных образований Краснодарского края обладает потенциалом для развития аграрного туризма:

- в Анапе это ионизированный воздух многовековых реликтовых можжевеловых лесов и виноградники;
- в Армавире – агроклиматические условия, позволяющие вести сельское хозяйство;
- в Горячем Ключе – развитое горное пчеловодство, страусоводство, наличие в лесах дикорастущих съедобных ягод, фруктов и грибов;

- в Новороссийске – обширные лесные массивы с целебными свойствами фитонцидов и виноградников;
- в Сочи – посадки самого северного в мире чая, сбор орехов и мёда, распространение садоводства и виноградарства;
- в Абинском районе – конные прогулки, богатые агроресурсы (выращивание сельскохозяйственных зерновых, плодовых и овощных культур);
- в Апшеронском районе – развитая охота и рыболовство, конные прогулки;
- в Выселковском районе – развитое растениеводство и животноводство;
- в Крымском районе – развитое виноградарство и рыбалка;
- в Отраденском районе – развитая охота, рыбалка, конные прогулки и народные промыслы;
- в Приморско-Ахтарском районе – развитая охота и рыбалка, плантации настоящих индийских лотосов;
- в Темрюкском районе – развитая охота и рыбалка, виноградарство и виноделие, наличие этнографического комплекса «Атамань»;
- в Туапсинском районе – выращивание фруктов, ягод и орехов [1, с. 38–46].

Также стоит отметить, что кроме сельскохозяйственного потенциала, у Краснодарского края есть историко-культурный потенциал для развития аграрного туризма. Колорит кубанской казачьей культуры и сохранившиеся традиционные формы землевладения притягивают не только отечественных туристов, но и туристские потоки из-за границы. В общем же объекты агротуризма в настоящее время развиваются по трем основным моделям:

- построенные по европейским аналогам, туристические;
- агрофермы, построенные на базе существующих фермерских хозяйств;
- крупные агротуристические комплексы [4, с. 104].

Проанализировав всё вышесказанное, можно сделать вывод, что аграрный вид туризма на территории Краснодарского края является важным элементом для развития в целом экономики региона, улучшения качества жизни в сельской местности, развития инфраструктуры. Географические и климатические условия края позволяют принимать туристские потоки не только по направлению пляжного туризма (за счёт развитой инфраструктуры морских побережий), но и аграрного (сельского) туризма. Таким образом, продолжая развивать агротуризм, будет комплексно использоваться природный и культурный потенциал сельских территорий Краснодарского края. Вид туризма уже стал востребованным и привлекательным на территории региона, и активное развитие агротуристских объектов указывает на то, что его популярность в будущем будет только возрастать.

Список источников

1. Босак, А. В. Агротуризм как перспективный вид туризма на территории Краснодарского Края / А.В. Босак ; Кубанский Государственный Технологический Университет (ФГБОУ ВО «КубГУ»), Кафедра международного туризма и менеджмента. – Краснодар :, 2017. – 62 с.
2. Воскресенский, В.Ю. Международный туризм / В.Ю. Воскресенский. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юнити-Дана, 2015. – 462 с.
3. Девлетов, О.У. Аграрный туризм России: имидж, реклама, сервис / О.У. Девлетов. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2018. – 382 с. : ил., табл.
4. Егорова Е. Н., Абдиева В. О. АГРОТУРИЗМ В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ: ПРОШЛОЕ, НАСТОЯЩЕЕ И БУДУЩЕЕ // В журнале: Евразийское научное объединение, 2018 г.
5. Миненкова В. В. Сельский туризм: сущность и направления развития / В. В. Миненкова // Мат. всерос. научно-практ. конф. «Актуальные проблемы развития сельского (аграрного) туризма в условиях современных геополитических и социально-экономических вызовов». – Краснодар: КубГУ, 2017.
6. Нежелъченко, Е.В. Организационно-экономическое обоснование развития сельских территорий на основе агротуризма / Е.В. Нежелъченко, С.Н. Ясенюк, А.Ю. Нежелъченко; под общ.

ред. Е.В. Нежелченко ; Белгородский государственный аграрный университет имени В.Я. Горина. – Белгород : Издательство Белгородский ГАУ им. В.Я. Горина, 2016. – 186 с. : ил., табл.

7. Сельский и экологический туризм как фактор устойчивого развития территории: метод. реком. – Екатеринбург: Мин-во культуры и туризма Свердловской области; ГБУК «Центр развития туризма Свердловской области», 2011.

8. В Краснодарском крае расширили понятие агротуризма [Электронный ресурс]: Официальный сайт «Отдых на Кубани.ру». – Режим доступа: <http://otdih.nakubani.ru/novosti-turisticheskogo-biznesa-na-kubani/2013-12-27-v-krasnodarkom-krae-rasshirili-ponyatie-sgoturizma/> (Дата обращения: 02.11.19)

9. Официальный сайт Министерства курортов, туризма и олимпийского наследия Краснодарского края [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://min.kurortkuban.ru> (Дата обращения: 02.11.19)

АНТРОПОНИМИКА НАСЕЛЕННЫХ ПУНКТОВ ЧЕЛЯБИНСКОЙ ОБЛАСТИ

В условиях развития цивилизации и освоения территорий человеком появляются различные поселения, которые со временем стали называться населенными пунктами. Выступая в качестве места, населенного людьми, населенный пункт используется постоянно как место постоянного или сезонного обитания человека. С увеличением численности населенных пунктов возникает необходимость их наименования. Одним из направлений «именаречения» населенных пунктов становятся имена людей – в честь первопоселенцев или выдающихся личностей.

Ключевые слова: краеведение, антропонимика, топонимика, населенные пункты.

In the conditions of development of civilization and development of territories by the person there are various settlements which in due course began to be called settlements. Acting as a place inhabited by people, the locality is used permanently as a place of permanent or seasonal human habitation. With the increase in the number of settlements, it became necessary to name them. One of the directions of "naming" settlements are the names of people-in honor of the first settlers or outstanding personalities.

Keywords: local history, onomastics, place names, settlements.

*Ильясова Анастасия Викторовна
НИУ «Южно-Уральский государственный университет»
E-mail: anastasia_ilyasova@mail.ru
Научный руководитель:
Третьякова Татьяна Николаевна,
доктор педагогических наук, профессор*

Челябинская область состоит из 16 городских округов и 27 муниципальных районов, 27 городских поселений и 247 сельских поселений. Список городов, сёл, посёлков и деревень весьма подвижен, что связано с изменением административно-территориальных границ, объединением территорий близлежащих населенных пунктов или, наоборот, с их реструктуризацией в сторону дробления.

Более 140 населенных пунктов региона названо личными именами людей.

В антропонимике выделяют две главные группы антропотопонимов – мемориальные и патронимические топонимы.

К мемориальным топонимам относятся те географические названия, которые образованы от личных имен и фамилий выдающихся личностей.

Патронимические топонимы происходят от имен, фамилий и прозвищ первопоселенцев [1, с. 319].

Антропонимы сохраняют память об именах выдающихся и знаменитых людей – первооткрывателей, путешественников, ученых, политических деятелей или просто первопоселенцев. Люди с древних времен стали давать подобные названия. Города называли в честь великих правителей, например, по имени македонского царя Александра названы Александрополь, Александрия у Исса (ныне Искендерун), Александрия в Ариане (ныне Герат), Александрия Кавказская (ныне Чарикар, или Баграм) и др. В честь римских императоров – Цезаря-Августа (ныне Сарагоса, Испания), Юлия-Фелис (ныне Синоп, Турция), Августа-Эмерита (ныне Мерида, Испания) и др.

Множество географических мест получили мемориальные названия во времена Великих географических открытий. Например, Колумбия; Америго Веспуччи, в честь которого был назван континент Америка; Фердинанд Петрович Врангель и др. [2, с. 67].

В России по именам императоров были названы такие города, как Санкт-Петербург, Екатеринбург, Петрозаводск, Николаевск-на-Амуре и др.

Также было распространено давать названия городам в честь революционеров, военных и культурных деятелей. Так получили свое название города Киров (в честь С. М. Кирова, активного участника Октябрьской революции), Ульяновск, Жуковский, Чехов.

Вопросам изучения антропонимики и топонимики в целом посвящены труды Э. М. Мурзаева [1, с. 319], В. А. Никонова [2, с. 67], Г. П. Смолицкой [3, с. 110], Л. В. Успенского [4, с. 72] и др. Тема антропонимики актуальна с точки зрения краеведения и истории, а значит, она важна для туризма, в том числе и познавательного.

Цель исследования – выявить туристскую привлекательность антропонимической системы населенных пунктов Челябинской области для регионального туризма.

Объект исследования – антропонимическая система населенных пунктов Челябинской области.

Предмет исследования – особенности антропонимики населенных пунктов Челябинской области.

Задачи исследования:

- изучить антропонимику населенных пунктов Челябинской области;
- выделить признаки классификации антропонимов населенных пунктов Челябинской области;
- охарактеризовать номинации названий населенных пунктов Челябинской области.

Методы исследования:

- сравнительно-исторический, сопоставительно-типологический и описательный анализ антропонимов населенных пунктов Челябинской области.

Челябинская область не стала исключением из общей тенденции давать названия населенным пунктам именами выдающихся личностей. Множество населенных пунктов всех регионов области носят имена первопоселенцев или выдающихся личностей (табл.).

Таблица – Антропонимы населенных пунктов Челябинской области

Мемориальные топонимы	Патронимические топонимы
Агаповский район	
2	2
Агаповка	Борисовка
Алексеевский	Михайловка
Аргаяшский район	
6	7
Акбашева	Бажикаева
Аракаева	Булатова
Аязгулова	Дербишева
Биккулова	Илимбетова
Байгазина	Ишалина
Худайбердинский	Курманова
	Метелево
Ашинский район	
1	0
Кропачево	
Брединский район	
1	0
Андреевское	
Гогино	
Могутовский	
Морозовка	
Павловский	
Павловское	
Чибаркульский район	
	11
	Щапино

	Филимоново
	Колотовка
	Малково
	Медведево
	Попово
	Пустозерово
	Сарафаново
	Шабунина
	Варламово
	Запивалово
Чесменский район	
4	1
Калиновский	Беловка
Климовка	
Тарасовка	
Углицкий	
Еткульский район	
3	5
Александровка	Борисовка
Белоусово	Кораблево
Грознецкий	Николаевка
	Потапово
	Шеломенцево
	Сухоруково
Карталинский район	
6	0
Анненское	
Еленинка	
Елизаветопольское	
Новониколаевское	
Великопетровское	
Михайловка	
Каслинский район	
0	10
	Даутово
	Григорьевка
	Клепалово
	Ларино
	Огневское
	Пьянкова
	Шабурово
	Слободчикова
	Юшково
	Зотино
Катав-Ивановский район	
2	0
Александровка	
Екатериновка	
Кизильский район	
6	1
Александровский	Мартыновка
Богдановское	
Чапаевский	
Ершовский	
Михайловка	

Ждановский	
Красноармейский район	
7	9
Ханжино	Адищево
Нижнепетропавловское	Харино
Новоандреевка	Канашево
Пашнино	Козырево
Петровский	Попово
Пятково	Сафоново
Севастьяново	Шибаново
	Шумово
	Якупово
Кунашакский район	
3	5
Большая Казакбаева	Аминева
Большая Тюлякова	Аширово
Усманова	Баязитова
	Муслумово
	Юлдашево
Кусинский район	
3	0
Александровка	
Петропавловка	
Злоказово	
Нагайбакский район	
5	0
Александро-Невский	
Астафьевка	
Куропаткинский	
Петровский	
Роза	
Нязепетровский район	
0	4
	Арасланово
	Калиновка
	Нестерово
	Ташкинова
Октябрьский район	
4	5
Александровка	Чудиново
Быково	Калачево
Ленинск	Семеновка
Варваринка	Сысоево
	Ваганово
Саткинский район	
1	
Романовка	
Сосновский район	
	4
	Большие Харлуши
	Казанцево
	Костыли
	Гуктубаево
Троицкий район	
2	1

Ленинский	Шантарино
Сбитнево	
Уйский район	
2	7
Ларино	Аминево
Петропавловский	Белово
	Бирюковский
	Кочнево
	Магадеево
	Маслово
	Воронино
Увельский район	
1	2
Петровка	Большое Шумаково
	Мордвиновка
Варненский район	
5	0
Александровка	
Алексеевский	
Маслоковцы	
Николаевский	
Владимирское	
Верхнеуральский район	
4	2
Бабарыкинский	Горбуновский
Казанцевский	Кожанов
Петропавловский	
Сухтелинский	

Таблица составлена на основе интернет-источников [5].

Анализ туристического портала Челябинской области позволяет систематизировать населенные пункты региона в регионы туристской специализации по ряду основных туристских ресурсов в несколько основных дестинаций: озерный край, западный склон Уральских гор, Сатка и ее окрестности (от Порогов до Зюраткуля), горные хребты и озера (Ильмены-Тургойк-Таганай-Уреньга), Челябинск и его окрестности, золотой пояс региона, Магнитка и ее окрестности, Степные просторы, курортный край и др. [7].

Анализ показал, что на основании списка населенных пунктов Челябинской области и краеведческих публикаций [6, с. 78] выявлено, что 74 населенных пункта названы по имени первопоселенцев и основателей и относятся к патронимическим топонимам; названия 73 населенных пунктов образованы от имен выдающихся личностей, сыгравших определенные роли в истории государства и региона – по именам членов императорской семьи, военных и революционных деятелей.

Список источников

1. Мурзаев Э. М. Очерки топонимики. – М.: Мысль, 1974. – 382 с.
2. Никонов В. А. Введение в топонимику. – М.: ЛКИ, 2011. – 184 с.
3. Смолицкая Г. П. Занимательная топонимика. – М.: Просвещение, 1990. – 126 с.
4. Успенский Л. В. Загадки топонимики. – М.: Молодая гвардия, 1969. – 145 с.
5. Список населенных пунктов Россия Челябинская область [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://maps.vlasenko.net/list/russia/chelyabinskaya/> (Дата обращения 25.10.2019 г.)
6. Шувалов Н. И. От Парижа до Берлина по карте Челябинской области Топоним. Словарь. Челябинск Юж.-Урал. кн. изд-во 1982. – 127 с.
7. Туристический портал Челябинской области. Населенные пункты [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.карта74.рф/tourism/cities/> (Дата обращения 27.10.2019г.)

Исабекова Дана Анатольевна

ИННОВАЦИИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МЕЖДУНАРОДНОЙ ГОСТИНИЧНОЙ ЦЕПИ RIXOS

В статье рассматриваются вопросы инновационной деятельности руководства международной гостиничной цепи Rixos, приводятся некоторые конкретные данные о мероприятиях, проводимых в целях улучшения качества предлагаемых услуг и привлечения потенциальных клиентов. В статье также рассматриваются основные особенности деятельности этой сети, позволяющие ей занимать рейтинговые позиции в мировом гостиничном бизнесе.

Ключевые слова: инновации, Rixos Hotels, гостиничные цепи.

The article discusses the innovation activities of the management of the international hotel chain Rixos, provides some specific data on the measures taken to improve the quality of services and attract potential customers. The article also discusses the main features of this network, allowing it to occupy a ranking position in the global hotel business.

Keywords: innovation, Rixos Hotels, hotel chains.

*Исабекова Дана Анатольевна
НИУ «Южно-Уральский государственный университет»
E-mail: doomdown@mail.ru
Научный руководитель:
Третьякова Татьяна Николаевна,
доктор педагогических наук, профессор*

Гостиничная цепь Rixos – это динамично развивающийся гостиничный бренд, популярность которого растет в разных странах мира. География Rixos Hotels насчитывает более 20 роскошных отелей пляжного и городского сегмента – парк развлечений The Landof Legends, а также комплекс вилл Club Privéby Rixos, которые встречают гостей в Турции, ОАЭ, Египте, Хорватии, Швейцарии, Украине, Казахстане и России [1].

История создания гостиничной сети Rixos Hotels началась с 1991 года, когда турецкий предприниматель Феттах Таминдже решил открыть новый высококлассный отель в Анталии – одном из самых излюбленных туристических центров российских туристов. В течение 28-ми лет существования сравнительно молодая международная сеть успешно развивалась и на сегодняшний день имеет 29 отелей высокого класса в различных уголках мира.

В условиях постоянно меняющейся окружающей среды и высокого уровня конкуренции в гостиничном бизнесе добиться успехов в развитии сети можно только за счёт осуществления инновационных процессов. Гостиничная индустрия представляет собой динамично развивающуюся отрасль с высокими темпами внедрения инновационных услуг. Любая гостиничная цепь сталкивается с необходимостью совершенствования методов ведения своей деятельности и введением новых услуг, позволяющих оставаться конкурентоспособными в современном гостиничном бизнесе. Активное развитие рынка гостиничных услуг невозможно без использования инноваций.

Что же такое инновация? Термин «инновация» произошёл от латинского слова *innovation* – «в направлении изменений». Этот термин появился ещё в XIX веке. В начале XX века термин приобретает новый смысл. В 1934 году австрийским экономистом Йозефом Шумпетером было разработано понятие экономической инновации [4]. Учёный считал, что инновация – это новая комбинация производственных факторов. Особое внимание он уделял таким факторам, как кадры и ресурсы, состояние внешней среды, рыночной конъюнктуры и конкуренции. В настоящее время понятие «инновация» имеет более узкий смысл: это новшество, внедрённое в производственный процесс, которое позволяет обеспечить качественный рост эффективности производства или значительно улучшить потребительские свойства продукции. Это не единичное новов-

ведение, а целый процесс, который состоит из следующих этапов: инвестиции – разработка – внедрение – получение качественного улучшения.

Современная классификация делит все инновационные процессы на четыре типа:

- продуктовая инновация – внедрение товара или услуги с новыми или улучшенными качествами (свойствами) или методом использования;
- организационная инновация – улучшение бизнес-процессов, внедрение новых HR-проектов или методов внешних коммуникаций компании;
- процессная инновация – улучшение способа производства;
- маркетинговая инновация – улучшение дизайна продукции, продвижение на рынке, ценообразование, расширение аудитории и увеличение прибыли от продаж и предоставляемых услуг.

Как считают учёные-экономисты, идея становится инновационной тогда, когда превращается в востребованный продукт. Инновация должна быть востребованной экономически, предлагать обществу то, чего ему не хватало. Инновации носят прикладной характер и направлены на получение экономической выгоды или на повышение эффективности предлагаемых услуг.

Тони Роббинс, американский писатель, предприниматель, бизнес-тренер, ведущий мотивационных семинаров, говоря об инновациях в гостиничном бизнесе, охарактеризовал это понятие следующим образом: «Инновация – это не обязательно новая технология. Инновация – это поиск лучшего пути для удовлетворения нужд гостя».

Это определение отлично подходит для характеристики инновационной деятельности руководителей международной гостиничной сети Rixos, которые предпочитают концептуально инновационный подход к гостеприимству, сочетающий в себе уважение к прошлому и стремление к будущему. Несмотря на достигнутые успехи, Rixos Hotels постоянно находится в развитии и движении к новым целям. В интервью журналу MICE&MORE Мурат Алпман, Group Sales coordinator Turkey Rixos Hotels, отметил, что «...особенность стратегии отелей Rixos – непрерывное фокусирование на дальнейшее развитие, цель которого – всемирная известность бренда и лидерство в индустрии гостеприимства. Это устремление позволяет преодолевать любые препятствия и открывать новые горизонты». Его слова подтверждает открытие в июле 2016 года в Анталии современного технологически оснащённого тематического парка развлечений The Land Legends Park, единственного в своём роде. Ежедневно посетители парка могут оказаться героями новой легенды. Это новшество свидетельствует о высочайшем уровне развлекательной программы, так как позволяет участвовать в развлечении не только детям разного возраста, но и взрослым, мечтающим побывать в детстве.

В своей деятельности руководство сетью Rixos успешно использует инновации организационного, маркетингового и продуктового типа.

Новым этапом в развитии сети стал 2017 год, когда отели Rixos Hotels и Accor Hotels объявили о стратегическом партнёрстве, которое позволяет развивать новые отели Rixos по всему миру и управлять ими, интегрировав 15 лидирующих отелей премиум-класса в международного оператора индустрии гостеприимства. Это даёт возможность клиентам Rixos участвовать в программе лояльности «Le Club» Accor Hotels, которая признана одной из самых мощных программ в отрасли. В ней насчитывается более 100 миллионов участников.

Маркетинговой инновацией Rixos является также MICE – направление, составляющее на сегодняшний день основной сегмент гостиничного рынка данной сети [1]. Отели этого направления – ключевой бренд для принятия корпоративных групп, особенно в Анталии. Рассмотрим подробнее, в чём состоит сущность этого направления.

MICE (деловой туризм) – область индустрии делового туризма, связанного с организацией и проведением различных корпоративных мероприятий. В понятие MICE входят четыре базовых направления: meetings – корпоративные встречи, презентации, переговоры; incentives – поощрительные или мотивационные туры и программы, обучение персонала, организация праздников; conferences – съезды, форумы, конференции, конгрессы; exhibitions – имиджевые мероприятия (фестивали, благотворительные концерты), выставки. Примером отеля, действующего в этом направлении, можно назвать Rixos Sungate (Анталия) – флагмана для

проведения корпоративных цикловых конференций, конгрессов, тимбилдингов и спортивных мероприятий. Этот отель знаменит номерным фондом (1094 номера), возможностью предоставить значительное количество номеров категории twin, а также конгресс-центром «Beга», общая площадь которого составляет 20000 квадратных метров. Центр может вместить до 6-ти тысяч человек. В отеле имеется большой зал, рассчитанный на 2800 человек.

В этом же направлении работает в Белеке отель Rixos Premium Belek. Современное техническое оснащение и приемлемые ценовые предложения привлекают в него группы, нацеленные на проведение мероприятий инновационного характера.

На самом высоком уровне проводятся мероприятия в Rixos Borovoe (Казахстан). Об уровне этого отеля говорит факт проведения в нём саммита глав государств СНГ. В отеле побывали гости из 46 стран, в числе которых президенты России и Казахстана. Ферзи Опсар, генеральный менеджер отеля, в интервью журналу «Мир путешествий» отметил, что стратегией развития отеля считает универсальность – сочетание курорта и бизнеса. Гости привлекают природные условия, спортивные залы, большой конференц-зал, круглогодичный вейк-парк, крымские бани, специалисты которых проводят все процедуры по авторским технологиям.

Особенно продуктивным в плане использования инноваций маркетингового и продуктового типа стало лето 2019 года. На Анталийском побережье действовали бесплатные трансферы и посещения парка The Land of Legends, онлайн-выставка OTM Summer-2019, розыгрыши 500 Rixos-бонусов. В парке была открыта новая территория приключений, в которую вошли увлекательные аттракционы и уникальная горка Nupur Coaster протяжённостью 1800 метров. Высота горки – 61 метр, скорость движения – 115 км/час. Кроме того, во многих отелях сети проводились бесплатные концерты звёзд эстрады. В отеле Rixos Beldibi 5* гостям предоставлялся бесплатный вход на концерты, в парк и трансфер, бесплатный сетап горячих напитков во всех категориях номеров, один раз в неделю – посещение ресторанов [3]. В отеле Rixos Premium Belek 5* гости могли совершить бесплатный прогулочный тур на яхте по бухтам Эгейского моря. Для клиентов, проживающих не менее 14 ночей, предоставлялся Vip Terminal в аэропорту Анталии на прилёт и вылет.

Одним из наиболее значимых индикаторов успешности современного гостиничного предприятия является внедрение и использование «зелёных» технологий. Многие отели сети Rixos используют «зелёные» технологии в строительстве и эксплуатации своих зданий: солнечные батареи и большие окна, позволяющие сберегать электроэнергию; системы капельного орошения, экономящие воду; сокращение использования химической продукции; минимизация отходов и их вторичная переработка, приготовление пищи из продуктов органического земледелия. Для персонала отелей характерно бережное отношение к окружающей среде, флоре и фауне ареала, в котором находятся их объекты.

Руководители сети Rixos успешно используют и технологические бренды. Ежегодно в гостиничном бизнесе появляются всё более инновационные технологии, позволяющие сделать пребывание клиентов в отеле комфортным: отсутствие стойки администратора, полное отсутствие «видимого персонала» и т. д. Так, например, в отеле Rixos Premium Belek Villas 5* в помещениях и на территории расположены смарт-колл-станции. Гости отеля пользуются точками доступа к сотруднику отдела по связям с клиентами в режиме онлайн, что позволяет получить ответ на любой вопрос. По последнему слову техники оборудованы все номера: зеркальные телевизоры, кондиционеры с термодатчиками, электронное сервисное табло, возможность открывать дверь в номер с помощью бесконтактной карточки или мобильного телефона. Гостям отеля предоставляются интернет-услуги с бесплатным ускоренным Wi-Fi и электронные книги.

Список источников

1. MICE&more.Бриллианты сети Rixos hotels [Электронный ресурс]. Режим доступа:<http://www.miceandmore.org/articles/interview/brillianty-seti-rixos-hotels/> Журнал MICE&more [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.miceandmore.org> (Дата обращения: 27.10.2019).

2. Духовная Лилия Леонидовна, Холодцова Ирина Ивановна Инновационные технологии в гостиничном бизнесе // Сервис в России и за рубежом. 2014. №7 (54). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsionnye-tehnologii-v-gostinichnom-biznese> (Дата обращения: 27.10.2019).
3. Официальный сайт гостиницы «Rixos» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ru.rixos.com/> (Дата обращения: 27.10.2019).
4. Хабыев Я. Йозеф Шумпетер и современная предпринимательская экономика [Текст] // Проблемы и перспективы экономики и управления: материалы III Междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, декабрь 2014 г.). – СПб.: Заневская площадь, 2014. – С. 12-14. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://moluch.ru/conf/econ/archive/131/6661/> (Дата обращения: 27.10.2019).

Исаева Нина Александровна

ТУРИСТСКО-ЭКСКУРСИОННОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО КОМПЛЕКСА «ОМСКАЯ КРЕПОСТЬ»

В статье рассмотрен туристский потенциал историко-культурного комплекса «Омская крепость», представленный объектами культурного наследия. Проведен анализ туристско-экскурсионного использования комплекса, выделены основные тенденции и перспективы развития экскурсионных направлений Омской крепости.

Ключевые слова: экскурсия, региональный туризм, объект культурного наследия.

The article considers the tourist potential of historical and cultural complex «Omsk Fortress» represented by cultural heritage objects. The analysis of the complex tourist and excursion resources and activities is carried out, the major trends and development prospects of Omsk Fortress are highlighted.

Keywords: excursion, regional tourism, cultural heritage site.

*Исаева Нина Александровна
ФГБОУ ВО «Омский государственный технический университет»
E-mail: nina_isaika@mail.ru
Научный руководитель:
Кулагина Евгения Викторовна,
кандидат педагогических наук, доцент*

Одним из основных направлений развития туризма выступает туристско-экскурсионная деятельность. Экскурсии – это наиболее распространенный вид отдыха в месте временного пребывания без размещения.

Экскурсант – лицо, посещающее страну (место) временного пребывания в познавательных целях на период менее 24 часов без ночевки в стране (месте) временного пребывания и использующее услуги экскурсовода (гида), гида-переводчика [1].

В число популярных объектов города Омска для туристско-экскурсионного посещения входит историко-культурный комплекс «Омская крепость», выделяющийся среди других туристических объектов Омска высокой концентрацией ценных объектов культурного наследия.

Статус Омской крепости как уникальной, привлекательной для туристов аттракции города обосновывается историческими, культурными и аксиологическими предпосылками:

- это центр возрождения исторической памяти, небольшая территория, на которой компактно расположены оставшиеся ранние исторические постройки. В теплое время года историко-культурный комплекс играет роль музея под открытым небом (с преимущественным проведением обзорных экскурсий вне зданий);
- город Омск возник как крепость, которая защищала рубежи отечества и обеспечивала продвижение русской цивилизации в Азию. В петровское время Россия не только прорубала «окно в Европу», но и активно расширяла свои владения в Азии;
- представляет не только историко-архитектурную, но и культурную ценность. На ее территории проживали люди, чья судьба оставила след в нашем городе и в России в целом (скульптор Петр Карлович Клодт, живописец Михаил Александрович Врубель, Александр Васильевич Колчак). Пространство Омской крепости сформировало личность и наложила отпечаток на творчество великого русского писателя Ф. М. Достоевского.

В целях исторического просвещения и патриотического воспитания омичей и гостей Омской области в пространстве «Омской крепости» реализуются экскурсии различной направленности. В развитии экскурсионной деятельности в «Омской крепости» используются современные подходы к интерпретации историко-культурного наследия на основе использования

анимационных технологий (участие туристов в фестивалях, реконструкциях исторических событий, фольклорно-этнографических мероприятиях, обучение традиционным ремеслам).

Наиболее популярные экскурсионные программы:

- «Прогулки по Омской крепости» – экскурсия, рассказывающая о зданиях, находящихся на территории историко-культурного комплекса (казарма резервного батальона, обозный сарай, денежная кладовая, Тобольские ворота, цейхгауз, арсенал, казарма дисциплинарных рот, инженерная мастерская, кухня и столовая).
- «История основания Первой Омской крепости» – о начале похода И. Д. Бухгольца в Сибирь в целях строительства Первой Омской крепости.
- «От ворот до ворот» – знакомство с сохранившимися зданиями Второй Омской крепости, ее значение для города четырех ворот Второй Омской крепости.
- «Вторая Омская крепость» – экскурсия о сохранившихся зданиях, которые раньше относились ко Второй Омской крепости (гауптвахта, Тарские ворота, плац-парад, комендантский дом, лютеранская кирха, Иртышские и Омские ворота, Воскресенский военный собор, казарма резервного батальона, обозный сарай, денежная кладовая, Тобольские ворота, цейхгауз, арсенал, казарма дисциплинарных рот, здание инженерной мастерской, кухня и столовая).
- Экскурсия «Военные на службе истории: военные-строители сибирских крепостей» – о людях, осваивающих сибирские просторы.
- «По следам Достоевского» – о периоде пребывания Ф. М. Достоевского в Омске. Она начинается от предполагаемого места расположения Омского каторжного острога и повторяет путь великого русского писателя до здания инженерной мастерской [2].

Историко-культурный комплекс «Омская крепость» активно развивается и как место событийного туризма. Многие крупные омские праздники проводятся на его территории: День города, День Победы, Масленица, Троицкие гуляния, Новый год.

Становится традицией проведение зрелищных и массовых костюмированных фестивалей «Служилые люди Сибири» с интерактивными мастер-классами по военному делу и реконструкцией сражений XVIII в. Театрализованные военно-исторические баталии год за годом привлекают в Омскую крепость тысячи посетителей [3].

Целевую аудиторию посетителей «Омской крепости» составляют туристы в составе экскурсионных групп, индивидуальные туристы, экскурсанты, в том числе школьники, участники культурных, спортивных и деловых мероприятий. Наибольшее количество иностранных посетителей составляют жители Казахстана и Германии.

Культурно-досуговые мероприятия притягивают жителей и гостей города на территорию историко-культурного комплекса, формируют позитивный имидж Омска и приобщают омичей и туристов к его истории.

Историко-культурный комплекс «Омская крепость» обладает значительным историко-культурным потенциалом. Активно ведется работа по привлечению посетителей в «Омскую крепость»: проводятся экскурсии, мастер-классы, массовые мероприятия. Важными факторами, определяющими перспективы продвижения историко-культурного комплекса «Омская крепость» как туристского объекта, являются проведенная реконструкция, а также высокая территориальная концентрация ценных объектов показа, что позволяет разрабатывать привлекательные компактные туристско-экскурсионные маршруты с насыщенным зрительным рядом.

Вместе с тем для современного туристско-экскурсионного использования «Омской крепости» характерны следующие черты:

- относительно низкая по сравнению с развитыми туристскими регионами интенсивность туристско-экскурсионных потоков города, что обуславливает незначительный объем платежеспособного спроса на туристские услуги в Омске;
- несмотря на наличие богатого экскурсионного потенциала, в том числе уникальных историко-архитектурных объектов, удельный вес иногородних и иностранных посетителей в структуре туристско-экскурсионных потоков остается крайне низким, что ука-

зывает на необходимость совершенствования инфраструктуры и рекламно-информационного обеспечения;

- низкая транспортная доступность препятствует посещению «Омской крепости» неорганизованными туристами, в особенности туристами серебряного возраста, а также с ограниченными возможностями здоровья.

Для нивелирования обозначенных черт туристско-экскурсионного потока целесообразна разработка стратегии и плана продвижения историко-культурного комплекса «Омская крепость» как туристского бренда территории, совершенствование транспортно-логистического обслуживания туристов, расширение спектра туристских услуг и событийных мероприятий, характеризующихся туристской привлекательностью.

В заключение следует отметить, что сохранение культурного наследия и его рациональное использование имеют определяющее значение для устойчивого привлечения туристских потоков и сохранения популярности экскурсионного туризма.

Список источников

1. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации: Федеральный закон Российской Федерации 24 ноября 1996 года № 132-ФЗ / «Собрание законодательства Российской Федерации», 02.12.1996, № 49, ст. 5491.

2. Официальный сайт историко-культурного комплекса «Омская крепость» [Электронный ресурс] / офиц. сайт. – Омск, 2019. – Режим доступа: <http://omskkrepost.ru/o-komplekse> (дата обращения: 24.10.2019 г.).

3. Туристский портал Омской области «Омское Прииртышье» (Министерство культуры Омской области) [Электронный ресурс] / офиц. сайт. – Омск, 2019 – Режим доступа: <http://www.omsk-turinfo.com/> (дата обращения: 24.10.2019 г.).

Канунникова Наталья Александровна

МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА США

Индустрия гостеприимства является в настоящее время одной из самых быстрорастущих отраслей в мире. Об этом свидетельствуют высокие показатели загрузки отелей и интенсивное строительство международного гостиничного фонда. Появились новые требования к отелям со стороны туристов, международные гостиничные цепи ищут новые пути их удовлетворения. Возникновение, развитие и постоянное совершенствование маркетинговых технологий в гостиничном бизнесе связано с передовыми инновационными системами управления. Владельцы отелей фокусируют внимание на максимальном разнообразии и индивидуальности обслуживания, что позволяет усилить роль конкуренции и маркетинга в глобальном масштабе и внедрить самые эффективные маркетинговые стратегии.

Ключевые слова: маркетинговые стратегии, международные гостиничные цепи, гостиничный бизнес.

The hospitality industry is currently one of the fastest growing industries in the world. The high rates of hotel occupancy and active construction of the international hotel Fund indicate about it. There are new requirements for hotels from tourist's point of view, international hotel chains are looking for new ways to meet their demands. The emergence, development and continuous improvement of marketing technologies in the hotel business is associated with advanced innovative management systems. Hotel owners focus on maximum diversity and individuality of service, which allows to strengthen the role of competitiveness and marketing on a global arena, and implement the most effective marketing strategies.

Keyword: marketing strategies, international hotel chains, hotel business.

*Канунникова Наталья Александровна
НИУ «Южно-Уральский государственный университет»
E-mail: nata1986@mail.ru
Научный руководитель:
Третьякова Татьяна Николаевна,
доктор педагогических наук, профессор*

США занимает особое положение в истории развития индустрии гостеприимства, а интенсивность и эффективность деятельности гостиничных предприятий развита неравномерно в различных штатах страны.

Соединенные Штаты Америки – крупнейшая страна, состоящая из пятидесяти штатов, большая часть которых расположена в центральной части.

Особым расположением отличаются штат Аляска – на полуострове северо-запада Северной Америки и штат Гавайи – на Гавайских островах в Тихом океане (рис. 1).

В США выделяют четыре региона – Северо-Восток, Средний Запад, Юг и Запад. Кроме того, на территории США часто выделяют так называемые «пояса» – районы, схожие по тому или иному признаку [3].

Постоянное развитие гостиничного бизнеса, его индустриализация, а также характерная для нашего времени глобализация обусловили активное продвижение международных гостиничных цепей в различные регионы мира, в том числе и в США. В двадцать первом веке именно гостиничные цепи стали ключевым элементом экономики многих стран мира. В момент высокой конкуренции каждое предприятие гостиничной индустрии должно предоставлять сервис на высшем уровне и каждый день повышать эффективность своего предприятия. Так, 90 % всех гостиниц в США объединены в цепи [1].



Рисунок 1 – Карта штатов Соединенных Штатов Америки

Анализ деятельности предприятий индустрии гостиничного бизнеса основывался на информации интернет-источников и проспектов индустрии гостеприимства [4–7].

Быстрые темпы роста индустрии гостеприимства в США способствуют созданию различных предприятий гостиничного типа, отличающихся качеством услуг, типологией обслуживания, категоричностью и инфраструктурой.

Положение мировых гостиничных цепей в рамках одной страны определяется их финансовой обеспеченностью и конкурентоспособностью. При этом определяющими факторами конкурентоспособности гостиничных предприятий являются тактические и стратегические задачи и технологии продвижения, позиционирования и выживания гостиничных цепей.

Основными факторами конкурентоспособности гостиничных предприятий являются:

- а) конкурентоспособная привлекательность гостиничного продукта;
- б) эффективность деятельности гостиницы на рынке, определяемая как отношение полученного рыночного результата к произведенным затратам;
- в) рыночный результат, позволяющий достаточно успешно развиваться отелю в перспективе и удовлетворять потребности как собственников, так и наемного персонала [2].

В мире гостиничного бизнеса маркетинговые стратегии компании направлены на улучшение экономических и конкурирующих факторов: увеличение прибыли, доли на рынке и объема продаж. В США современный туризм занимает лидирующие позиции в формировании национального дохода, служит одним из основных факторов развития экономики этой страны. Наиболее заметной стала тенденция к специализации в регионах США, где международные гостиничные цепи (МГЦ) фокусируют свою деятельность чисто на гостиничном бизнесе, исключая прочие виды бизнеса. Происходит отчуждение предприятий гостиничного бизнеса от крупных холдингов в сторону самоорганизации и чистой гостиничной специализации, что зачастую обеспечивает их экономическую стабильность и эффективность.

Гостиничные предприятия стремятся объединить международные гостиничные цепи к единой индивидуальности глобального бренда и применении единых глобальных корпоративных стандартов (стратегия стандартизации). Применяются стратегии частичной адаптации в отношении разнообразия гостиничных услуг, уровня цен, каналов и стратегий сбыта, рекламы, личных продаж, PR-акций и др., суть которых заключается в ряде основных позиций:

- 1) одним из условий успешной реализации гостиничных услуг и продуктов индустрии гостеприимства является программа коммуникации, направленная на формирование известности и привлекательности предприятия;
- 2) для ускорения процесса реализации и повышения объема продаж на мировом рынке применяются эффективные глобальные системы бронирования гостиничных номеров. Одним из каналов сбыта является бронирование номеров через сайты отелей, интернет-

агентства, такие как ОТА (online travel agent). В настоящее время на рынке гостиничных услуг наблюдается тенденция объединения глобальных систем бронирования Amadeus, Galileo, Sabre, Worldspan в сложные глобальные системы-мегасети. Кроме обычных каналов сбыта, для индустрии гостеприимства также характерны горизонтальные маркетинговые системы;

- 3) важным фондом эффективности продаж является реклама, занимающая большой сегмент финансовых затрат предприятия, который отчасти субсидируется из государственных фондов и средств, как, например, в США это обеспечивается вычетом налоговых сумм, а также средствами предпринимательского сектора;
- 4) эффективным средством маркетинговых коммуникаций являются личные продажи через персонал гостиницы или турагентства, обеспечивающие прямую и обратную связь с клиентами, а также посредством коммуникаций в выставочно-ярмарочной деятельности;
- 5) положительный эффект продажи гостиничных услуг достигается благодаря существующим программам клиентской лояльности, обеспечивающих повторные продажи гостиничных услуг и продуктов, наибольший эффект которых достигается за счет сетевого охвата клиентской базы (скидочные, денежные, балльные, накопительные), которые могут распространяться в качестве бонусов на круизные поездки, отдых на курортах, аренду автомобиля и т. п.

В ходе анализа состояния индустрии гостеприимства в США мы пришли к выводу, что большинство международных гостиничных цепей расположено на Западном побережье страны Тихого океана (33,8 %) – 330 МГЦ (в основном штат Калифорния, Невада, Орегон и Аризона). На Восточном побережье страны Атлантического океана (32,7 %) – 327 МГЦ (Нью-Йорк Сити, Флорида, Нью-Джерси и Пенсильвания). На среднем Западе Америки (5,2 %) – 52 МГЦ (штат Иллинойс). На Юге США (5,1 %) – 51 МГЦ (штат Техас) (рис. 2).



Рисунок 2 – Международные гостиничные цепи на территории США

Рассмотрим присутствие МГЦ в разных районах США (табл.).

Таблица – Присутствие МГЦ в разных районах

West Coast State	Кол-во МГЦ	East Coast State	Кол-во МГЦ
California	157	New York City	157
Nevada	142	Florida	89
Oregon	58	New Jersey	42
Washington	36	Pennsylvania	39
Arizona	31	Ohio	33
Hawaii	22	Maryland	27

Utah	14	Massachussets	26
Idaho	5	Washington, D.C	26
Alaska	4	Virginia	25
Central Part State		West Virginia	19
Illinois	52	Georgia	17
Texas	51	Tennesse	15
Iowa	30	North Carolina	14
Michigan	30	Alabama	9
Colorado	28	Connecticut	9
Louisiana	25	New York	8
Kentucky	18	New Hamshire	8
Montana	18	Rhode Island	6
Minnesota	17	South Carolina	6
Missouri	17	Maine	6
Wyoming	17	Delaware	4
Mississippi	16		
Indiana	15	Vermont	3
Nebraska	11		
New Mexio	9		
Arkansas	9		
Wisconsin	9		
Oklahoma	7		
Kansas	5		
North Dakota	4		
South Dakota	3		

Анализ состояния индустрии гостеприимства тихоокеанских штатов показал, что первое место по ВВП США и первое место по численности населения занимает штат Калифорния. В данном штате насчитывается 157 МГЦ. Штат Невада, где туризм играет важную роль в сфере развлечений и игорного бизнеса, насчитывает 142 МГЦ. Штат Орегон на северо-западе Тихого океана насчитывает 58 МГЦ. В штате Аризона построено 31 МГЦ.

Анализ индустрии гостеприимства атлантических штатов показал, что Нью-Йорк Сити является мировым финансовым, политическим, экономическим и культурным центром Восточного побережья США с численностью населения 8 млн человек. В мегаполисе сфокусировано 157 МГЦ. Штат Флорида занимает четвертое место по ВВП США и насчитывает 89 МГЦ. Нью-Джерси занимает первое место по плотности населения в США и составляет 42 МГЦ. Штат Пенсильвания занимает шестое место по ВВП США и насчитывает 39 МГЦ.

В процессе анализа состояния индустрии гостеприимства на Среднем Западе Америки мы выяснили, что штат Иллинойс является промышленным и сельскохозяйственным государственным округом и занимает пятое место по ВВП в стране. В данном штате насчитывают 52 МГЦ.

Анализ состояния индустрии гостеприимства на юге США показал, что штат Техас занимает второе место по площади территории и по численности населения. Штат Техас является нефтедобывающим центром с развитым туристическим бизнесом и насчитывает 51 МГЦ.

Анализ информации показал, что экономико-географические факторы и уникальность территориального расположения, предложений и обслуживания способствуют развитию международного туризма, определяют рост туристской инфраструктуры, что обусловлено развитием рынка гостиничных услуг, обеспечивающим рост численности международных гостиничных цепей, извлекающих прибыль на фоне эффективного управления и функционирования сетевого сегмента индустрии гостеприимства.

Список источников

1. Жоглева, М. Успех в гостиничном бизнесе обеспечен сетевым компаниям/ [Электронный ресурс] // ProHotel: портал про гостиничный бизнес. – Режим доступа: <http://prohotel.ru/article-19479/0/> дата обращения: 03.11.2019
2. Муллагалиев, А. Российское предпринимательство/ [Электронный ресурс] // Особенности конкуренции на рынке гостиничных услуг. – Режим доступа: <http://dlib.eastview.com/search/> дата обращения: 04.11.2019.
3. США – общая характеристика государства. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://spravochnick.ru/geografiya/severnaya_amerika_territoriya_granicy_sostav_severnoy_ameriki/ssha_-_obschaya_harakteristika_gosudarstva/ (дата обращения 30.10.2019)
4. Good Hotels Guide [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.good-hotels-guide.com/> (дата обращения 30.10.2019)
5. Good Hotels USA. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.good-hotels-usa.com/> (дата обращения 31.10.2019)
6. U.S.A. Hotels Information Guide. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://usa.freehotelguide.com/> (дата обращения 29.04.2019)
7. USA Hotels & Sleeping. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.guidegecko.com/usa/hotels/p,127139,80> (дата обращения 29.10.2019)

Кириллова Валерия Евгеньевна

ТУРИСТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ РЕСПУБЛИКИ АБХАЗИЯ

В статье рассматривается значение туризма Республики Абхазия, а также предпосылки для развития туристско-рекреационного комплекса.

Ключевые слова: туристический потенциал, Республика Абхазия, туризм, отдых, вид туризма.

The article considers the importance of tourism in the Republic of Abkhazia. Prerequisites for the development of tourist and recreational complex.

Keywords: tourism potential, the Republic of Abkhazia, tourism, recreation, type of tourism.

*Кириллова Валерия Евгеньевна
ФГБОУ ВО «Омский государственный технический университет»
E-mail: lerochka–kirillova@mail.ru
Научный руководитель:
Карасев Игорь Евгеньевич,
кандидат филологических наук, доцент*

Абхазия, известнейшая на весь СССР как лучший лечебный и пляжный курорт, уже в те времена незаслуженно была обделена вниманием туристов-экскурсантов. И очень зря, ведь местные достопримечательности могут дать фору многим своим собратьям из Краснодарского края и даже Кавказа. Главные достояния этой солнечной страны созданы самой природой – это кристально чистые озера, высокие горы, поросшие густыми лесами, глубокие карстовые пещеры и потрясающие роци величественных пицундских сосен.

Абхазия совершенно заслуженно воспринимается многими как рай для туриста. Аналитики туристического рынка отмечают в качестве ключевых составляющих рекреационного потенциала края уникальные по своему разнообразию ландшафт и климат. На протяжении всего полусотни километров от берега Черного моря до Главного Кавказского хребта можно проследить все климатические зоны – от влажных субтропиков до вечных снегов и ледников. Наличие большого числа природных и историко-культурных достопримечательностей, в том числе археологических памятников, целостных архитектурных комплексов, мест паломничества, мемориальных объектов.

Огромнейшим преимуществом Абхазии с точки зрения новейших тенденций туризма является возможность развития таких актуальных трендов, как экотуризм, экстремальный туризм, этнотуризм, приключенческий туризм, событийный туризм, конфессиональный туризм. К числу проблемных компонентов, снижающих привлекательность «Страны Души» как места для отдыха, обычно относят слабое развитие инфраструктуры, трудности с транспортным сообщением, проблемы при пересечении границы, ветхий номерной фонд гостиниц и пансионатов, доминирование «советских традиций» в обслуживании. Тревожным фактором считаются участвовавшие сообщения о криминальных опасностях, поджидающих туристов. Редко встречаются недовольства качеством питания, неприветливостью обслуживающего персонала, грязью, разрухой и т. п. [2].

Пеший и горный туризм (треккинг) являются достаточно популярными видами отдыха, ведь горная Абхазия идеально подходит для занятия этой деятельностью. Хорошей популярностью пользуется маршрут по Бзыбскому карстовому массиву. Благодаря своим размерам, а также заметному уклону к югу туристы могут наблюдать панораму горных вершин. Стремительно набирает обороты такой вид туризма, как треккинг, который представляет собой пешие прогулки, имеющие познавательную и оздоровительную цель. Треккинг-маршрутов предлагается достаточно много, различающихся как по длительности, так и по уровням сложности: однодневный маршрут к семи горным озерам, пятидневный маршрут по горным селам, таким как Псху и

Хабью, маршрут к Гегскому водопаду и многие другие. Создание таких маршрутов – замечательный пример использования горных ресурсов как природного богатства.

Неплохой вариант для ознакомления с природными богатствами Абхазии – парапланеризм. Такой экстремальный отдых позволяет ознакомиться с наибольшим числом природных объектов, включая достаточно труднодоступные места для туристов. В настоящее время данный вид туризма возможен на горе Мамзышха, которая оборудована для совершения прыжков на парапланах.

Также передвигаться по бездорожью можно на джипах. Джипинг – вид экстремального туризма, всегда имеет спрос у определенного круга туристов. Самые популярные места посещения: Гегский водопад, озеро Мзы, Шакурские водопады, Кодорское ущелье, Аацынское ущелье.

Развитый конный туризм обусловлен уникальными природными особенностями республики. Этот вид отдыха достаточно популярен, в частности среди молодежи. Маршруты вариативны и часто составляются индивидуально, наиболее пользующиеся спросом – гора Мамзышха, Гегский водопад и Иверская гора (Анакопийская).

Спортивно-оздоровительный вид туризма, такой как велотуризм, – наиболее активно развивающийся вид активного отдыха, тесно связан с реконструкцией популярных в СССР спортивных турбаз, имеющих необходимую для этого инфраструктуру, например, в Сухуме гостиничный комплекс «Айтар». Стоит заметить, что создаются новые объекты подобного типа, которые удовлетворяют желания спортивных туристов. Например, спортивный комплекс «Жемчужина», расположенный в городе Очамчира.

Водные ресурсы страны: используются не только речные, но и морские, среди которых возрождается парусный спорт (яхтинг). Это достаточно перспективная отрасль. На данный момент восстановлена работа яхт-клуба «Амра» в Сухуме, который заключил договор о сотрудничестве парусного спорта с яхт-клубом «Сочи».

Дайвинг – популярный вид активного отдыха в Абхазии. Наличие водных ресурсов и подводной флоры и фауны не является единственным значимым фактором, существуют историко-археологические предпосылки. Основным интересом для дайверов являются древнейшие города, поглощенные морем, известные на территории страны: Диоскуриада (бухта Сухума), Анакопия (бухта Нового Афона) и Пителиуд (около Пицунды). Кроме того, большой спрос на погружение в воды озер Рица и Голубое озеро.

Спелеотуризм – отрасль туризма, которая может стать визитной карточкой Абхазии, так как не каждая страна имеет достаточное количество ресурсов для развития этой деятельности. Исходя из физико-географических особенностей территории в республике образовалось большое количество карстовых пещер, отличающихся друг от друга своими размерами, флорой и фауной, а также рядом других факторов [1].

Туризм в Абхазии переживал разные периоды. Сейчас в стране непростой этап, связанный в первую очередь с тем, что Абхазия – не официально признанное государство, что создает достаточный ряд проблем социально-экономического характера. Развитие туристско-рекреационного потенциала является приоритетным для страны, который нуждается в правильной эксплуатации. На данный момент у республики появилось перспективное восстановление экономики за счёт востребованности направления у российских туристов, которая дает толчок в развитии туристско-рекреационного комплекса страны. Туристы из России активно выбирают Абхазию для отдыха и рекреации, которая неплохо развита для этих целей [2].

Список источников

1. Туризм в Абхазии: основные аспекты и перспективы развития [Электронный ресурс]:- Режим доступа: https://otherreferats.allbest.ru/sport/00841924_2.html (дата обращения 23.10.2019 г.).

2. Туристический потенциал: неиспользуемые возможности? [Электронный ресурс]:- Режим доступа: http://test.alashara.org/ru/alashara/abhaziya/sobyitiya/turisticheskiy-potentsial-neispolzuemyie-vozmozhnosti_post/ (дата обращения 23.10.2019 г.).

ИННОВАЦИИ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ НА ПРИМЕРЕ БРЕНДА HILTON

Стремительное развитие гостиничных сетей и индустрии гостеприимства в целом набирает обороты уже который год. При нарастающей конкуренции гостиницам уже недостаточно просто соответствовать принятым стандартам и быть образцом для других гостиничных предприятий. Для того чтобы иметь конкурентные преимущества как крупным, так и небольшим гостиницам, необходимо постоянно внедрять в свою работу инновационные концепции. Инновации в гостиничном бизнесе сейчас так же необходимы, как и соответствие стандартам сервиса. В данной статье мы рассматриваем инновации в гостиничном бизнесе на примере самой крупной гостиничной сети в мире – корпорации Hilton Worldwide.

Ключевые слова: инновации, гостиничный бизнес, гостиничная сеть, новые технологии.

The rapid development of hotel chains and the hospitality industry as a whole has been gaining momentum for many years. With increasing competition, it is no longer enough for hotels to simply conform to accepted standards and be a model for other hotel enterprises. In order to have competitive advantages, both large and small hotels need to constantly introduce innovative concepts into their work. Innovation in the hotel business is now also needed, as is compliance with service standards. In this article, we look at innovations in the hotel business using the example of the largest hotel chain in the world – Hilton Worldwide Corporation.

Keywords: innovation, hotel business, hotel chain, new technologies.

*Козырева Влада Алексеевна
НИУ «Южно-Уральский государственный университет»
E-mail: vlada454@yandex.ru
Научный руководитель:
Третьякова Татьяна Николаевна,
доктор педагогических наук, профессор*

За последние два десятилетия индустрия гостеприимства претерпела огромные изменения и преобразования [1]. Постоянное развитие гостиничного бизнеса, его индустриализация, а также характерная для нашего времени глобализация выдвинули на главные позиции самые крупные, грамотно организованные и технологически оснащенные гостиничные сети, которые объединяют огромное количество отелей во всём мире. В двадцать первом веке именно гостиничные цепи стали ключевым элементом экономики многих стран мира. В момент высокой конкуренции каждое предприятие гостиничной индустрии должно предоставлять сервис на высшем уровне и каждый день повышать эффективность своего предприятия. Так, 90 % всех гостиниц в США объединены в цепи, в Европе эти показатели составляют пока 40 % [2].

Инновации в гостиничном бизнесе – это создание новых возможностей как для самих гостиниц, так и для гостей. Учитывается не только сам гостиничный продукт и процесс его создания, но и рыночные, организационные и ресурсные инновации. При усилении конкуренции и ускорении темпов изменения трендов гостиницам необходимо постоянно внедрять в работу новые технологии. Главным критерием является величина стоимости инновационных изменений. Инновации, включающие в себя технологию, представляющую собой явный разрыв с существующей практикой (новая технология, которая требует изменений как в самом гостиничном продукте, так и в процессе его производства), как правило, влекут за собой значительные расходы. В этом случае инновации определяют как радикальные [3, с. 633].

Стремительное развитие международных гостиничных сетей, их усиливающееся влияние на состояние в целом рынка гостиничной индустрии и мировой экономики помогает рассмотреть опыт международных гостиничных цепей, выявив их инновационный опыт. В данной статье мы рассматриваем инновации в гостиничном бизнесе на примере бренда Hilton.

Вопросом создания и применения инновационных технологий в гостиничной индустрии занимались многие зарубежные и российские авторы. Жан-Филипп Вайскопф и Филипп Массеп, преподаватели французской школы отельеров ENL, уделяют особенное внимание тенденциям изменения гостиничного бизнеса в последние годы. Эстер Мартинес-Рос из университета Карлоса Третьего III и Франсина Орфила-Синтес из университета Балеарских островов (Испания) в своей работе, посвящённой инновационной деятельности в гостиничном бизнесе, рассматривают влияние различных характеристик рынка на радикальные и дополнительные инновации. К. И. Щетинина в своей работе об инновациях в гостиничном бизнесе рассматривает российский и зарубежный опыт внедрения инновационных концепций. Однако данных исследований недостаточно.

История бренда Hilton неразрывно связана с инновациями. В 1925-м году, когда Конрад Хилтон открыл один из первых многоэтажных отелей Dallas Hilton, т. к. кондиционеры ещё не были изобретены, то лифты, вентиляционные шахты, спускные желоба для грязного белья и другие хозяйственные площади были размещены с западной стороны отеля, и ни один номер не выходил своими окнами на запад. В 1927-м году отель Hilton в городе Уэйко, штат Техас, был первым отелем с холодной водопроводной водой и кондиционированием воздуха в общественных местах. Открытый в 1947-м году в Нью-Йорке отель Roosevelt Hilton был первым в мире отелем, где в номерах были установлены телевизоры. А в 1955-м году компания создала первый централизованный офис бронирования Hilcron, бронирование номеров осуществлялось посредством телефона, телеграмм или телетайпа. В этом же году в отелях бренда Hilton начинает внедряться система кондиционирования воздуха. А в 1958-м Баррон Хилтон, сын основателя компании, запускает кредитную карту для развлечений и путешествий Hilton Carte Blanche [4].

Что касается современных инноваций, внедрённых корпорацией, то важно отметить, что ещё в 1991-м году программа лояльности Hilton HHonors опередила всех конкурентов, предложив участникам и мили, и бонусные баллы. А в 2009-м году компанией была внедрена и запатентована система LightStay с целью расчёта показателей устойчивости в отелях во всём мире.

На сегодняшний день существует «Галерея инноваций Hilton», по словам компании, – это «инкубатор» продуктов и услуг, которые могут вскоре появиться у брендов главного гостиничного гиганта. В этом пространстве есть все: от улучшений лобби до идей помещений для совещаний и улучшений номеров. Некоторые из этих идей уже появляются в гостиничных номерах сети Hilton. Рассмотрим семь инноваций бренда Hilton, которые улучшат пребывание гостей в отеле уже в ближайшее время.

1. «Пять футов для фитнеса» («Five Feet to Fitness»).

Это революционная модель комнаты, где на площади всего 5 футов (1,6 м²) размещено 11 различных тренажёров и аксессуаров. Отсек для хранения Gym Rack™ в номере от Hilton предлагает большой выбор аксессуаров для фитнеса, которые являются необходимыми при проведении упражнений на силу, выносливость, также включает аксессуары для йоги, медитации и семейных занятий фитнесом. Помимо этого, в номере располагается велотренажёр, фитнесболл, петли TRX, энергетические и белковые напитки, необходимые для тренировок, анальгетик Biofreeze и экран с записями более чем двухсот упражнений.

2. «Зелёные отели» («Green Hotels»).

Компания стремится более чем вдвое сократить «углеродоемкость». В 2018 году показатель, включающий выбросы, снизился на 30 % по сравнению с 2008 годом, а к 2030 году планируется сокращение ещё в 2 раза. Помимо этого, Hilton использует большие вывески, в которых гостям предлагается повторно использовать полотенца и простыни. В июле сеть Hilton также ликвидировала пластиковую соломку и ищет другие способы уменьшить количество пластиковых отходов, включая замену отдельных туалетных принадлежностей в ваннных комнатах в номерах. В более широком масштабе сеть рассматривает варианты повторного использования солнечной энергии и воды для своих различных нужд по всему миру.

3. «Светодиодные стены» («LED Walls»).

Hilton переводит цифровое вещание на другой уровень, сделав его стенами. Не так давно корпорацией Hilton Worldwide была разработана специальная технология светодиодного освещения, которая монтируется за облицовку из дерева, кирпича или камня. Огни могут показывать что-либо от приветственного знака до представления или использоваться как платформа для цифрового искусства.

4. «Технологии» («Tech»).

Гости уже сейчас могут выбрать предпочитаемую комнату в приложении Hilton, а обновления комнаты обрабатываются так же быстро, как если бы пожелания были высказаны на стойке регистрации. Системы развлечений в номере были откалиброваны, чтобы предлагать все от сетевого телевидения до потоковых платформ, таких как Netflix. Hilton постоянно обновляет свои предложения в области гостевых технологий, начиная с расширения функциональности в приложении и заканчивая другими усовершенствованиями развлекательной системы. Одна из таких инноваций – гости могут загружать фотографии, которые затем отображаются по телевизору в номере, чтобы создать ощущение домашнего уюта.

5. «Продуманный дизайн» («Thoughtful Design»).

На смену стандартному набору мебели в гостиницах пришла модульная установка, которая максимизирует пространство и позволяет легко переходить на другой уровень удобства. Несмотря на то, что сама по себе модульная мебель не является инновацией, в отелях Hilton есть внедрённые идеи по расширению концепции «продуманного дизайна» как в гостиных, так и в помещениях для встреч. Например, инновация, которая понравится любому родителю маленьких детей, – это детская кроватка, которая складывается в стену, создавая открытую игровую площадку. Также в помещениях для встреч отдельные столы для нескольких человек могут складываться в стену, создавая отдельные рабочие места.

6. «Беспроводная зарядка» («Wireless Charging»).

Некоторые отели бренда Hilton уже сегодня предлагают возможность беспроводной зарядки гаджетов в обеденных залах. Также зарядные устройства будут добавлены в бары, где многие деловые путешественники хотели бы зарядить свой телефон, ожидая заказ. В ближайшем будущем рассматривается возможность размещения беспроводных зарядных устройств и в прикроватных тумбочках, чтобы гости не беспокоились о забытых зарядных устройствах.

7. «Кухонный киоск» («Kitchen Kiosk»).

Данная инновация в дополнение к мини-барам должна прийти на помощь, когда во время небольшой конференции нужно устроить короткий кофе-брейк или перекусить. Сеть Hilton разрабатывает кухонный киоск с закусками, холодными напитками и, что самое важное, безлимитным кофе. Хотя такая концепция не является идеальной для проведения самых крупных встреч, киоск может быть установлен в отелях рядом с небольшими переговорными комнатами, что делает его удобным вариантом для проведения мероприятий [5].

Изучив данную информацию, мы видим, что тема инноваций очень актуальна для гостиничных предприятий и прежде всего для крупных гостиничных сетей [6, с. 264]. Корпорация Hilton всегда считалась законодателем трендов в гостиничном бизнесе, многие когда-то внедрённые в этой компании инновации уже давно используются почти всеми гостиничными предприятиями. Что касается «Галереи инноваций Hilton», то мы можем предположить, что через некоторое время многие из этих разработок будут в той или иной мере переработаны и внедрены огромным количеством гостиниц по всему миру.

Список источников

1. Вайскопф Ж.-Ф., Массет. Ф. Топ-10 тенденций изменения гостиничного бизнеса в 2019 году / [Электронный ресурс] // EHL: Школа гостиничного бизнеса. – Режим доступа: <https://hospitalityinsights.ehl.edu/2019-top-hospitality-trends> (Дата обращения: 20.10.2019г.)

2. Жоглева, М. Успех в гостиничном бизнесе обеспечен сетевым компаниям / [Электронный ресурс] // ProHotel: портал про гостиничный бизнес. – Режим доступа: <http://prohotel.ru/article-19479/0/> (Дата обращения: 20.10.2019г.)
3. Мартинес-Рос Э., Орфила-Синтес Ф. Инновационная деятельность в гостиничном бизнесе // Техновация. – 2009. – Т. 29. – №. 9. – С. 633.
4. Гостиничная компания Hilton. Режим доступа: <https://www.hilton.com/ru/corporate/> (Дата обращения: 22.10.2019г.)
5. Расселл Э. Мы посетили инновационную лабораторию Hilton. Вот 7 вещей, которые мы узнали о современных отелях / [Электронный ресурс] // The Points Guy: журнал для путешественников. – Режим доступа: <https://thepointsguy.com/news/we-visited-hiltons-innovation-lab-here-are-7-things-we-learned-about-the-future-of-hotels/> (Дата обращения: 22.10.2019г.)
6. Щетинина К. И. Инновации в гостиничном бизнесе: международный и российский опыт // Вестник МГИМО Университета. – 2013. – №. 4 (31). – С. 264.

**РАЗРАБОТКА ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО МАРШРУТА
«А. Д. МЕНШИКОВ: ОТ ВЕЛИЧИЯ ДО ЗАБВЕНИЯ»**

В данной статье рассматриваются возможности увеличения въездного, внутреннего туризма за счет разработки новых туристских предложений. Цель – разработать историко-культурный маршрут, связанный с А. Д. Меншиковым. Задачи: найти и проанализировать доступные литературные, интернет- и архивные источники, связанные с жизнедеятельностью А. Д. Меншикова. Разработана программа маршрута продолжительностью 11 дней /12 ночей, включающих посещение 10 населенных пунктов.

Ключевые слова: историко-культурный туризм, туристский потенциал Ханты-Мансийского автономного округа – Югры, А. Д. Меншиков, ссылка, пгт. Березово ХМАО-Югры.

This article discusses the possibilities of increasing inbound, domestic tourism by developing new tourist offers. The goal – to develop a historical and cultural route associated with A. D. Menshikov. Tasks: to find and analyze accessible literary, Internet and archival sources related to the life of A. D. Menshikov. A route program was developed with a duration of 11 days / 12 nights, including a visit to 10 settlements.

Key words: historical and cultural tourism, tourist potential of the Khanty-Mansiysk Autonomous Okrug – Ugra, A.D. Menshikov, link, urban settlement Berezovo, Khanty-Mansi Autonomous Okrug – Ugra.

*Комарских Екатерина Олеговна
ФГБОУ ВО «Югорский государственный университет»
E-mail: komarskikh.ekaterina@mail.ru
Научный руководитель:
Есипова Светлана Александровна,
доцент, кандидат географических наук*

На сегодняшний день историко-культурный туризм успешно развивается и занимает лидирующие позиции на мировом рынке. Историко-культурный туризм – это один из способов знакомства с культурой и историей других государств и регионов. По определению Карпова Г. А., историко-культурный туризм – это перемещение индивидов за пределы их неизменного места проживания, мотивированное полностью либо отчасти интересом посещения культурных достопримечательностей, включая культурные события, музеи и исторические места, художественные галереи и музыкальные и драматические театры, концертные площадки и места обычного времяпрепровождения местного населения, отображающих историческое наследие, инновационное художественное творчество и исполнительские искусства, традиционные ценности, виды деятельности и повседневный стиль жизни резидентов, с целью получения новейшей информации, опыта и впечатлений для удовлетворения их культурных потребностей.

Анализ имеющихся в регионе историко-культурных ресурсов позволяет расширить туристский потенциал округа, увеличить туристский поток за счет привлечения туристов не только событийными мероприятиями, деловым, потребительским и этнографическим туризмом, но и любителей и знатоков истории становления государства Российского. Основываясь на изучении литературных и интернет-источников, а также музейных архивов, связанных с эпохой Петра Великого, была разработана туристская программа «А. Д. Меншиков: от величия до забвения», посвященная князю Александру Даниловичу Меншикову и его семье.

Для большинства людей имя князя А. Д. Меншикова (16 ноября 1673 – 12 ноября 1729 гг.), ближайшего сподвижника Петра I, связано с Петербургом, и мало кто знает, что г. Березов, где в нищете закончил свою жизнь этот государственный деятель, находится в

Ханты-Мансийском автономном округе – Югре. Насмешкой судьбы можно назвать и тот факт, что г. Березов в 1724 году по приказу Петра I был построен острог для содержания особо важных государевых преступников. В 1728 году узником этого острога стал сподвижник Петра I, светлейший князь Александр Данилович Меншиков с сыном Александром и двумя дочерьми – Марией и Александрой [1, с. 50].

Наиболее ранние сведения о том, что А. Д. Меншиков был крестьянским сыном и продавал на московских улицах пироги. Сын придворного конюха, начав свою карьеру в «потешных ротах» Петра, он вскоре стал вторым лицом в государстве. В 30 лет он был назначен первым губернатором Петербурга и руководил как строительством города, так и крепостью Кронштадт. Широкая натура князя проявлялась во всем: и в театре военных действий (Русско-турецкая война, Азовские походы Петра I, Северная война, Полтавская битва, подавление стрелецкого бунта), и в казнокрадстве, и честолюбии, за которое не раз был наказан. Про семью А. Д. Меншикова известно, что у него была жена Дарья Михайловна Меншикова и трое детей – старшая дочь Мария Александровна, Александра Александровна и младший сын Александр Александрович. 12 ноября 1729 года 56-летний А. Д. Меншиков скончался. Похоронили князя близ алтаря возведенной им церкви в г. Березов.

Маршрут начинается с города Москва как места рождения будущего князя, хотя в некоторых источниках местом его рождения указывается Литва, затем туристы посетят г. Санкт-Петербург, где с 1703 по 1727 год Александр Данилович занимал должность генерал-губернатора г. Санкт-Петербурга. Далее следует г. Чаплыгин (Липецкая область), где семья Меншиковых провела полгода, пока Верховный тайный совет проводил расследование по делу Александра Даниловича. Следующим местом пребывания туристов является с. Верхний Услон (Республика Татарстан), где скончалась Дарья Михайловна, жена Меншикова. Далее туристы посетят следующие города, в которых останавливалась семья Меншиковых, следуя в г. Березов: г. Лаишево (Республика Татарстан), г. Сарапул (Республика Удмуртия), г. Соликамск (Пермский край), г. Тобольск, г. Ханты-Мансийск и конечная точка маршрута г. Берёзово, где 12 ноября 1729 г. умер А. Д. Меншиков [2, с. 47].

Таблица 1 – Программа маршрута «А. Д. Меншиков: от величия до забвения» [3]

<p>День 1 г. Москва</p>	<p>Меншикова башня Православный храм в честь Архангела Гавриила, расположенный в Москве. Был заказан в 1707 году Александром Меншиковым и построен по проекту Ивана Зарудного. Государственная Третьяковская галерея Картина русского художника В. И. Сурикова «Меншиков в Березове». Картина была написана в 1883 г. На ней изображен А. Д. Меншиков, который был отправлен в ссылку в город Березово</p>
<p>День 2 г. Санкт-Петербург</p>	<p>Дворец Меншикова Это одно из великолепнейших строений 18 века. Дворец на Васильевском острове – первый из ряда дворцов, строившихся для высших сановников – «птенцов гнезда Петрова». Петровская набережная На набережной реки Невы А. Д. Меншиков организовывал праздничные фейерверки (новогодние фейерверки в честь победы на войне). Памятник-бюст А. Д. Меншикову 15 ноября 2002 года перед зданием Меншиковского дворца состоялась торжественная церемония открытия памятника-бюста первому губернатору Санкт-Петербурга. Бронза, гранит. Высота бюста 130 см, высота постамента – 172 см</p>

<p>День 3 Санкт-Петербург</p>	<p>Кронштадтская крепость Ораниенбаум (Большой Меншиковский дворец) Дворцово-парковый ансамбль «Ораниенбаум» расположен на южном берегу Финского залива, в начале XVIII века местность была подарена Петром I светлейшему князю А. Д. Меншикову, который начал в 1711 году строительство Большого дворца вблизи впадения реки Караста в Финский залив. Строительство Кронштадтской крепости курировал светлейший князь А. Д. Меншиков. Первые каменные дома в Кронштадте начали возводить при Петре I. Это были дворец А. Д. Меншикова и губернские дома</p>
<p>День 4 г. Чаплыгин (Липецкая область)</p>	<p>Город Чаплыгин ранее носил название Раненбург Петропавловский монастырь Петропавловский монастырь находится на другой окраине Чаплыгина, в паре километров к северо-востоку от города, в поселке Рощинском. В 1711 году А. Д. Меншиков обратился к митрополиту Рязанскому Стефану (Яворскому) с просьбой дать благословение на устройство здесь монастыря. Петр I пожертвовал монастырю икону апостолов Петра и Павла, полученную от папы римского Климента XI, а Меншиков – драгоценный крест. Памятник Петру I и Александру Меншикову Памятник, который посвящается великому российскому императору Петру I и его верному товарищу Александру Даниловичу Меншикову. Чаплыгинский краеведческий музей (дом Меншикова) Здание расположено на территории бывшей крепости Ораниенбург, подаренной А. Д. Меншикову Петром I в 1703 году</p>
<p>День 5 с. Верхний Услон (Республика Татарстан)</p>	<p>Николо-Ильинская церковь В 1863 году Александр Сергеевич Меншиков, правнук Александра Даниловича Меншикова, построил в Верхнем Усломе часовню над могилой своей прабабки Дарьи Меншиковой</p>
<p>День 6 г. Лаишево (Республика Татарстан)</p>	<p>Ранее носил название Лаишев Музей Лаишевского района В краеведческом музее вы сможете попробовать и купить местные деликатесы – копченую камскую рыбу и мед</p>
<p>День 7 г. Сарапул (Республика Удмуртия)</p>	<p>Сарапул ранее носил название Сарапуль Красная площадь Сарапула На площади Сарапула открывается великолепный вид на реку Каму, по которой Меншиков вместе со своей семьей отправлялся в г. Березов</p>
<p>День 8 г. Соликамск (Пермский край)</p>	<p>Ранее носил название Соль-Камск Музей древнерусского искусства Знакомство с историей края. Соликамский краеведческий музей Знакомство с историей края и интересными фактами пребывания Меншикова</p>
<p>День 9 г. Тобольск</p>	<p>Тобольский кремль В Тобольске была произведена смена конвоя, а также Меншикову были выданы средства для покупки орудия и инструментов «для обработки земли и дерева, семена, мясо и рыба»</p>
<p>День 10 Ханты-Мансийск</p>	<p>Памятный знак Светлейшему князю Меншикову На небольшой стеле из красного гранита бронзовый барельеф А.Д. Меншикову и надпись: «Светлейшему князю Меншикову на месте молебна и отдыха в Самарово в 1728 г. В год 360-летия г. Ханты-Мансийска. Благодарные потомки. 1997»</p>

<p>День 11 Берёзово</p>	<p>Ранее носило название Березов Памятник А. Д. Меншикову В 1993 году в честь 400-летия основания Березово был установлен первый в России памятник сподвижнику Петра I – Александру Даниловичу Меншикову.</p> <p>Церковь Рождества Пресвятой Богородицы В строительстве деревянной Рождественской церкви участвовал А. Д. Меншиков. 12 ноября 1729 года А. Д. Меншиков умер и был похоронен возле церкви.</p> <p>Символическая могила Марии Меншиковой</p>
-----------------------------	--

Разработка программы историко-культурного маршрута «А. Д. Меншиков: от величия до забвения» способствует увеличению туристического потока как въездного, так и внутреннего в округе, а также благоприятно влияет на изучение истории становления России и истории края.

Список источников

1. Фарносова Валентина Васильевна. Березово: История и современность. – Тюмень: Мандр и К, 2003. – 256 с. + 16 с. илл. – Издание 2-е, дополненное. С. 47-60.
2. Александр Данилович Меншиков: мифы и реальность [Электронный ресурс] : [монография] / Ю. Н. Беспярых ; Администрация Губернатора Ханты-Мансийского автономного округа – Югры, Фонд памяти светлейшего князя А. Д. Меншикова. – Электрон. текстовые дан. – Ханты-Мансийск : [б. и.], 2005. – С. 47-53.
3. Достопримечательности России [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://tonkosti.ru> (Дата обращения 20.09.2019).

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ ВИДЫ ТУРИЗМА В ПРИМОРСКОМ КРАЕ

Развитие регионального туризма Приморского края является важным для поднятия социально-экономического положения данного региона. Приморский край наиболее ярко представлен круизным (морским), деловым, культурно-познавательным и экологическим видами туризма, каждый из которых описывается в статье.

Ключевые слова: Приморский край, туризм, виды туризма.

The development of tourism in the Primorsky Territory is an important condition for the socio-economic support of this region. Primorsky Krai is most clearly represented by cruise (sea), business, educational and environmental tourism, each of which is described in the article.

Keywords: Primorsky Krai, tourism, types of tourism.

*Константинова Анастасия Сергеевна
ФГБОУ ВО «Омский государственный технический университет»
E-mail: kas-33@mail.ru
Научный руководитель:
Карасёв Игорь Евгеньевич,
кандидат филологических наук, доцент*

Приморский край с центром во Владивостоке является примечательным регионом для развития разноплановых видов туризма. Региональное развитие туристической сферы необходимо для стабильного социально-экономического положения Приморского края. Сегодня этот регион России является популярным местом не столько для наших соотечественников, сколько для представителей близлежащих стран Востока.

На данный момент одной из важнейших функций Приморского края становится его преобразование в пространство международного сотрудничества. Территория Дальнего Востока является площадкой для встреч с такими странами, как Китай, Южная Корея, Япония и другими странами АТР.

Благодаря этому Приморье представляет огромный интерес для иностранных туристов, что можно доказать статистическими данными. Так, в 2017 г. зарубежными туристами было реализовано 66,1 тыс. путевок стоимостью 122,1 млн руб., что фактически более чем в 2,6 раза больше, чем в 2016 г. [1, с. 80]. Отметим, что туристическая инфраструктура региона имеет большое количество предприятий размещения, питания, транспортных компаний, осуществляющих перевозку туристов, однако по сравнению с регионами центра России и Краснодарским краем инфраструктура недостаточно эффективно устроена, особенно для иностранных граждан. Поэтому для дальнейшего повышения привлекательности региона в глазах иностранцев нужно заняться развитием туристской инфраструктуры.

Одними из возможностей края выступают туристические маршруты, которых насчитывается более 300. Они представляют собой набор разнообразной тематики и направленностей, предлагаются в различных направлениях туризма, о которых мы сейчас кратко повествуем.

Первым из дальневосточных популярных видов туризма можно считать круизный, или морской туризм, развитию которого поспособствовал проект «Восточное кольцо России», объединяющий в себе 12 регионов Дальнего Востока и Сибири. Данный проект разработал Ростуризм на 2019–2025 гг. с государственной поддержкой. Так как рядом с Приморьем расположены ещё две сильные морские державы с высокоразвитым круизным туризмом – Япония и Южная Корея – российский регион должен как минимум соответствовать им для успешной конкуренции. Более того, в 2017 году прирост въездного турпотока из Японии составил 123 %, а прирост туристов из Республики Корея – 78 %. В 2017 году Владивосток посетили 15 крупных круизных судов, которые доставили 13 тысяч туристов [2, с. 169]. Следо-

вательно, иностранцы заинтересованы в туризме на Приморье, однако нужно расширять морскую инфраструктуру для возможности большего приёма туристов.

Вторым популярным видом туризма Приморья является деловой туризм, который в основном представлен международными связями. Для развития данного региона нужно привлекать зарубежные инвестиции, а значит, необходимо чем-то заинтересовать иностранных инвесторов. Одним из способов является продвижение проектов и демонстрация туристических возможностей Дальнего Востока, которые осуществляются на мероприятиях международного уровня, например на Тихоокеанском туристском форуме, ежегодно проходящем во Владивостоке уже не первый год.

Третьим перспективным видом туризма считается экологически, или природный. Приморский край – один из перспективных регионов России для развития экологического туризма, так как он имеет биоразнообразие и привлекательные природные ландшафты, богатые рекреационные ресурсы, уникальную флору и фауну, развитую сеть заповедников и национальных парков и многое другое. Но зарубежные эксперты считают, что Владивостоку не хватает туристических объектов, демонстрирующих уникальную природу Приморья. Например, создания современного ботанического сада во Владивостоке, ведь сам сад уже существует, однако его нужно модернизировать и привести в порядок для массового посещения туристами. Ботанический сад нуждается в соответствии мировым стандартам. Он уже располагает большой коллекцией неповторимых образцов флоры Дальнего Востока, остаётся создать современные здания, которые бы демонстрировали существующие экспонаты.

Четвёртый востребованный вид туризма – культурно-познавательный, который является основой каждого туристического города. Владивосток можно отнести к наиболее богатому туристскими объектами городу, имеющему большое культурное наследие. Город Владивосток обладает высокой исторической ценностью благодаря хорошо сохранившимся архитектурным ансамблям, памятникам истории, археологии, комплексам фортов и планировочной структуре. Основной его достопримечательностью можно считать своеобразный рельеф, который имеет природные площадки, позволяющие любоваться красивыми видами на окружающую уникальную природную среду и панораму города.

Стили архитектуры города разнообразны: ампиризм и барокко, готика и классика, а также переплетение восточного и русского стилей создают ансамбль необычных улиц. Поэтому облик Владивостока – это неиссякаемый ресурс для создания новых экскурсий и поддержки уже сложившихся. За последние несколько лет город претерпел реставрацию зданий, восстановление памятников культуры и истории, что возвысило город как туристически-привлекательный. Познакомиться с историей, архитектурой и современной разнообразной жизнью Владивостока помогут следующие экскурсии: «Архитектурные памятники Владивостока», «Вдоль по главным улицам города» и другие. Делаем вывод, что приморский город обладает высоким потенциалом для развития культурно-познавательного туризма.

Пятым видом туризма можно выделить событийный, имеющий широкие возможности для привлечения туристов. Но на данный момент он не получает должного внимания. Хотя в этой сфере можно было бы использовать богатый японский опыт событийного туризма. Для начала, перед организацией какого-либо события, необходимо комплексное исследование потребностей у будущих потребителей как россиян, так и иностранцев, для того, чтобы в дальнейшем опыт событийного туризма становился успешным.

Приморский край, как было изложено выше, является перспективным регионом России, предлагающим туристу большое разнообразие видов туризма. Но как обстоят дела с транспортной инфраструктурой Владивостока? Ведь в настоящее время, в связи с мировой глобализацией, у туристов есть масса направлений, куда они могут беспрепятственно отправиться, помимо Приморья. Именно поэтому необходимо развивать транспортную сеть Владивостока.

Конечно, Дальний Восток имеет выгодное географическое положение и близость к азиатско-тихоокеанским странам. Однако из центра России добраться до данной территории является проблематичным. С одной стороны, можно, не затрачивая больших средств, отправиться на поезде, но потратить много времени в дороге. С другой стороны, можно затратить

значительные средства и улететь самолётом, сэкономив время, но внутренние авиаперевозки в нашей стране – дорогое удовольствие.

Основные направления перевозок туристов во Владивостоке составляют иностранные граждане азиатских стран, однако далеко не всех. Например, Вьетнаму придётся совершать одну пересадку, чтобы добраться до Приморья. Поэтому стоит уделить внимание и совершенствованию не только внутренних перевозок, но и международных, в том числе и для привлечения новых инвесторов.

Подводя итоги, можно сказать, что Приморский край является развивающимся туристским регионом, которому требуется инвестиционная поддержка как со стороны государства, так и со стороны иностранных инвесторов. Потому что, имея достаточное количество средств, регион сможет стать популярным курортом наравне с Краснодарским краем, предоставляющим разнообразные виды туризма на любой вкус и кошелёк современного туриста.

Список источников

1. Воликов, О. А. Туризм как фактор социально-экономического развития Приморского края / О.А.Воликов // Карельский научный журнал. – 2018. – № 4 (25). – 244 с.
2. Мартышенко, Н.С. Владивосток – новый центр развития круизного туризма в Северо-Восточной Азии/ Н.С. Мартышенко // Вестник современных исследований. – 2018. – №3.2(18). – 313 с.

ЭКОЛОГИЧЕСКОЕ ВОСПИТАНИЕ УЧАЩИХСЯ СРЕДСТВАМИ ТУРИЗМА В УСЛОВИЯХ ШКОЛЬНЫХ ВЫСТАВОК

Активное развитие туризма на особо охраняемых природных территориях повышает риск антропогенных нагрузок и способствует ухудшению их экологической обстановки. В этой связи приобретает особую значимость экологическое воспитание туристов, начало которому закладывается в детстве. Одним из направлений экологического воспитания могут стать выставки по экологическому туризму, организуемые и проводимые в школах региона на примере региональных особо охраняемых природных территорий.

Ключевые слова: экология региона, экологический туризм, национальные парки, экологическое воспитание, школьные выставки.

The active development of tourism in specially protected natural areas increases the risk of anthropogenic loads and contributes to the deterioration of the environmental situation in specially protected natural areas. In this regard, the ecological education of tourists, the beginning of which is laid in childhood, is of particular importance. One of the directions of ecological education can be exhibitions on ecological tourism, organized and held in schools of the region on the example of regional specially protected natural territories.

Keywords: ecology of the region, ecological tourism, national parks, ecological education, school exhibitions.

*Куйшебаева Айнагуль Жумабаевна
НИУ «Южно-Уральский государственный университет»
E-mail: ainagul_k97@mail.ru
Научный руководитель:
Третьякова Татьяна Николаевна,
доктор педагогических наук, профессор*

Проблема взаимосвязи человека и природы всегда остается важной. Актуальность данной работы заключается в важности вопросов воздействия человеческого общества на окружающую среду. Более того, они становятся острыми и принимают огромные масштабы. Ситуацию может спасти только деятельность людей, совершаемая на основе знания и применения всех законов окружающего мира. Путем осознания того, что человек – лишь часть природы. Из этого следует то, что эколого-нравственная проблема имеет место быть. И решение этой проблемы заключается в повышении уровня экологической культуры, экологического и нравственного сознания. Поэтому в современном мире вопросы, касающиеся экологического воспитания населения, носят весьма существенный характер.

Цель исследования: на основе туристских ресурсов ООПТ Челябинской области пробудить у школьников интерес к экологическому туризму как способу экологического воспитания.

Задачи исследования:

- изучить понятие «экологическое воспитание»;
- изучить туристские объекты региона, оптимизирующие процесс экологического воспитания школьников средствами виртуальных путешествий;
- организовать и провести в школах города Челябинска выставки по ООПТ как объектам экологического туризма и способу экологического воспитания школьников.

Методами исследования являются анализ, синтез, описание, а также анкетирование.

Понятие экологического воспитания как научной проблемы было изучено рядом специалистов. Кандидат педагогических наук Н. Х. Нагаев в диссертации при рассмотрении данного понятия закладывает начало целостной теории педагогического обеспечения экологической культуры учащихся, в структуре которой была разработана многоуровневая системно-

функциональная модель содержания и методов экологического воспитания школьников эстетическими средствами [6, с. 10]. Теплов Дмитрий Львович, доктор педагогических наук, выделил психолого-педагогические основы механизма управления процессом экологического воспитания школьников, направленного на последовательное формирование природо-ориентированного целостного мировоззрения как базового компонента всего процесса [7, с. 15]. Козина Елена Олеговна, кандидат педагогических наук, впервые проводит исследование, которое обобщает весь опыт, накопленный в области воспитания экологической культуры, посредством художественной деятельности [1, с. 18]. В данной работе новизна исследования заключается в формировании экологической культуры и воспитания у школьников посредством организации школьных выставок.

Аспектами выставочной деятельности были заинтересованы многие ученые. К примеру, Марина Петровна Мотина в научной работе раскрыла сущность понятия «выставка» как источника информации о развитии отрасли отдельных предприятий, а также как эффективного инструмента для донесения значительного объема полезной информации [3, с. 21]. Помимо этого, в историографии, в диссертации Левченко Андрея Олеговича, предпринимается попытка дать всестороннее освещение понятию выставочной деятельности [2, с. 8]. В туризме выставочная деятельность является одним из важных направлений продвижения туристского продукта. Участие в выставках рассматривается как перспективная деятельность по расширению партнерских связей. Большое количество участников и публики в мероприятиях подобного рода подтверждают их ценность для успешной работы. В нашей работе выставочная деятельность представлена в формате экологических выставок, что является новым способом изучения материала.

11 апреля 2017 года по итогам заседания президиума Совета при Президенте России по стратегическому развитию и приоритетным проектам был утвержден паспорт проекта «Дикая природа России: сохранить и увидеть». Ключевой целью проекта является разработка и тестирование модели развития экотуризма, а также сохранение и восстановление популяции редких животных. В рамках приоритета «Развитие экотуризма» предстоит отработать механизмы развития экологического туризма, которые бы выступали за обеспечение сохранности биологического и ландшафтного разнообразия. Все это говорит о том, что большое внимание уделяется вопросам экотуризма как со стороны государства, так и со стороны населения [6, стр. 2–3].

В августе 2005 года было создано Областное государственное учреждение «Особо охраняемые природные территории Челябинской области» для охраны уникальной природы нашего края и сохранения, восстановления памятников природы, к которым относятся 149 различных объектов. Основными направлениями деятельности данного учреждения являются:

- охрана территорий ООПТ;
- осуществление эколого-просветительской деятельности;
- пропаганда идей сохранения окружающей среды;
- организация деятельности по использованию уникальных ресурсов ООПТ региона в целях рекреации и экологического просвещения и др.

На сайте данного учреждения представлен календарь экологических праздников, что позволяет приурочить проведение выставочных мероприятий к экологическим дням и праздникам (табл. 1).

Таблица 1 – Количество экологических праздников по месяцам

Янв.	Февр.	Март	Апр.	Май	Июнь	Июль	Авг.	Сент.	Окт.	Нояб.	Дек.	Итого
3	5	10	11	2	9	4	3	1	7	9	5	89

Таблица составлена на основе сайта ОГУ «ООПТ Челябинской области» [9].

Из всего разнообразия экологических праздников мы выбрали те, которые относятся к теме нашего проекта, а именно исследования особо охраняемых природных территорий. По подсчетам, из 89 экологических праздников 14 оказались актуальными для разработки проекта. Например, это 15 апреля – День экологических знаний, 22 апреля – Марш парков или

12 мая – День экологического образования. К этим датам были проведены 4 выставки в школах № 93, № 104, № 106 города Челябинска по объектам особо охраняемых природных территорий Челябинской области. Проанализировав сайт ООПТ, были выбраны три объекта: национальный парк «Зюраткуль», национальный парк «Таганай» и Серпиевские пещеры.

Национальный парк «Зюраткуль» – федеральное государственное бюджетное учреждение, которое является природоохранным, экологически-просветительским и научно-исследовательским учреждением. Площадь «Зюраткуля» составляет 88249 га. Территория парка находится в наиболее высокогорной части Южного Урала. Дирекция парка располагается в старинном городке Горнозаводского края – в Сатке [4].

Национальный парк «Таганай» также является одной из уникальных природных территорий Южного Урала, который охватывает часть средневысотных хребтов и представляет собой обособленный горный узел. Общая площадь парка составляет 56800 га. «Таганай» является любимым местом отдыха жителей близлежащего города Златоуст и туристов не только Челябинской области, но и всей страны [5].

Серпиевский пещерный град включает в себя пятнадцатикилометровый участок верхнего течения реки Сим с прилегающей территорией на левом и правом берегах. Здесь встречаются практически все формы карстовых пещер: горизонтальные и лабиринтовые арки, ниши, навесы, подземные реки, озера, родники или суходолы. Все это вместе, в едином комплексе, представляет собой совершенно уникальный образец карстового ландшафта со всем многообразием типов и форм.

Было принято решение рассказать о трех известных особо охраняемых природных территориях в школах города Челябинска. Напечатав баннеры с иллюстрациями национальных парков «Зюраткуль», «Таганай», а также Серпиевских пещер, мы провели выставки, приуроченные к экологическим праздникам.

Первая выставка состоялась 16 марта 2019 года накануне праздника «День земли» (20 марта) в школе № 116 в день открытых дверей. В ходе выставки было рассказано о природных ресурсах горнозаводской зоны Челябинской области (Ильменский заповедник, озеро Тургояк, национальный парк «Таганай», Серпиевские пещеры, национальный парк «Зюраткуль», урочище Пороги, река Ай). Выставку посетили учащиеся 9–11 классов.

Вторая и третья выставки были проведены 16 апреля 2019 года – после праздника «День экологических знаний» (15 апреля) в школе № 104 на уроках в 6, 9 и 10 классах. В ходе туристической выставки нами было рассказано об особо охраняемых природных территориях, таких как национальный парк «Зюраткуль», национальный парк «Таганай», Серпиевские пещеры.

Четвертая выставка проводилась в школе № 93 города Челябинска, на которой были также освещены вопросы, касаемые развития и продвижения туризма на территориях национальных парков «Зюраткуль» и «Таганай», а также Серпиевских пещер.

По окончании выставок встречи были резюмированы путем проведения анкетирования у школьников. В анкетах предлагался вопрос «Какую из представленных природных территорий вы хотели бы посетить больше всего?». Свой голос можно было отдавать за несколько объектов. Результаты одного из опросов представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Результаты проведения опроса среди школьников

Школа № 116					
Класс	Приняли участие в анкетировании (чел.)	Национальный парк «Таганай»	Серпиевские пещеры	Национальный парк «Зюраткуль»	Всего голосов
9	67	22	25	23	70
10	17	6	9	4	19
11	12	6	3	1	10
Всего (кол-во)	96	34	37	28	99

В 9 классе отдано голосов в процентном соотношении по территориям:

1) национальный парк «Таганай» – 31,43 %;

- 2) Серпиевские пещеры – 35,71 %;
- 3) национальный парк «Зюраткуль» – 32,86 %.

Больше всего учащихся девятых и десятых классов изъявили желание посетить Серпиевские пещеры. Больше всего учащихся одиннадцатых классов изъявили желание посетить национальный парк «Таганай».

Из всех опрашиваемых отдано голосов в процентном соотношении по территориям:

- 1) национальный парк «Таганай» – 34,343 %;
- 2) Серпиевские пещеры – 37,374 %;
- 3) национальный парк «Зюраткуль» – 28,283 %.

Больше всего учащихся изъявили желание посетить Серпиевские пещеры.

Таким образом, данный проект позволил показать школьникам всю красоту и первозданность особо охраняемых природных территорий нашего региона. Через выставки удалось донести до ребят важность умения ценить природу, любить окружающую среду и с пониманием относиться ко всему, что нас окружает. Активное вовлечение обучающихся в вопросы, касающиеся окружающей среды, помогает развивать в них культурное и экологическое сознание. Рассказы об особо охраняемых природных территориях помогут обучающимся усваивать правила и нормы поведения в природе, которые будут осознанными и осмысленными убеждениями каждого ученика, что приведет к улучшению экологического воспитания.

Список источников

1. Козина Е. О. Художественная деятельность в экологическом воспитании подростков: метод проектов: Автореф. дис. канд. пед. наук. – Санкт-Петербург, 2010. 13 с.
2. Левченко А. О. Краеведческая и выставочная деятельность Восточно – Сибирского отдела Русского Географического общества: Автореф. дис. канд. ист. наук. – Иркутск, 2005. 27 с.
3. Мотина М.П. Выставочная деятельность и способы формирования коммуникативной сети промышленного предприятия: Автореф. дис. канд. эк. наук. – Орел, 2010. 18 с.
4. Национальный парк Зюраткуль. Официальный сайт. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://zuratkul.ru> (дата обращения: 02.05.2019)
5. Национальный парк Таганай. Официальный сайт. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.taganay.org> (дата обращения: 03.05.2019)
6. Областное государственное учреждение «Особо охраняемые природные территории Челябинской области». Официальный сайт. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.oopt174.ru> (дата обращения 27.02.2019)
7. Паспорт приоритетного проекта «Дикая природа России: сохранить и увидеть» (утв. президиумом Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и приоритетным проектам, протокол No4 от 11 апреля 2017 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71578192/> (дата обращения: 01.05.2019)

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ АГРАРНОГО ТУРИЗМА В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ

В статье рассматривается современное состояние и перспективы развития сельского туризма в Краснодарском крае. Выделены главные причины развития сельского туризма. Представлена классификация видов сельской деятельности.

Ключевые слова: агротуризм, Краснодарский край, туризм, современное состояние.

The article considers the current state and prospects of rural tourism development in the Krasnodar region. The main reasons for the development of rural tourism are highlighted. The classification of rural activities is presented.

Keywords: agrotourism, Krasnodar region, tourism, current state.

*Куприенко Анастасия Олеговна
ФГБОУ ВО «Омский государственный технический университет»
E-mail: anastasiiakuprienko@yandex.ru
Научный руководитель:
Карасев Игорь Евгеньевич,
кандидат филологических наук, доцент*

Сельский туризм (агротуризм) – это вид туризма, направленный на использование культурно-исторических, природных и сельскохозяйственных ресурсов сельских территорий, который осуществляется с целью отдыха, знакомства с сельскохозяйственной деятельностью и участия в ней [2, с. 887].

В понятии сельского туризма предполагается, что организацией туризма на селе занимаются фермеры и члены их семей, которые извлекают из этого дополнительный доход, при этом не меняя своего производственного профиля, а также сельские жители. Зачастую агротуризм – это не предпринимательская деятельность, а средство обеспечения самозанятости населения, получение дополнительного дохода владельцами личных подсобных хозяйств.

Сельский туризм тесно связан с развитием сферы услуг, отраслями хозяйственного комплекса региона – транспортом, связью, торговлей, производством продуктов питания и т. д. Развитие данного вида туризма приводит к образованию местных экономических выгод Краснодарского края, увеличивается развитие деловой активности в сельской местности, занятость и самозанятость населения.

Кроме того, развитие агротуризма в Краснодарском крае имеет социальные и социокультурные цели: охрана и воссоздание сельских ландшафтов, сохранение старых культурно значимых усадеб и парков, развитие сельских районов, сохранение населения и национальной самобытности и народных традиций, повышение привлекательности сельских территорий и сельского образа жизни в обществе, а также популяризация производства экологически чистых продуктов питания.

Особенностями развития агротуризма на территории Краснодарского края являются:

- 1) предприятия, предоставляющие услуги агротуризма, в большинстве случаев являются изначально туристическими, а не сельскохозяйственными;
- 2) основные географические направления развития сельского туризма – горно-предгорная зона и Азово-Черноморское побережье.

В настоящее время агротуризм часто связан с проживанием в условиях сельской местности. При этом возможно выделить и отметить основные типы размещения:

- фермы, усадебные хозяйства, частные дома с размещением в одном здании с хозяином;
- аренда отдельного дома/коттеджа;
- проживание в сельской гостинице;

- проживание в исторических зданиях, расположенных в сельской местности или маленьких городках;
- проживание в палаточном городке, находящемся на территории усадьбы или частного лагеря;
- проживание в кемпинге рядом с центрами активных видов деятельности.

Деятельность сельского туризма на территории Краснодарского края представляет включение в программу экскурсионных туров посещения подворий, организацию однодневных экскурсий из близлежащих курортных районов края [1, с. 79–81].

Актуальны туры выходного дня с краткосрочным размещением туристов. Все более популярной становится организация и проведение событийных мероприятий на территории сельских подворий (свадьбы, банкеты, корпоративные мероприятия). Все вышеперечисленное сочетается с дегустацией местной продукции, реализацией потребительских и сувенирных товаров. Сельский туризм в настоящее время сочетает в себе элементы таких видов туризма, как рекреационный, активный, познавательный, потребительский, этнографический, гастрономический, этнографический.

Администрация края в последние несколько лет проводит активную работу по развитию новых видов туризма, позволяющих привлечь часть отдыхающих на территории, не пользующейся большой популярностью. Главное свидетельство данного процесса – принятая «Концепция развития сельского (аграрного) туризма в Краснодарском крае на 2017–2020 гг.». В настоящее время Министерство курортов, туризма и олимпийского наследия обсуждает проект «Концепции развития санаторно-курортного и туристского комплекса Краснодарского края до 2030 года», согласно которой на территории края предполагается развитие пляжного и морского, олимпийского и круизного, культурно-познавательного, горноклиматического, санаторно-оздоровительного, делового, событийного, сельского (аграрный) видов туризма. Данная Концепция предполагает развивать агротуризм на территории 10 муниципальных районов: Анапа, Новороссийск, Сочи, Крымский район, Темрюкский район, Северский район, Ейский район, Абинский район, Мостовский район и город Армавир [3].

Территория Краснодарского края имеет богатый рекреационный потенциал для развития многих видов туризма, что касается сельского туризма, Краснодарский край с довольно развитой туристской инфраструктурой имеет перспективы для его стабильного развития. Агротуризм в Краснодарском крае постепенно приобретает важное значение, становится актуальным и привлекательным, он расширяет туристические возможности в регионе, способствует развитию сельских территорий края (развивается инфраструктура, появляются рабочие места, сохраняются традиции).

Список источников

1. Кутимская К.А. Политика в сфере аграрного туризма в Краснодарском крае: состояние и перспективы // Государственное и муниципальное управление в XXI веке: теория, методология, практика. 2016. № 23. 311 с.
2. Илясова И.В., Власова А.С. Туризм как направление развития сельских территорий Краснодарского края // Экономика и предпринимательство. 2016. № 8 (73). 992 с.
3. Концепция развития санаторно-курортного и туристского комплекса краснодарского края до 2030 года. // официальный сайт Министерства курортов, туризма и олимпийского наследия краснодарского края. 2017. [Электронный ресурс]:- Режим доступа: <https://min.kurortkuban.ru/strategy/> (дата обращения 10.10.2019)

ТОПОНИМИКА НАСЕЛЁННЫХ ПУНКТОВ ЧЕЛЯБИНСКОЙ ОБЛАСТИ

Формирование названий населенных пунктов происходило в определенной исторической последовательности, а также под влиянием общественных событий. Если посмотреть на карту Челябинской области, то можно увидеть много различных и причудливых названий населенных пунктов: Париж, Межевое, Целинное, Рассвет, Свободный и другие. Откуда же они взялись на карте Челябинской области? В данной статье рассматриваются вопросы происхождения названий населенных пунктов в контексте топонимики.

Ключевые слова: топонимика, населённый пункт, Челябинская область.

The formation of the names of settlements took place in a certain historical sequence, as well as under the influence of social events. If you look at the map of the Chelyabinsk region, you can see many different and bizarre names of the settlements: Paris, Megeve, Tselinnoye, Dawn, Free and others. Where did they come from on the map of the Chelyabinsk region? This article discusses the origin of the names of settlements in the context of toponymy.

Keywords: toponymy, village, Chelyabinsk region.

*Леонченкова Яна Андреевна
НИУ «Южно-Уральский государственный университет»
E-mail: yleonchenkova@bk.ru
Научный руководитель:
Третьякова Татьяна Николаевна,
доктор педагогических наук, профессор*

Географические названия относят к числу важнейших памятников культуры. Созданные на разных языках, в разное время они отражают всю многовековую историю человечества: условия существования, материальную и духовную жизнь. Интерес к названиям, стремление понять их скрытый смысл наблюдается со времен Древней Греции и Рима.

Топонимика как наука и область лингвоведения позволяет нам изучать различные названия и имена собственные с позиций их лингвистической значимости. Однако в туризме топонимика позволяет изучать географические названия рельефных и ландшафтных объектов, горных местностей, гидроресурсов, а также населенных пунктов в условиях экскурсионной деятельности [1].

Цель исследования – дать описание топонимической системы населенных пунктов Челябинской области.

Объект исследования – топонимическая система населенных пунктов Челябинской области.

Предмет исследования – свойства топонимической системы населенных пунктов Челябинской области.

Задачи исследования:

- изучить топонимику населенных пунктов Челябинской области;
- выделить признаки классификации топонимов населенных пунктов Челябинской области;
- охарактеризовать номинации названий населенных пунктов Челябинской области.

Методы исследования:

- сравнительно-исторический, сопоставительно-типологический и описательный анализ топонимов населенных пунктов Челябинской области.

Населенные пункты Челябинской области как лингвоведческие объекты в контексте туризма многими своими названиями обязаны первопоселенцам, первопроходцам и коренным народам региона.

На первый взгляд топонимы могут показаться простыми и понятными, но не стоит забывать, что они несут в себе не только историческую информацию о каком-либо событии, но также и культуру народа, населявшего ту или иную местность в прошлом.

Способов возникновения топонимов множество. Одни придумывает сам народ, другие появляются в результате решения властей, что было особенно актуально в период СССР.

Топонимика исследует как происхождение названий, так и причины и условия возникновения. Географические названия чаще всего связаны с каким-либо историческим периодом. Безусловно, топонимы очень подвижны и часто изменяются. Смещение различных этнических групп, войны и конфликты, миграции оставляют отпечаток на топонимике.

Область была образована 17 января 1934 года, сейчас входит в состав Уральского федерального округа. На данный момент в состав области входят 27 муниципальных районов и 242 населенных пункта. Обширная территория и достаточно продолжительная история существования просто не могли не оставить след в топонимике всего Урала.

Вопросами региональной топонимики занимались известные писатели, краеведы-исследователи: Р. Р. Гатауллин, Т. Л. Курецкая, А. К. Матвеев, А. П. Моисеев, В. В. Поздеев, Н. И. Шувалов и др.

Именно их труды легли в основу нашего исследования и помогли выявить особенности топонимики населенных пунктов Челябинской области.

Рассмотрим некоторые названия населенных пунктов Челябинской области по муниципальным районам региона (табл.).

Таблица – Топонимика населенных пунктов Челябинской области

Географические названия	Именования руд и минералов	Связанные с Оренбуржским казачеством и башкирами	Память о событиях военной истории	После Октябрьской революции	Первопроходцы
Агаповский район					
Аша, Базарский,	Магнитный	Аблязово		Первомайский [3]	Агаповка, Борисовка
Аргаяшский район					
Березовка [5], Бигарды [2]		Малая Ультраковка		Чапаевка [3], Марксист [3], Передовик [3]	Байгазина, Тугузбаева, Селяева, Большая Яумбаева, Булатова
Ашинский район					
Миньяр, Сухая Атя [5]				Первомайский, Новострой	Кропачёво [4]
Брединский район					
Сосновка [5], Боровое [5]		Атамановский, Мариинский, Наследнийкий	Бреды, Рымнинский	Комсомольское Новый	
Варненский район					
Толсты [4]		Алексеевка, Кулевчи, Николаевка	Варна [4], Лейпциг [4]	Красный Октябрь [3], Красная Заря, Солнце [5]	
Верхнеуральский район					
Карагайский [4]		Сухтелинский	Форштадт [4]	Петропавловский	
Еткульский район					
Лесной [5], Бектыш [2], Еманжелинка	Коелга	Аткуль [2]			Лебедёвка

Карталинский район					
Озерный [5], Родники [5], Джабык [2]		Варшавка [4], Елизаветопольско е		Горная [5], Гражданский [3]	Степан Разин
Каслинский район					
Касли, Аллаки, Зырянкуль [2]	Маук [4]	Багаряк, Тюбук		Красный Партизан [3]	Кызылова, Огневское, Подкорытова, Клеопино
Катав-Ивановский район					
Юрюзань, Серпиевка		Тюлюк, Кордонный		Совхозный	Катав-Ивановск
Кизильский район					
Зингейский, Кизильское	Гранитный [5]	Кацбахский, Новопокровский		Новоершовский, Путь Октября	
Красноармейский район					
Алабуга, Бродокалмак		Миасское		Октябрьский, Луговой [5]	
Кунашакский район					
Большой Куяш [2], Татарская, Караболка		Арыкова		Новобурино	Муслюмово
Кусинский район					
Куса	Магнитка			Октябрьский [3]	
Нагайбакский район					
Гумбейский		Арсинский, Кассельский	Париж [4]	Знаменка, Рассвет [5]	
Нязепетровский район					
Лесной, Нязепетровск, Шемаха, Серный Ключ				Первомайский [3]	Арсланово Юлдашево, Юсупово, Ташкинова, Ункурда
Октябрьский район					
Горелое, Деньгино, Журавлиное, Киевка [4], Шипкино [5], Банниково		Крутоярский [5]		Свободный [3]	
Саткинский район					
Бердяуш, Берёзовый Мост, Иструть, Сикиязтамак	Магнитский [3]				Тельмана
Сосновский район					
Касарги, Киржакуль, Медиак		Бухарино, Кайгородово, Чипышево			Архангельское, Большие Харлуши, Бутаки, Саргазы

Троицкий район					
Бобровка, Каракулька, Скалистый	Белокаменк а, Кварцитный	Белозеры, Бурханкуль, Ключевка, Лагерный, Осиповка, Стрелецк [4]	Берлин [4], Карсы, Клястицкое	Искра, Краснооктябрьски й, Новый Мир, Первомайка	Воробьёвка, Иванково, Ляпино, Шантарино
Увельский район					
Марково, Сосновка [5], Сухарыш, Хуторка [5]				Дружный	Кичигино, Мордвиновка, Хомутино
Уйский район					
Глазуновка, Грибановка, Кумляк [2]		Кидыш			Аминево, Вандышевка, Маслово, Фоминский
Чебаркульский район					
Бишкиль [2], Камбулат [2]	Алтынташ				Варламово, Кундравы, Медведево, Непряхино
Чесменский район					
		Беловка		Калиновский	

Таблица составлена на основе интернет-источников [6].

Одну из самых больших групп топонимов составляют названия от личных имен, фамилий, как правило, первопоселенцев: Ларино, Потапово, Борисовка, Агаповка – основано в 1902 году казаками-переселенцами из станицы Нижнеозёрной Оренбургской губернии в честь Павла Осиповича Агапова, Байгазина – деревня основана в 1740 году, название получила по имени основателя Байгазы Козямышева.

Огромный пласт названий образовался после Великой Октябрьской революции. Появился простор для жизни общества, что люди и запечатлели в новых поселениях. На карте образовались топонимы, которые представляли новую эпоху. В них отражены перемены, которые произошли с обществом в этот период: Свободный, Первомайский, Новострой, Комсомольский, Новый, Вперед, Солнце, Правда, Свет. Многие из них произошли от названий сельскохозяйственных коммун, колхозов и совхозов.

Народ старался сохранить для будущего поколения память не только о первопоселенцах, но и о памятных военных событиях Челябинской области. Военные успехи нашего края известны по всей России. Это и понятно, ведь край издавна считался казачьим. Поселок Атамановский, Николаевский, Георгиевское, Еленинское, Анненское, Владимирское, Александровское, Натальинское, Алексеевское, Казанка, Джабак – все эти названия – следы пребывания казаков в Челябинской области. Они составляют одну из самых многочисленных групп названий населенных пунктов.

Список источников

1. Матвеев А.К. Географические названия Урала. Топонимический словарь. Екатеринбург: Сократ, 2008 – 352 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://book.xuz/book/2989765/191c0f> (Дата обращения 18.10.2019)
2. Гатауллин Р.Р. Историко-лингвистическое описание тюрко-татарской топонимии Южного Урала и Зауралья: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук. Казань, 2012 – 29с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.dslib.net/jazyki-rosii/istoriko-lingvisticheskoe-opisanie-tjurko-tatarskoj-toponimii-juzhnogo-urala-i.html> (Дата обращения 21.10.2019)

3. Поздеев В. В. Топонимика Южного Урала: историко-топонимический словарь. Челябинск: Край РА, 2013. – 400 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://web.archive.org/web/20160511161812/http://www.kraeved74.ru/pages/article822.html> (Дата обращения 21.10.2019)
4. Моисеев А. П. Топонимическое краеведение (лингвистическое). Челябинская область. Челябинск: Абрис, 2013. – 127с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://unis.shpl.ru/Pages/Search/BookCard.aspx?Id=965261> (Дата обращения 24.10.2019).
5. Курецкая Т. Л., Силюнова О. Н. Южноуральская топонимика: алфавит области. Природа: (сборник) Челябинск: Геотур, 2007. – 219с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://unis.shpl.ru/Pages/Search/BookCard.aspx?Id=612817> (Дата обращения 27.10.2019).
6. Список населенных пунктов Россия Челябинская область [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://maps.vlasenko.net/list/russia/chelyabinskaya/> (Дата обращения 25.10.2019 г.).

АКТУАЛЬНОСТЬ ТRENDA ЭКОЛОГИЧНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ В ГОРОДЕ ОМСКЕ

В статье обозначена актуальность выбранной темы, популяризация тренда экологичности на предприятиях общественного питания открывает новые возможности в расширении ресторанного бизнеса. В городе Омске происходит стремительное развитие индустрии питания. В данной статье предлагается рассмотреть построение бизнеса с точки зрения мировой тенденции экологичности, которая позволит заинтересовать потребителей данных услуг и тем самым стать популярным и прибыльным заведением. В исследовании проводился опрос актуальности тренда, анализ которого представлен в статье.

Ключевые слова: тренды в ресторанном бизнесе, фермерские продукты, экологичность, социальная и экологическая ответственность, разумное потребление.

The article highlights the relevance of the chosen theme, the popularization of the trend of environmental friendliness in public catering enterprises will open new opportunities in the expansion of the restaurant business. In the city of Omsk there is a rapid development of the food industry. This article proposes to consider the construction of business from the point of view of the global trend of environmental friendliness, which will interest consumers of these services and thus become a popular and profitable institution. The study conducted a survey of the relevance of the trend, the analysis of which is presented in the article.

Keywords: trends in the restaurant business, farm products, environmental friendliness, social and environmental responsibility, reasonable consumption.

*Литвиненко Василина Александровна
Омский государственный технический университет
E-mail: li.vozya@yandex.ru
Научный руководитель:
Лукина Ольга Викторовна,
кандидат технических наук, доцент*

Интерес к общественному питанию во всем мире постоянно растет. В настоящее время индустрия питания перенасыщена, заведения представлены для разных целевых аудиторий. Актуальность и повышенный спрос на услуги сферы питания связан с модой. Среди современных тенденций отмечено повышенное внимание к правильному и здоровому питанию. Все больше людей стремятся к употреблению свежей и здоровой пищи, поэтому всё популярнее становится тема кухни с использованием новых экотехнологий и местных продуктов. Формула будущего в индустрии питания для индивидуальных потребителей и специалистов ресторанной сферы заключается в сочетании здорового питания и развития социальной и экологической ответственности, т. к. здоровое питание тесно связано с безопасностью и экологичностью.

Целью работы является разработка рекомендаций для актуализации тренда экологичности на предприятиях общественного питания в городе Омске. Для достижения цели необходимо решить ряд задач, а именно: 1) провести анализ состояния рынка услуг общественного питания в городе Омске; 2) выявить актуальность тренда экологичности в г. Омске.

В повседневной жизни человека прослеживается повышенный спрос на биопродукты, он стал мейнстримом нашего времени. «Organic food», или, иначе, экологически чистая пищевая продукция, занимает прочные позиции в продуктовом ритейле, а также в ресторанной деятельности. Ассортимент рынка экопродуктов в связи с появлением новых потребностей потребителей меняется, становясь всё более актуальным и привлекательным. В настоящий момент приобретение экологически чистых продуктов для индивидуального потребления либо

для использования в целях обеспечения общественным питанием стало доступным. Самыми активными потребителями экологически чистой продукции считаются миллениалы – те, кто родился в конце 80-х – начале 90-х годов, именно это поколение создает (провоцирует) тенденции мирового уровня [1].

Формат предприятий общественного питания здорового питания эволюционирует. Ранее под грифом правильного питания понимались вегетарианские рестораны или же заведения с меню, в котором содержались блюда, приготовленные из натуральных продуктов с указанием калорийности, сейчас ситуация требует от экопредприятий общественного питания иного. Потребителя интересует медицинский подход в ресторанном бизнесе и, безусловно, хорошая гастрономия. Стоит принять во внимание, что правильное питание – это не диета, а стиль жизни, философия.

По состоянию на октябрь 2019 года в г. Омске насчитывается 30 розничных точек, предлагающих фермерскую продукцию, которая приравнивается к «Organic food», самые популярные из них – «Фермер центр», «Агро-мир», «Побочинские продукты». 23 поставщика биопродуктов, реализующих товар для местных предприятий общественного питания. Развит пользующийся спросом сервис доставки рационов правильного питания: «Формула питания» и «Диет-сервис», но предприятиями общественного питания их назвать нельзя. Существуют кафе, где частично представлена экопродукция, но их мало, и они недостаточно популярны, как экозаведения, например, вегетарианское кафе «Говинда», Brew bar «Edison Cafe».

Анализ информации о развитии тренда экологичности на территории города Омска показал, что направление развивается, хотя на данный момент оно находится на начальном этапе. Следует отметить, что в процессе исследования пришлось столкнуться с некоторыми проблемами: 1) затруднен поиск информации об организациях, осуществляющих экодеятельность в сфере питания; 2) многие перспективные и современные ритейлы с органическими продуктами имеют короткий жизненный цикл без возможности дальнейшего развития; 3) на локальном рынке экопродуктов практически нет товаров от региональных производителей; 4) за омским экомаркетингом скрывается «гринвошинг» – вид маркетинга, при котором компания представляет себя экологичной, но тратит свои ресурсы на то, чтобы убедить в этой позиции покупателя, а не на реальные экологические инициативы [2].

Ядром целевой аудитории услуг общественного экопитания могут стать потребители в возрасте от 25 до 40 лет (без разделений по гендерному признаку), которых заботит вопрос защиты экологии, а также их интересует здоровое питание и активный образ жизни. В рамках исследования был сформулирован и задан жителям г. Омска вопрос: «Актуально ли приобретение и потребление экопродуктов?». Опрос предполагал развернутый ответ. Среди результатов сформировался рейтинг самых популярных ответов: 1) да, для меня это очень важно. Употребляю экологически чистую продукцию дома, а также в кафе/ресторанах и других предприятиях общественного питания; 2) иногда употребляю экопродукты, чаще это бывает во время посещения заведений питания; 3) никогда не интересовало; 4) отношусь негативно к пропаганде экопитания. Считаю, что это маркетинговые уловки для потребителя (рисунок).

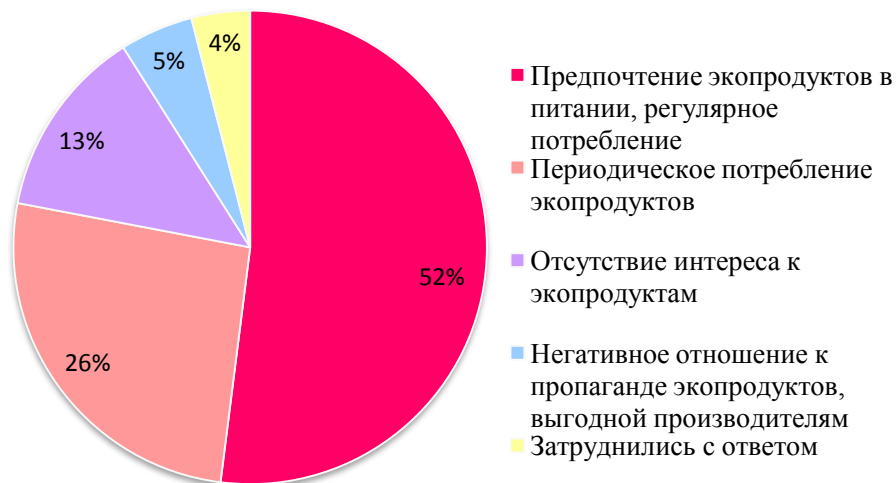


Рисунок – Результат опроса

В опросе приняли участие 86 человек – молодые люди от 25 до 40 лет, занятые учебной и/или трудовой деятельностью. В результате 52 % опрошиваемых – активные потребители биопродуктов, для которых важно свое здоровье и забота об экологии; 26 % периодически приобретают и употребляют экопродукты на предприятиях общественного питания, потому что для них это ново и необычно; 13 % не интересуют данная тенденция; 5 % считают, что экопродукты – ход рекламных PR-кампаний, которые хотят обмануть потребителей и извлечь дополнительную выгоду; 4 % не ответили на главный вопрос. В целом результаты исследования указывают на актуальность тренда экологичности на предприятиях общественного питания.

Тренд экологичности на предприятиях общественного питания состоит из множества элементов, главным из них, безусловно, является использование экологически чистых продуктов (сырья), второстепенными – сортировка бытового мусора и минимизация пищевых отходов (использование безотходного производства), экономия воды и электроэнергии.

В рамках исследования разработаны рекомендации для специалистов сферы ресторанного бизнеса и студентов, обучающихся по данному направлению, по актуализации тренда экологичности на предприятиях общественного питания в городе Омске:

1. Продвижение и популяризация социальной идеи о сохранении природы на предприятиях общественного питания. Предполагается, что своим примером заботы об экологии индустрия питания напомнит потребителю о социальной и экологической ответственности. А также такое современное и уникальное заведение привлечет новых потенциальных потребителей, став общедоступным.

2. Использование экологически безопасной упаковки. Экономное использование пластиковых контейнеров и полиэтиленовых пакетов для упаковки еды на вынос или для доставки на предприятиях общественного питания, или полная замена на изделия из стекла, картона.

3. Применение маркировки экологичности. Позиционирование экобренда, таким образом предприятие общественного питания выделится среди числа других заведений. Также требуется работа с меню: использование значков «ЭКО», «Без ГМО», «Веган» и «Без глутена».

4. Сокращение пищевых отходов. Использование маркировки на продуктах питания, учет срока годности используемого сырья в производстве. Введение в заведении питания политики безотходного производства и/или применение автоматизированных систем, позволяющих избегать ненужных покупок и с высокой точностью составлять заявки на продукцию.

5. Экономия электроэнергии. При выборе прибора освещения отдать предпочтение тому, где используются энергосберегающие лампочки. Побуждать сотрудников предприятия общественного питания экономить: выключать неиспользуемый свет, использовать освещение по требованию! Оборудовать технические помещения приборами освещения, реагирую-

щими на звук и движение. Пересмотреть технологию приготовления блюд и применять более экономные в потреблении энергии жарочные шкафы, грили, пароконвектоматы и т. д.

6. Проведение уборки заведения питания с помощью экологических чистящих средств. Отказаться от использования суровых химикатов, они негативно влияют на экологическую ситуацию.

7. Использовать продукцию от местных производителей или организовать собственное мини-производство на территории предприятия общественного питания. Применение локальной продукции позволит сэкономить средства на приобретение сырья, а также уменьшить выбросы углекислого газа, связанные с транспортными перевозками.

8. Reduce, Reuse, Recycle – элементы представляют собой формулу осознанного потребления: сокращение потребления, повторное использование, переработка отходов [3].

9. Минимизация расхода воды. Оборудование санузлов водосберегающими туалетами, чтобы уменьшить количество потраченной воды, а также кранов с сенсорным управлением. Отказаться от бутилированной воды, заменить её фильтрованной [4].

Тема экологически чистой продукции становится все более модной и популярной как среди потребителей, так и среди производителей. Основой органик-спроса является забота современного потребителя о здоровье. Вслед за спросом следует предложение, поэтому предприятиям общественного питания предлагается обратить внимание на тренд экологичности. В статье представлены рекомендации для специалистов ресторанного бизнеса, которые планируют развитие дела в соответствии с тематикой исследования. Организация экологически чистого ресторанного бизнеса требует значительных финансовых и трудовых затрат, однако это привлечет большое число гостей, а также защитит нашу природу.

Список источников

1. Ключевые тренды развития индустрии питания России на современном этапе [электронный ресурс] // Режим доступа: <https://recyclemag.ru/article/ekologiya-samie-ekologichnie-trendi> (Дата обращения: 28.10.2019).

2. Гринвошинг: как марки и товары притворяются «зелёными» [электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.wonderzine.com/wonderzine/life/life/241731-greenwashing> (Дата обращения: 28.10.2019).

3. Reduce. Reuse. Recycle. Три кита осознанного потребления [электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.lookatme.ru/flow/posts/diy/150745-reduce-reuse-recycle-tri-kita-osoznannogo-potrebleniya> (Дата обращения: 28.10.2019).

4. Общепит и экология. Как ресторану позаботиться о природе [электронный ресурс] // Режим доступа: <https://newsfrol.ru/24/5033/> (Дата обращения: 28.10.2019).

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В КИТАЕ

В статье анализируется современное состояние и пути развития регионального туризма на примере Китая. Рассмотрены способы государственного регулирования в туристской индустрии. Отмечено влияние транспортной инфраструктуры на развитие внутреннего туризма. Сформулировано главное отличие развития туризма в Китае и России.

Ключевые слова: региональный туризм, Китай, Россия, въездной туризм, государственное регулирование, транспортная инфраструктура, турпоток.

The article analyzes the current state and development of regional tourism on the example of China. The methods of state regulation in the tourism industry are considered. The influence of transport infrastructure on the development of domestic tourism is noted. The main difference between the development of tourism in China and Russia is formulated.

Key words: regional tourism, China, Russia, inbound tourism, state regulation, transport infrastructure, tourist flow.

Малинина Анастасия Владимировна
ФГБОУ ВО «Омский государственный технический университет»
E-mail: a_ch20@mail.ru
Научный руководитель:
Карасёв Игорь Евгеньевич,
кандидат филологических наук, доцент

Въездной туризм в настоящее время имеет огромное влияние на развитие региона. Приток туристов в регион всегда стимулирует строительство новых средств размещения, питания туристов, мест туристского интереса, совершенствование транспортной инфраструктуры, задействует в хозяйственный оборот новые территории с туристскими ресурсами, увеличивает число рабочих мест, способствует положительному имиджу региона, соответственно, повышает уровень социально-экономического и геополитического развития данной территории [1]. Однако для увеличения турпотока необходим уже имеющийся определенный уровень сервиса, а также разнообразный турпродукт. При формировании турпродуктов, составлении планов развития туризма в любом регионе желательно использовать успешный опыт какого-либо региона. Перенимание опыта поможет избежать схожих трудностей, а также использовать уже имеющуюся позитивную схему развития туризма. Цель статьи: охарактеризовать развитие туризма в Азиатско-Тихоокеанском регионе на примере Китая. Международный опыт развития туристического бизнеса очень внимательно изучается и внедряется китайскими специалистами, что, безусловно, способствует повышению его роли на мировом туристическом рынке.

Азиатско-Тихоокеанский регион является примером активно развивающейся территории в области туризма, где в относительно короткие сроки практически с нуля была организована туристская инфраструктура. Обращаясь к статистике, стоит отметить, что за последние 2 года количество туристов, выезжающих в Китай, неуклонно растет. Так, за период с января по июнь 2018 года количество выезжающих составило 908 человек. За тот же период, но уже 2019 года количество туристов увеличилось до 1077 человек [2]. Данный факт говорит о том, что развитие туризма в данном регионе поддерживается на уровне, необходимом для увеличения турпотока. Также, по данным Пограничной службы РФ, в регионе Восточная и Юго-Восточная Азия Китай занял первое место по приему российских туристов, приняв 865,1 тыс. туристов [3].

Чтобы понять, как Китай вышел на устойчивые темпы роста в туризме, стоит обратить внимание на их государственное устройство в данной сфере. Премьер Государственного совета КНР Ли Кэцян подчеркнул уникальную роль туризма в увеличении внутреннего спроса, стабилизации роста, расширении занятости, сокращении бедности и привлечении людей. Он

был инициатором и упорным трудом внедрил систему управления туризмом, ориентированную на регулирование рынка туризма в соответствии с законом, и сосредоточился на продвижении современной индустрии туризма. Развитие сосредоточилось на совершенствовании экономического роста в туризме, чтобы сделать туризм более безопасным, удобным, централизованным и комфортным и инвестировать в содействие модернизации экономики и повышение уровня жизни людей [4].

На основании Закона о туризме китайские туристические фирмы подразделяются на международные и внутренние. Международные турфирмы занимаются международным въездным и выездным туризмом, а внутренние турфирмы занимаются только внутренним туризмом. Развитие международного туризма в Китае происходит в рамках долгосрочного планирования с участием государственного управления и частного предпринимательства. Стратегия развития туризма Китая обращена на поддержку въездного туризма на мировом уровне, активизацию внутреннего туризма и постепенное увеличение доли выездного туризма на основе государственного регулирования. Управленческие меры, предпринимающиеся государством:

1. Ограничение прав и количества туристических фирм, занимающихся выездным туризмом. Запрещается иностранное инвестирование в организацию выездного туризма граждан Китая.

2. Ограничения по валюте. При выезде за границу граждане Китая могут обменять определенную сумму на иностранную валюту в рамках, предусмотренных законом. В последнее время наблюдается тенденция к увеличению этой обменной суммы валюты.

3. Государственный контроль и регулирование открытия новых местностей выездного туризма осуществляется путем двусторонних переговоров.

Исходя из вышесказанного, можно отметить, что устойчивое развитие туристской сферы без активного участия органов государственного управления невозможно.

Также следует обратить внимание на развитие транспортной инфраструктуры. Например, для привлечения турпотока из соседних регионов между ними должна быть развита транспортная сеть, существовать максимальное количество вариантов передвижения (автобусы, поезда, маршрутные такси). Очень важно следить за состоянием дорог. Качество передвижения иногда является определяющим фактором при выборе места для отдыха среди туристов. Например, в Китае ранее была только одна компания гражданской авиации, но в начале XXI в. их число увеличилось до 25. Сейчас налажено прямое воздушное сообщение Китая с 80 странами мира. Важную роль в развитии туризма в стране играет железнодорожный транспорт. С помощью него можно передвигаться практически везде. Расширяются и реконструируются пассажирские вокзалы. Водный транспорт является также одним из самых предпочитаемых среди зарубежных туристов. Крупные китайские морские порты связаны друг с другом рейсовыми маршрутами и служат отправным пунктом для поездок в разные порты мира (в том числе и Россию). Каждый год более 15 % иностранных туристов добираются до Китая по морскому пути. Также динамично развиваются и внутренние перевозки по рекам, озерам и каналам.

Если говорить о воздействии гостиничного хозяйства на увеличение турпотока, нельзя не отметить, что в Китае с 2004 по 2013 гг., в период мирового экономического кризиса, количество отелей в стране увеличилось более чем в два раза. Это является важным фактором как для развития туризма, так и для создания новых рабочих мест. Постепенно внедрилась система «звездного» рейтинга. Основное количество «звёздных» отелей представлено четырех- и трёхзвёздочными. Около одной трети составляют двухзвёздочные отели. На иностранцев ориентированы пяти- и четырёхзвёздочные отели, которые составляют пятую часть гостиничного фонда. В стране представлены такие межнациональные гостиничные сети, как «Хилтон», «Мариотт», «Шератон», «Холидей-Инн» и многие другие.

В познавательном плане Китай обладает большим и разнообразным объемом туристских ресурсов. Путешествие по Китаю удовлетворяет важную познавательную функцию. Туры содержат в себе информацию о природных зонах, исторических, этнических и культурных особенностях разных регионов Китая, об уровне их экономического развития и т. д. В усло-

виях, когда европейская часть России стала труднодоступной в силу высоких транспортных тарифов, необходимо использовать тот культурно-познавательный потенциал, который является более доступным [5].

Подводя итог, хочется выделить главное отличие развития туризма в Китае и России. На наш взгляд, именно активное влияние государственных структур на всю туристскую сферу дало мощный скачок для ее развития. Исходя из этого при развитии туризма в конкретном регионе следует начинать со взаимодействия с местными органами власти. Также обязательным условием развития стоит считать улучшение транспортной инфраструктуры, а также увеличение уровня предоставляемого сервиса в средствах размещения.

Список источников

1. Деточенко, Л. В. Международный выездной туризм россиян в страны Восточной и Юго-Восточной Азии как возможный фактор социально-экономического и геополитического развития Байкальского региона/ Л. В. Деточенко, Н. Ю. Прохина // Устойчивое развитие в Восточной Азии: актуальные эколого-географические и социально-экономические проблемы.- 2018.-С. 70-73. [Электронный ресурс]:- Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=35459518> (дата обращения 15.10.2019).

2. Официальная статистика: Туризм (въездные и выездные туристские поездки) [Электронный ресурс]:- Режим доступа: <https://www.gks.ru/folder/23457> (дата обращения 16.10.2019).

3. Ежедневная электронная газета Российского союза туриндустрии, № 4517 от 15.03.2018 [Электронный ресурс]:- Режим доступа: http://www.ratanews.ru/news/news_15032018_2.stm (дата обращения: 16.10.2019).

4. Поток туристов из Китая в РФ по безвизовому обмену вырос на 24% с начала года [Электронный ресурс]:- Режим доступа: <http://www.tass.ru/obschestvo/4698873> (дата обращения: 16.10.2019).

5. Иволга, Е.Г. О тенденциях развития туризма в хабаровском крае / Е. Г. Иволга // Сб. конф. «Современные проблемы социально-культурного сервиса и туризма».-2008.-С. 51-57. [Электронный ресурс]:- Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=35411321>(дата обращения: 17.10.2019).

Мигранова Асия Галимовна

РОЛЬ НАСЕЛЕНИЯ В УСТОЙЧИВОМ РАЗВИТИИ ТУРИЗМА НА ТЕРРИТОРИИ НАЦИОНАЛЬНОГО ПАРКА «ТАГАНАЙ»

В статье рассматривается устойчивое развитие туризма как основное направление деятельности национального парка «Таганай». Анализируется результат проведения опросов на территории города Златоуст и поселка Магнитка.

Ключевые слова: устойчивый туризм, национальный парк «Таганай», местное сообщество.

The article considers the sustainable development of tourism as the main activity of the national Park "Taganay". The article analyzes the results of surveys in the city of Zlatoust and the village of Magnitka.

Keywords: sustainable tourism, the national park «Taganay», local society.

Мигранова Асия Галимовна

НИУ «Южно-Уральский государственный университет»

E-mail: asiyaatgstranger@gmail.com

Научный руководитель:

Третьякова Татьяна Николаевна,

доктор педагогических наук, профессор

Во время Всемирной конференции по устойчивому туризму в Лансароте в 1995 г. понятие «устойчивое развитие туризма» постепенно стало укореняться по всему миру.

Практика и рекомендации управления устойчивым развитием применимы ко всем формам туризма, в любых типах туристских дестинаций (в различных сегментах туризма, включая массовый). Из чего можно заключить, что устойчивый туризм обеспечивает оптимальное использование природных ресурсов, которые и есть основной элемент развития туризма; уважает социокультурные особенности принимающих сообществ, сохраняет их культурное наследие и традиционные ценности; гарантирует долгосрочные экономические мероприятия, предоставляя социально-экономические преимущества – устойчивую занятость и возможности получения дохода, социальное обеспечение [1, с. 9–10].

С советских времен одним из самых популярных туристских объектов является национальный парк «Таганай», организованный на основании Постановления Совета министров РСФСР «О создании Государственного природного НП «Таганай» Министерства лесного хозяйства РСФСР в Челябинской области» от 05.03.1991 г.

Площадь парка составляет 568,43 кв. км (568 тыс. га). Территория находится в окружении четырех муниципальных образований, административными центрами которых являются города Златоуст на юго-западе, Кууса – на западе, Миасс – на юго-востоке и Карабаш – на северо-западе.

Парк пользуется большой популярностью у туристов благодаря обустроенным и оборудованным туристским тропам и маршрутам (рис. 1).

ских населенных пунктов (Веселовка, Дальний, Куваши, Плотинка, Салган, Таганай, Тайнак, Тундуш, Центральный, Южный). Это означает, что его население в количестве 165375 человек является основным потребителем туристских ресурсов национального парка [3].

На основе анкеты ЮН ВТО по исследованию влияния местных сообществ на развитие туристских дестинаций нами была разработана анкета, состоящая из 30 вопросов, посвящённых выявлению различных аспектов взаимодействия населения и НП.

Все вопросы можно разделить на несколько аспектов: выявление демографической характеристики респондентов; понимание ценности объектов НП и общее представление о парке; осведомленность населения об организации и функционировании НП.

Большинство (более 70 %) респондентов, отвечавших на вопросы анкетирования, являются женщинами, а остальные мужчины (табл. 1).

Таблица 1 – Пол респондентов

	Магнитка, %	Златоуст, %
Ж	79,2	73,1
М	20,8	26,9

По роду занятий в обоих населенных пунктах преобладают работники бюджетной сферы (чуть более 60 %), далее – предприниматели, пенсионеры, служащие, безработные, фермеры и учащиеся (табл. 2).

Таблица 2 – Социальный статус респондентов

	Магнитка, %	Златоуст, %
Безработный	3,9	2,7
Пенсионер	9,1	6
Предприниматель	13	4,7
Работник бюджетной сферы (педагог, работник культуры и т. п.)	67,5	60,5
Служащий (работник правоохранительных органов, военнослужащий, сотрудники налоговой службы, чиновник и др.)	2,6	13
Учащийся (студент)	1,3	5,3
Фермер, крестьянин	0	8

Большинство респондентов как в поселке Магнитка, так и в городе Златоусте, имеет среднее специальное образование, далее идут респонденты, имеющие высшее, полное среднее и неполное среднее образование (табл. 3).

Таблица 3 – Уровень образования респондентов

	Магнитка, %	Златоуст, %
Высшее	34,2	47,8
Среднее специальное	55,3	50,5
Полное среднее	9,2	1,3
Неполное среднее	1,3	0,3

Большинство респондентов поселка Магнитка считает, что это место отдыха для туристов и местного населения. Респонденты города Златоуст полагают, что национальный парк – это территория, на которой ограничены отдельные виды деятельности человека (табл. 4).

Таблица 4 – Понимание значения (понятия) национального парка для населения

	Магнитка, %	Златоуст, %
Место отдыха для туристов и местного населения	54,5	14,6
Территория, на которой ограничены отдельные виды деятельности человека	40,3	80,4
Источник дохода для местного населения, работающего с туристами	5,2	3
Запретная территория, которая затрудняет жизнь местным жителям	7,8	2

Респонденты, опрошенные на территории поселка Магнитка, говорят в равном соотношении о необходимости национального парка ограничить разрушительное воздействие человека на природу и сохранить редких животных и птиц, обитающих только в данном месте. Респонденты города Златоуст выделяют только один пункт – об ограничении разрушительного воздействия человека на природу (табл. 5).

Таблица 5 – Назначение национального парка

	Магнитка, %	Златоуст, %
Ограничить разрушительное воздействие человека на природу	37,7	59,1
Запретить охоту и хозяйственную деятельность людей для сохранения природы	33,8	25,6
Сохранить редких животных и птиц, обитающих только в этом месте	37,7	12,3
Чтобы организованные туристы могли увидеть красоту местной природы	32,5	3

К вопросу о том, чем занимаются сотрудники непосредственно самого национального парка «Таганай», большинство респондентов как поселка Магнитка, так и города Златоуст отмечают, что сотрудники охраняют природу, занимаются изучением природы или же вообще не в курсе того, чем они занимаются (табл. 6).

Таблица 6 – Оценка видов деятельности сотрудников НП «Таганай»

	Магнитка, %	Златоуст, %
Охраняют природу	65,8	64,5
Работают с детьми в школах и детских садах, проводят мероприятия	9,2	4
Занимаются изучением природы	18,4	22,3
Ничем не занимаются, непонятно, зачем они вообще нужны	9,2	2
Не знаю	14,5	7,3

Респонденты поселка Магнитка получают основную информацию о том, что происходит на территории национального парка из Интернета, газет, а кого-то и вовсе не интересует данная тема. Респонденты города Златоуст также в основном получают информацию после просмотра ТВ, из Интернета, а некоторых также не интересует тема (табл. 7).

Таблица 7 – Источники информации о деятельности НП «Таганай»

	Магнитка, %	Златоуст, %
Газеты	20,8	13,3
ТВ	11,7	31,9
Интернет	50,6	21,3
От друзей/соседей	16,9	14,3
Меня не интересует эта тема	18,2	19,3

Респонденты города Златоуст об информации для получения представления о национальном парке говорят, что в целом информации хватает, но есть и те, кто считает, что информации недостаточно для представления четкой картины. Основная масса респондентов поселка Магнитка, наоборот, замечает, что информации недостаточно для представления четкой картины, а другие считают, что в целом информации хватает (табл. 8).

Таблица 8 – Полнота информации для получения представления о НП «Таганай»

	Магнитка, %	Златоуст, %
Вполне достаточно для понимания	13	18,6
В целом информации хватает	33,8	46,8
Информации недостаточно для представления четкой картины	42,9	22,3
Мне все равно	10,4	12,3

Таким образом, несмотря на незначительные различия в мнении респондентов поселка Магнитка и города Златоуст, можно говорить о том, что респонденты говорят о необходимости национального парка ограничить разрушительное воздействие человека на природу и со-

хранить редких животных. Есть некоторые различия в вопросе об источнике получения информации и в вопросе о достаточности информации для получения представления о национальном парке.

Список источников

1. Сесёлкин, А.И. Устойчивое развитие туризма как приоритетное направление деятельности Всемирной туристской организации: постановка проблемы исследования [Текст] / А.И. Сесёлкин // Вестник РМАТ. – Изд-во: Российская международная академия туризма, 2014. – №1. – С. 9-14.
2. Официальный сайт национального парка «Таганай» [Электронный ресурс] – URL: <https://www.taganay.org/> (Дата обращения: 11.10.19)
3. Златоуст. Энциклопедическая справка [Электронный ресурс] – URL: <http://www.zlatoust.ru/about/zlatoust/> (Дата обращения: 11.10.19)

ИСТОРИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ИЗУЧЕНИЮ МЕЖДУНАРОДНЫХ ГОСТИНИЧНЫХ ЦЕПЕЙ

Развитие туризма и его распространение по всему миру сопряжено с развитием индустрии гостеприимства. Появление первых гостиниц в XIX веке, развитие мировой экономики и международного сотрудничества способствовало расширению гостиничной сети, а зарождающаяся конкуренция в гостиничном бизнесе спровоцировала создание международных гостиничных цепей. Изучая феномен развития международных гостиничных цепей, можно выделить основные периоды их расцвета и продвижения в различные регионы мира.

Ключевые слова: международные гостиничные цепи, этапы развития зарубежных гостиниц.

The development of tourism and its spread around the world is associated with the development of the hospitality industry. The emergence of the first hotels in the XIX century the development of the world economy and international cooperation contributed to the expansion of the hotel chain, and the nascent competition in the hotel business provoked the creation of international hotel chains. Studying the phenomenon of development of international hotel chains, we can identify the main periods of their prosperity and promotion in different regions of the world.

Keywords: international hotel chains, stages of development of foreign hotels.

Мокиевская Алиса Михайловна, Журавлева Светлана Александровна

НИУ «Южно-Уральский государственный университет»

E-mail: a.mokievskaya@mail.ru, sjuravleva@bk.ru

Научный руководитель:

Третьякова Татьяна Николаевна,

доктор педагогических наук, профессор

В эпоху глобализации эволюция гостиничных цепей является актуальной и важной темой в секторе гостеприимства. Сегодня многие гостиничные цепи по всему миру объединяются на правах собственности, почти ежедневно заключаются взаимовыгодные контракты. Данный рынок стремительно развивается, что определяет актуальность исследования, а также позволяет говорить об эффективности проведения анализа тенденций развития гостиничных цепей.

Целью исследования является проведение сравнительного анализа основных фаз появления, развития и распространения гостиничных цепей.

Объектом исследования становится развитие гостиничных цепей на разных этапах эволюционного процесса.

Предметом исследования являются причины возникновения международных гостиничных цепей, особенности каждого периода развития предприятий гостиничных цепей, тенденции распространения международных гостиничных цепей в мире.

По данным компании D2m, в мире работают и принимают туристов более 386156 сертифицированных отелей. Больше всего гостиниц находится в Европе – почти 50 %. 40 % разделили пополам Азия и Америка. Остальные 10 % приходятся на долю всех остальных точек планеты [1].

Настоящая мода на путешествия с отдыхом в многокомнатных отелях распространилась среди обеспеченных слоев населения Европы в середине XIX века. Определенной стабильности в своем развитии международные гостиничные цепи достигли к началу 1990-х годов. На основе изучения истории возникновения международных гостиничных цепей можно выделить несколько основных фаз (или периодов) развития.

Первая фаза развития может быть обозначена периодом с середины 1900-х до 1960-х годов и носит название «Период гранд-отелей» (рис. 1).

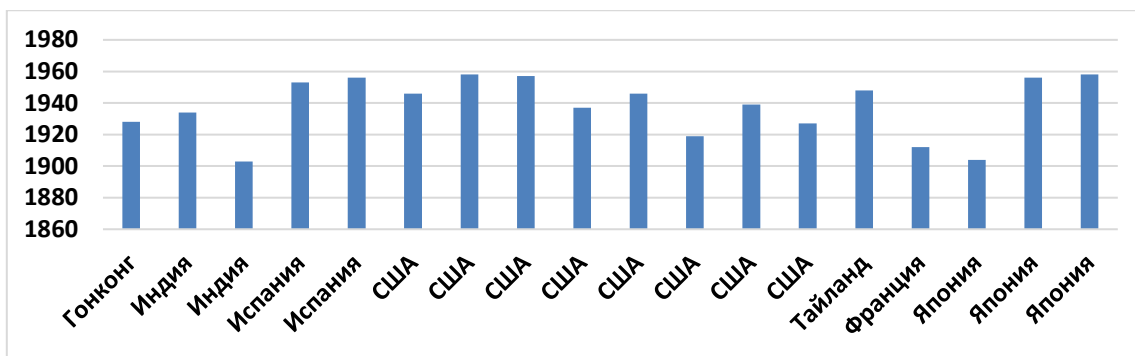


Рисунок 1 – Первый период развития МГЦ

Именно потребность обеспеченных граждан в окружающем лоске, стиле и показном шике приводит к развитию гранд-отелей, которые в то время были в основном независимыми или составляли небольшую сеть с отличной репутацией: Waldorf Astoria (Нью-Йорк), Ritz (Мадрид), George V (Париж) и Savoy Hotel (Лондон).

Анализ показывает, что в первый период образования международных гостиничных цепей наиболее привлекательными для огромного потока состоятельных путешественников являлись США, Япония и Испания. Наименее привлекала первых туристов Индия.

Именно в этот период широкую известность приобретают компании, ставшие впоследствии крупнейшими мировыми брендами.

Hilton Hotel, – американская многонациональная корпорация, основанная Конрадом Хилтоном в 1919 году.

InterContinental Hotels & Resorts – гостиничный бренд, основанный в 1946 году как дочерняя компания Pan American World Airways.

Marriott International – крупнейшая международная корпорация, которая абсолютно доминирует в отрасли. Marriott – американская гостиничная компания, созданная Дж. Уиллардом Марриоттом в 1927 году.

Choice Hotels International, Inc. – гостиничный франчайзер со штаб-квартирой в Роквилле, штат Мэриленд, США.

Best Western International, Inc. со штаб-квартирой в Фениксе, штат Аризона, США, основанный М. К. Гертингом в 1946 году.

Hyatt Hotels Corporation – крупнейшая в мире многонациональная гостиничная компания, которая управляет и предоставляет франшизы роскошным отелям, курортам и курортным отелям, основанная Джеймом Притцкером в 1957 году [2].

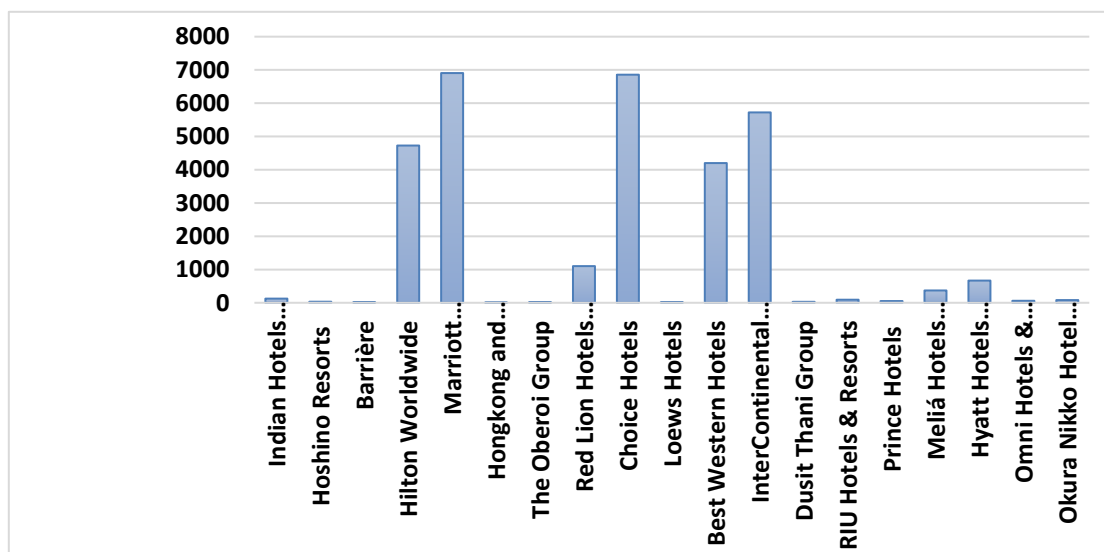


Рисунок 2 – Количество объектов международных гостиничных цепей первой фазы развития МГЦ по состоянию на 2018 год

Анализ показывает, что две крупнейшие корпорации Marriott International и Choice Hotels International к 2018 году насчитывают в своём управлении около 7000 объектов недвижимости, InterContinental Hotels&Resorts управляет почти 6000 отелей, а такие корпорации, как Marriott International и Best Western International, к 2018 году приобрели в свои активы от четырёх до пяти тысяч отелей различных уровней сервиса по всему миру.

Вторая фаза развития международных гостиничных цепей берет своё начало с 1960-х годов. Всеобщая стандартизация гостиничных услуг привела к распространению гостиничных сетей. Для управления гостиничной сетью в разных географических регионах мира требовались определенные стандарты качества. Первооткрывателями мировых стандартов в области качества предоставления услуг стали представители американских мировых брендов.

Во втором историческом периоде развития МГЦ образовались такие цепи, как Wyndham Hotels&Resorts, Radisson Hotel Group, G6 Hospitality и, конечно же, AccorHotels (рис. 3).

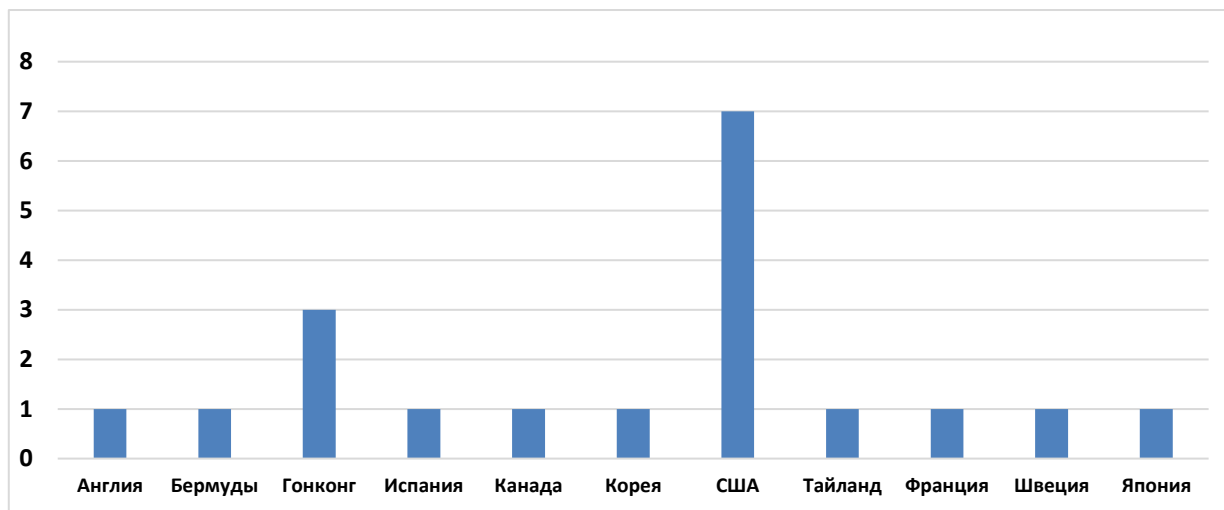


Рисунок 3 – МГЦ, открытые в период с 1960-х по 1980-е годы

Wyndham Hotels and Resorts – международная сеть, разместившая офисы на всех шести континентах, более чем в 80 странах.

Первый отель Radisson был построен в 1909 году в США. Carlson Hotels и SAS International Hotels (в настоящем Rezidor) подписали взаимовыгодное соглашение о сотрудничестве в сфере продвижения бренда Radisson в Европе, а также приняли к исполнению проект развития предприятий бренда на Ближнем Востоке. С 2018 года пакет акций данного бренда принадлежит консорциуму во главе с Jin Jiang.

AccorHotels – крупнейшая в Европе французская гостиничная компания и шестая по величине в мире, основана в 1967 году [2].

Анализ показывает, что семь из девятнадцати новых гостиничных цепей, созданных во втором периоде развития, появились в США, три цепи образовались в Гонконге и по одной цепи выстроились в линейку в таких странах, как Испания, Корея, Франция, Япония и др.

Третья фаза развития гостиничных цепей начинается ориентировочно в середине 1990-х годов. Современными застройщиками рискуют инвесторскими вложениями, но все же внедряют идеи бутик-отелей, которые ставят желание клиента на первое место. Однако вопреки всем прогнозам именно с этим показателем бутик-отели выбираются на уровень премиум класса по роскоши и спектру предоставления сервисных услуг (табл.).

Таблица – Гостиничные цепи третьего периода развития МГЦ

Год основания	Место штаб-квартиры	Гостиничная цепь	Кол-во гостиниц
1994	Сингапур	Banyan Tree Holdings	181
1995	США	Extended Stay America	624
1996	Англия	Rocco Forte Hotels	11
1997	ОАЭ	Jumeirah	26
2001	Япония	Tokyu Hotels	49

2002	Китай	BTG Homeinn hotel group	3402
2003	Китай	Jin Jiang International	1566
2003	США	Magnuson Hotels	1274
2004	Китай	GreenTree Inns Hotel	2100
2007	Китай	China Lodging Group	3656
2008	Ирландия	Dalata Hotel Group	40
2013	Индия	OYO	12000
2016	Индия	Treebo	200
2018	Италия	The Dedic Anthology Hotels	9

Анализ показывает, что начало нового века послужило точкой отправки многим брендам, которые впоследствии развивались в довольно крупные гостиничные цепи, владеющие ориентировочно от 1000 до 3500 гостиниц различного уровня по всему миру.

XXI век ознаменован появлением МГЦ в Японии, Китае, Индии.

В 2002–2003 годах на мировой рынок выходят китайские компании BTG Homeinn hotel group и Jin Jiang International, а в 2004–2007 годах еще две корпорации Китая – GreenTree Inns Hotel и China Lodging Group поражают мировое сообщество индустрии гостеприимства своими молниеносными темпами застройки и развития. В 2010 году корпорации Китая попадают в рейтинг десяти самых крупнейших в мире [3].

Но американские компании продолжали удерживать 50 % мирового рынка гостиничной индустрии, а конкуренцию США уже составляли европейские компании, доля которых выражалась ориентировочно в 25 %.

Именно на данном этапе развития МГЦ на рынок в сфере гостеприимства вышли Африка и Латинская Америка.

Благодаря завоеванию территорий сетью Интернет в 2013 году на мировом рынке появляется индийская компания «OYO». Компания работает по договоренности с бюджетными гостиницами, сдавая номера путешественникам среднего класса через оформление заявок в приложении, которое можно легко загрузить в самый простой гаджет. На сегодняшний день OYO имеет 23000 гостиницы (330000 номеров). Это самая быстрорастущая цепь [4].

Благодаря системе стандартизации качества, предложенной США на правах первоходцев в индустрии гостевого сервиса, мировые гостиницы идентифицируются по категориям: Luxury, Upper Upscale, Upscale, Upper Midscale, Midscale, Economy.

В развитии мировой гостиничной индустрии большую роль играет Интернет и социальные сети, благодаря которым в международной всемирной паутине распространяются отзывы клиентов о деятельности гостиниц, качестве обслуживания, уровне сервиса и клиентоориентированных технологиях, обеспечиваемых различными программами лояльности.

Анализируя имеющиеся данные о развитии и распространении международных гостиничных цепей, можно сделать вывод, что международный опыт, накопленный на внутреннем рынке в первой фазе развития и становления гостиниц, играет важнейшую роль для выхода компании за пределы своей страны. В дальнейшем за счет вовлечения в туристический бизнес авиакомпаний и компаний морских перевозчиков многие МГЦ выходят на международный рынок, а затем уже через распространение в Латинской Америке продолжают расти и расширяться в мировых масштабах. С 60-х годов XX века многие бренды открывают свои объекты для отдыха в Европе. Европейские гостиницы заимствуют первые американские стандарты качества услуг и создают гостиничные цепи уже своеобразного «европейского» качества. Таким образом, спустя всего несколько десятков лет после начала развития американские сети перестают быть единственными на международном рынке. Развитие и распространение МГЦ постепенно перебирается на Ближний Восток, в страны Африки и азиатский регион. Рост международных сетей привел к необходимости стандартизации гостиничных продуктов и услуг. Договорные формы, такие как франчайзинговые и управленческие контракты, используются гостиничными сетями в качестве одного из пунктов развития стандартизации. Результатом данного развития можно назвать сегодняшнюю способность туристического оператора управлять ростом и развитием определенного направления гостевой индустрии.

стрии, одновременно удовлетворяя потребность потребителя в постоянстве качества продукции. Путешествия по всему миру стали более доступными для разнообразных слоев населения, поэтому в последние годы стала наиболее заметна тенденция развития гостиниц среднего класса, предлагающих туристские продукты достойного качества, но при этом достаточно привлекательные в финансовом плане. А развитие и продвижение информации в социальных сетях подразумевает расширение и распространение разнообразного туристического отдыха на протяжении многих лет, позволяя эволюции гостиничных цепей оставаться актуальной и важной темой в секторе гостеприимства.

Список источников

1. Сколько в мире отелей? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://nat-geo.ru/travel/skolko-v-mire-oteley/> (дата обращения 22.09.2019).
2. The Largest Hotel Chains In The World [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.worldatlas.com/articles/> (Дата обращения 30.09.2019).
3. The Routledge Handbook of Hotel Chain Management [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.routledge.com/The-Routledge-Handbook-of-Hotel-Chain-Management-1st-Edition/Ivanova-Ivanov-Magnini/p/book/> (Дата обращения 24.09.2019).
4. Бизнес на перепродаже комнат в хостеле. История индийской OYO Rooms [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.rbc.ru/own_business/ (Дата обращения 27.09.2019).

LEPENSKI VIR КАК ОБЪЕКТ ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА

Всегда целью познавательного туризма являлось желание туриста посмотреть интересные или зачастую красивые природные и культурные объекты, обрести для себя неизвестную ранее информацию об этих объектах и, конечно, посетить уникальные места, чтобы можно было с чувством глубокого удовлетворения понимать, что имеешь причастность к великим и популярным объектам. Минимальный набор ресурсов для познавательного туризма может дать любая местность, но для его массового развития требуется определенная концентрация объектов культурного наследия. В нашем случае этим критерием выступает такой памятник археологии, как Лепенский Вир.

Ключевые слова: Лепенский Вир, образовательный туризм, памятник археологии, туризм.

Always the purpose of educational tourism was the desire of a tourist to see interesting or often beautiful natural and cultural objects, to find previously unknown information about these objects, and, of course, to visit unique places so that you can understand with deep satisfaction that you are involved in the great and popular sites. Any locality can provide a minimum set of resources for educational tourism, but for its mass development a certain concentration of cultural heritage objects is required. In our case, this criterion is such a monument of archeology as Lepinsky Vir.

Keywords: Lepinsky Vir, educational tourism, monument of archeology, tourism.

*Морозова Владислава Владимировна
НИУ «Южно-Уральский государственный университет»
E-mail: morozova_vlada1@mail.ru
Научный руководитель:
Третьякова Татьяна Николаевна,
доктор педагогических наук, профессор*

Лепенский Вир – это историко-археологический памятник V–IV тысячелетия до нашей эры, обнаруженный в 60-х годах XX века при углублении и расширении русла Дуная между Румынией и Югославией (ныне Сербия) для прохода кораблей.

Чтобы исследовать небольшое поселение, относящееся к раннему каменному веку, в 1965 году были начаты археологические раскопки на низкой дунайской террасе около Лепенского Вира. В тот момент никто не подозревал, что это место, расположенное в бездне Джердап, когда-то было центром одной из самых сложных и сверкающих культур предыстории. Это стало ясно только в 1967 году. Ниже населенных пунктов первых фермеров и скотоводов с периода 5300–4800 лет до н. э. обнаружены памятники, которые удивили весь мир.

Было найдено семь крупных, последовательно возведенных поселений рыбаков, охотников и сборщиков пищи (Прото-Лепенский Вир, Лепенский Вир II): многочисленные запланированные места обитания, могилы, документирующие странные похоронные ритуалы, изобилие мастерски построенных каменных орудий, кости и рога, различные украшения, выгравированные на письмах таблички и монументальные каменные скульптуры. Считается, что все эти находки относятся к 5300 годам до н. э., а это значит, что рыбацкие и охотничьи сообщества, населявшие террасу возле Лепенского Вира, первыми в Европе установили сложные экономические и социальные отношения, первыми осознали архитектуру своего стиля и первыми стали моделировать монументальные скульптуры из гигантской гальки.

Таким образом, Лепенский Вир появился на археологической карте Европы как чрезвычайно важный, но и довольно обособленный культурный центр.

Археологический материал, найденный в этих поселениях, показал, что Лепенский Вир следует рассматривать как центр уникальной и долговременной культуры, которая сегодня по праву упоминается в археологической науке как культура Лепенского Вира.

Лепинский Вир благодаря комплексу ресурсов и артефактов является крупным объектом познавательного туризма, поскольку удовлетворяет потребность туриста в освоении, изучении интересных мест, поскольку обладает неизвестной ранее информацией о Лепенском Вире и, конечно, способствует туристской мотивации к посещению этого уникального места.

Колыбелью культуры Лепенского Вира является Джердап, а его создателями являются потомки древнего европейского населения каменного века. К концу ледникового периода общины этого населения также поселились в пещерах Джердап и жили там примерно до 7000 г. до н. э., когда общий климат стал более выраженным.

Эта новая система формировалась постепенно, а вместе с ней и культура Лепенского Вира. Помимо фактора изоляции, на окончательное формирование этой культуры решающее влияние оказал рост населения, то есть количественное увеличение человеческих сообществ. Это ясно показывает структуру всех поселений, которые были обнаружены на Лепенском Вире.

Исходя из числа мест обитания и могил в самом старом поселении (протоэпенический Вир), можно смело сделать вывод, что сообщество, которое в нем проживало, состояло из трех-четырёх биологических семейств, т. е. не более двадцати членов. Это число соответствует как размеру жилой площади и доступной местности, так и традиционному образу жизни.

Небольшое число общин, ограниченное общение и сокращение экономически эксплуатируемой территории до ближайших окрестностей поселения обязательно устанавливают экономические и социальные отношения, основанные на участии всех взрослых членов общества в работе и использовании товаров, равных обязанностях и одинаковых правах, на солидарности. Поэтому структура обоих населенных пунктов все еще нечеткая [1, с. 4–5].

Поселение следующего этапа – «Лепенский Вир Иа» – дает совершенно иную картину экономической и социальной жизни. Это поселение состояло примерно из ста жителей. Это число больше не соответствует размеру местности, на которой оно проживает, и значительно превышает количество членов в традиционных охотничьих сообществах.

Увеличение размера первичного сообщества сопровождалось серией новых явлений. Среды обитания больше не строятся произвольно, а строятся в соответствии с установленным образцом. Их основания точно расположены и всегда имеют форму зубчатого круглого сечения под углом 60 градусов. В центре этого поселения находились просторная площадь и большой дом, а места обитания вокруг них были расположены рядами. С этого времени умершие были похоронены за пределами населенного пункта.

Только люди, чаще всего мужчины и женщины, достигшие совершеннолетия, похоронены в квадрате или за прямоугольными очагами, которые всегда построены из больших и тяжелых каменных блоков.

Разделение поселений на две части, которое наблюдается в структуре поселений Лепенский Вир и Лепенский Вир II, также актуально для изучения экономики и общества. Основываясь на многочисленных этнологических параллелях, считается, что это подразделение поселения отражает общую структуру с двойным подразделением. Двойственная организация обычно включает в себя все еще социальные разногласия, но о них ничего нельзя сказать, основываясь на археологических находках. Только площадь, которая существует во всех этих поселениях, может быть интерпретирована как место, где проводились различные ритуалы, которые объединяли все части сообщества в целом.

Поэтому в культуре Лепенского Вира своеобразный способ ведения бизнеса сопровождается особой религиозно-магической практикой и сопутствующим искусством.

Чтобы все элементы общества функционировали должным образом, необходимо, чтобы каждый человек и каждый сегмент общества выполняли свои обязанности в определенное время и ожидаемым образом. Это может быть достигнуто только ограничительными методами или каким-либо авторитетом. На основании археологических документов предполагается, что в культуре Лепенского Вира эта власть была религией.

Культурные и многочисленные сакральные объекты были обнаружены в поселках Лепенский Вир, которые служат ему для того, чтобы данный археологический памятник мог называться объектом познавательного туризма. В нем есть все, что привлекает туристов в этой области [2, с. 221–237].

Монументальные каменные скульптуры, которые были обнаружены во многих домашних святынях, являются иконографической иллюстрацией сложного мифа. Установленные из поколения в поколение домашними каминами, эти гигантские скульптуры из гальки – чаще всего по образцу человеческих голов, рыб, оленей или загадочных арабесок – предназначались для всех членов священного сообщества, которые открывали им великие истины о мире и определяли поведение в повседневной жизни.

Размещая гальку вдоль очага, эти элементы соединяются огнем, а через него – жаром и светом солнца. Основные мотивы, отображаемые на камешках, – основные черты существующего мифа. Основными элементами этого мифа являются символы для основных элементов непродуцирующей экономики (вода, камень, огонь, рыба, дичь).

Таким образом, эти скульптуры и этот миф постоянно играли роль в обеспечении безопасности всех сообществ, как социальных, так и экономических, и препятствовали этому [3, с. 9–11].

Повседневная жизнь жителей Лепенского Вира состояла из многочисленных и разнообразных мероприятий, направленных как на удовлетворение экономических потребностей (поиск сырья, разработка инструментов для выполнения различных работ), так и связанных с коммунальными праздниками и церемониями.

Многочисленные и разнообразные изделия из камня и кости можно классифицировать по функциям на оружие для охоты и рыбалки (ножички, удочки, поршни), инструменты для домашней работы (ножи, топоры, палки, зубила) и инструменты для работы на природе (топоры, мотыги, рала).

Особым интересом пользуются скульптуры и различные сооружения Лепенского Вира, которые являются объектами культурного показа для туристских групп и экскурсий.

Во время строительства поселения Лепенский Вир Иб началось моделирование скульптур, воздвигнутых в среде обитания, прямо за очагом, где вместе с каменными «столами» и алтарем образовались небольшие святыни. С этого момента скульптуры становятся неотъемлемой частью архитектуры, и до конца культуры Лепенского Вира они изготавливаются из одного и того же материала (крупная галька из крупномасштабного песчаника).

Фигурные скульптуры, смоделированные в натуралистическом или экспрессионистском стиле, изображают фигуру человека. По большей части только голова имеет четкую форму, и только ее основные черты: сильные выгнутые брови, уши, длинный нос и большой, широкий рот. Эти скульптуры часто возводятся в святынях.

Скульптуры Лепенского Вира являются автономным творением джердапских охотничьих и собирательных общин. Его появление, а также возникновение архитектуры, с которой оно неразрывно связано, мотивировано необходимостью превращения тесного и хаотичного жизненного пространства в средний и значимый мир. Эта скульптура построена по образцу «священного камня», гальки, которая на протяжении многих веков занимала значительное место в традиционной культуре Джердапа и всего Среднего Дуная как в повседневной жизни, так и в религиозной практике.

Отдельным аспектом познания является специфика архитектуры Лепенского Вира.

Лепенский Вир является одним из немногих археологических памятников, который позволяет отслеживать деятельность, связанную с опытом и дизайном пространства. В ходе раскопок и исследований были обнаружены 136 жилых и сакральных зданий в семи последовательных поселениях (Прото-Лепенский Вир, Лепенский Вир, Лепенский Вир II), построенных в период с 6500 до 5500 годов до н. э.

Все населенные пункты организованы одинаково. Места обитания всегда поднимаются вокруг поляны, расположенной в центре подковообразной террасы. Поэтому населенные пункты в основном имеют форму подковы и свободны, а также являются пространством, своего рода квадратом в центре [4, с. 20].

Среда обитания и построение зданий в основном всегда ориентированы на реку. Все здания легко и очень органично вырастают в рельеф местности, потому что везде применяется одна и та же схема: дома, «квадраты» и все поселения имеют форму выгравированного круглого сечения, и это только схематизированный и поэтически реалистичный контур террасы Лепенского Вира.

Эта гармония между атмосферой и архитектурными формами была достигнута благодаря мерам и пропорциям, которых нет нигде в природе. В архитектуре Лепенского Вира есть что-то чрезвычайно математическое, то есть во всех его формах ощущается присутствие конкретных длинных и определенных чисел.

Ввиду важности, которую Лепенский Вир имеет для нашей и мировой науки, в 1969 году было принято решение перенести обнаруженные остатки этого места на плато в непосредственной близости и спасти его от воды нового водохранилища. Смещение Лепенского Вира началось в 1970 году, и в том же году все найденные археологические объекты были перенесены на более высокое плато, и уже в следующем году они были размещены в новых экспозициях.

Здесь, на новом месте – примерно в 100 метрах к северо-западу от первоначального и высотой 29,5 м – была реконструирована конфигурация местности, на которой лежал Лепенский Вир, было достигнуто такое же взаимное расположение перемещаемых объектов; сохранили ту же ориентацию по отношению к сторонам света и по отношению к живописной горной цепи Трескавица на противоположной стороне Дуная.

Передача Лепенского Вира была выполнена Республиканским институтом охраны памятников культуры Сербии.

Таким образом, Лепенский Вир как объект познавательного туризма выполняет его главную цель: ознакомление с интересным и красивым природным и культурным объектом, с возможностью обретения новой, ранее неизвестной информации о Лепенском Вире и о древних городищах, он является уникальным местом, востребованным для посещения во время познавательного туризма.

Лепенский Вир можно отнести к таким видам познавательного туризма, как этнографический, религиозный и образовательный туризм.

Основой познавательного туризма является историко-культурный потенциал объекта, включающий всю социокультурную среду с традициями и обычаями, особенностями бытовой и хозяйственной деятельности. Минимальный набор ресурсов для познавательного туризма может дать любая местность, но для его массового развития требуется определенная концентрация объектов культурного наследия, среди которых можно выделить:

- памятники археологии;
- культовую и гражданскую архитектуру;
- памятники ландшафтной архитектуры;
- малые и большие исторические города;
- сельские поселения;
- музеи, театры, выставочные залы и др.;
- социокультурную инфраструктуру;
- объекты этнографии, народные промыслы и ремесла, центры прикладного искусства;
- технические комплексы и сооружения.

Проанализировав информацию об объекте Лепенский Вир, можно сказать, что он включает в себя большинство из данных критериев, поэтому у данного объекта есть большой потенциал и достаточное количество ресурсов для его массового развития как объекта познавательного туризма.

Список источников

1. Драгослав Срейнович, Лепенский Вир // 1965. – С. 201.
2. Драгослав С., Любинка Б. Искусство Лепенского Вира // 1983. – С. 221-232.
3. Аврелиан Р. Лепенский Вир – Хронология культуры Шелы Кладовой и ее интерпретация // 2001. – С. 9-11.
4. Панкович В., Мрджен М., Крмар М. Был ли Лепенский Вир древним солнцем или обсерваторией плеяд? // 2009. – С. 20.

Москаленкова Александра Сергеевна

АНАЛИЗ ОРГАНИЗАЦИИ СОБЫТИЙНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ОМСКОМ РЕГИОНЕ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

В данной статье анализируются молодежные формы проведения досуга в разных регионах России. Рассматриваются событийные мероприятия в Омской области и цели путешествий российских туристов.

Ключевые слова: событийный туризм, молодежный форум, организация деятельности, форма досуга, событийный календарь.

In this article youth forms of leisure activities in different regions of Russia are analyzed. Newsworthy events in the Omsk region and the travel purpose of the Russian tourists are considered.

Keywords: event tourism, youth forum, organization of activities, leisure activities, event calendar.

*Москаленкова Александра Сергеевна
ФГБОУ ВО «Омский государственный технический университет», г. Омск
E-mail: a.moskalenkova@yandex.ru
Научный руководитель:
Карасев Игорь Евгеньевич,
кандидат филологических наук, доцент*

Сегодня мы воспринимаем туризм как самый массовый феномен XX столетия, как одно из самых ярких явлений нашего времени, которое проникает во все сферы жизни и изменяет окружающий мир. Обширная территория и богатые природные ресурсы позволяют России с каждым годом предлагать всё больше возможностей для активного туризма. Число желающих сменить привычный пляжный и экскурсионный отдых на что-то более экстремальное неуклонно растет [2, с. 35].

Благодаря динамичной пропаганде здорового образа жизни многие люди предпочитают активный отдых. Например, активные программы с элементами спортивного туризма и ориентирования. Передвижение во время таких программ может осуществляться как пешком, так и на велосипеде, верхом на лошадях, на лыжах [1, с. 171].

Но современный рынок предъявляет новые требования к организации туристской деятельности. Таким образом, в маршрутном и стационарном туризме на первый план выходят объекты, отвечающие требованию экзотичности. Такими примерами являются следующие туристические продукты: заключение браков на льду Байкала, под водой или во время прыжка с парашютом, размещение гостиниц на деревьях (Германия), на маяках (провинция Фрисландия, Нидерланды), в винных бочках (Рюдсхайм, Германия), под водой (Ки Ларго, штат Флорида, США), проведение деловых конференций в надувном конференц-зале («Сфера», (Подмосковье)).

Освоение новых сегментов туристского рынка непосредственно связано с событиями и мероприятиями на территории дестинации, они привлекают туристов разной возрастной категории.

Для анализа молодежных мероприятий в России мы рассмотрели молодежные форумы и их программу за 2016–2018 гг. на сайтах www.russia-business.ru, www.nasha-molodezh.ru (рис.).

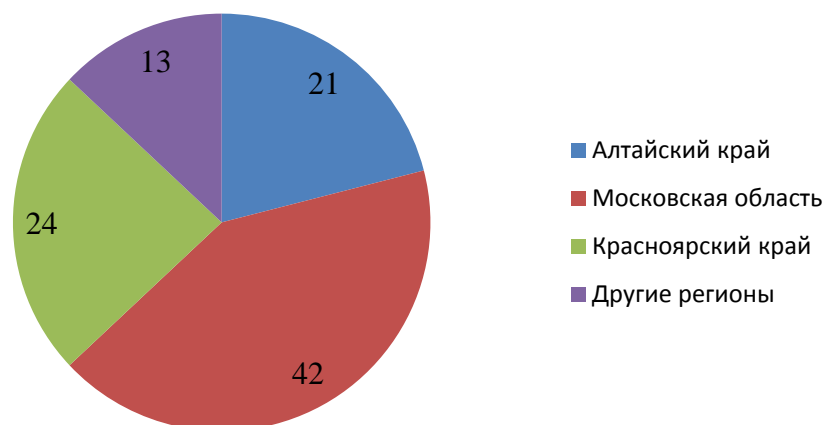


Рисунок – Количество форумов, проходящих в России, %.

Обработав информацию о 1178 мероприятиях, мы увидели, что из всех молодежных форумов в России за 2016–2018 гг. большая часть проводилась в Московской области, Алтайском и Краснодарском крае, остальные же проходили в других регионах. В Омске и Омской области прошло слишком мало молодежных форумов, самым популярным оказался «РИТМ»: по официальным данным, заявку на участие подали 450 человек.

С помощью контент-анализа интернет-ресурсов (официальных сайтов администрации города Омска и Омской области, а также организаций, реализующих какие-либо события в регионе) был проведен анализ событийных мероприятий на территории Омской области, персональные события авторами не учитывались. Мы выяснили, что Омская область обладает своим календарем событий, как оказалось, не только местного значения, но и межрегионального, всероссийского и даже международного.

Проанализировав календарь событий, мы можем сделать вывод, что большую часть событийных мероприятий проводит Министерство по делам молодежи, физической культуры и спорта Омской области. По данным сайта mdms.omskportal.ru, мы выяснили, что 77,5 % событий проходит на региональном уровне, 15 % событийных мероприятий – на всероссийском уровне и 7,5 % событий проходят на международном уровне. Проведя анализ, можно отметить, что 90 % событий связано с организованным досугом, чаще всего это спортивные мероприятия, и 10 % – это организационные события: выставки и форумы; а также мы можем сделать вывод, что события делятся как минимум на три типа.

Tradeevents – это события, организуемые для клиентов, партнеров, дилеров. К данным мероприятиям можно отнести различные презентации, конференции, светские приемы, форумы, семинары, саммиты, выставки. А именно: международная выставка высокотехнологичной техники и вооружений, всероссийская научно-практическая конференция «Методика преподавания математических и естественных дисциплин: современные проблемы и тенденции развития», международный экономический форум студентов, магистрантов и аспирантов «Инновации. Креативность. Лидерство: современные ресурсы глобальной экономики», межрегиональная научно-практическая конференция аспирантов, соискателей и молодых ученых «Методология в науках о физической культуре и спорте» [4, с. 63].

Corporateevents – это корпоративные специальные мероприятия, тимбилдинг, дни рождения руководства, сотрудников компании и самой компании, летние и зимние выездные мероприятия для сотрудников, корпоративные вечеринки для календарных и профессиональных праздников, тренинги, вручение премий и т. п. К ним относятся: мероприятия, проводимые на многих предприятиях региона для сплочения коллектива.

Specialevents – это мероприятия, проводимые компанией в целях привлечения внимания общественности к самой компании, её деятельности и продуктам. Спецсобытия призваны нарушить рутинный и привычный ход жизни в самой компании и окружающей её среде, стать

событием для целевых групп общественности. К ним относятся: Сибирский международный марафон, международный фестиваль культур «Культфест», межнациональный фестиваль «Орнамент восточной души», областной фестиваль национальных культур «Единение», фестиваль студенчества «Свободное движение», фестиваль «Огни Самайна», фестиваль социальных коммуникаций «Пора», фестиваль «HandMade – HolidayupMarket», фестиваль документального кино «Сибирь», фестиваль любительских театров «Неделя экспериментального театра», областной фестиваль путешественников, фестиваль-конкурс «Сибирь зажигает звезды», фестиваль «Солнцестояние», омский полумарафон-гандикап, мотокросс и трековые гонки на ипподроме, чемпионаты города по картингу и ВМХ-спорту, всероссийские соревнования по преодолению препятствий «Омский конкур», мемориал Виктора Блинова, сезонные игры КХЛ, рождественский полумарафон, Омский областной фестиваль сноуборда.

Все перечисленные выше события могут быть интересны как жителям Омской области и других регионов России, так и иностранным туристам [3, с. 63].

Анализ информации о молодежных, событийных мероприятиях в России показал, что Омская область не является популярным регионом для проведения такого рода деятельности, по сравнению с другими регионами России. Но в то же время обладает объемным календарем событийных мероприятий, которые традиционно проводятся в регионе и выходят на международный уровень.

Одно из самых массовых мероприятий Омской области – фестиваль «Солнцестояние», который ежегодно проводится в Муромцевском районе в деревне Окунево. Этот фестиваль привлекает не только своим «мистическим» расположением, но и предлагает обширную программу на несколько дней, тем самым вызывает интерес молодежи и не только.

Подводя итоги исследования, отметим, что анализ информации о молодежных, событийных мероприятиях в России показал, что Омская область не является популярным регионом для проведения такого рода деятельности по сравнению с другими регионами России. Но в то же время обладает объемным календарем событийных мероприятий, которые традиционно проводятся в регионе и выходят на международный уровень. Для повышения интереса у нового и постоянного потребителя для посещения дестинаций нужны новые события и мероприятия или внедрение инноваций в уже существующие.

Список источников

1. Дремина А.В. Спортивно-оздоровительный туризм как средство организации досуга у школьников / А.В. Дремина // Инновационная наука. 2017. № 2-2. С. 256.
2. Климова Т.Б. Опыт развития событийного туризма в РФ и за рубежом / Т.Б. Климова, Е.В. Вишневецкая // Научный результат. Серия «Технологии бизнеса и сервиса». 2014. №1. С. 291
3. Кравчук Т.А. Событийный туризм как фактор социально-экономического развития Омской области / Т.А. Кравчук, Д.А. Савенкова // Государственный гуманитарно-технологический университет (Орехово-Зуево). – 2015 – №1. – С. 211.

СОХРАНЕНИЕ КУЛЬТУРНОЙ САМОБЫТНОСТИ РЕГИОНОВ ПОСРЕДСТВОМ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ КАК ОСНОВА РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО И ВНЕШНЕГО ТУРИЗМА

В статье раскрыта специфика процесса сохранения культурного наследия как особой формы воплощения политики внутреннего и внешнего туризма. Определена социальная значимость сохранения культурной самобытности регионов для личности, общества и государства. Систематизированы и проанализированы объекты культурного наследия, а также потенциальный инструментарий их сбережения. Описана уникальная роль медиатизации как одного из эффективных методов ведения туристической деятельности и охранной политики, раскрыт основной функционал мультимедиа в условиях информатизации. Разработан авторский универсальный инструмент сохранения культурно-территориального достояния, интерфейс которого может быть адаптирован и под любые другие объекты национального и международного наследия, а также служит платформой для межличностной коммуникации субъектов туристической деятельности.

Ключевые слова: туристическая индустрия, культурная самобытность регионов, субъекты и объекты культурного наследия, инструментарий сохранения, медиатизация, мультимедиа, авторская интерактивная карта.

The article specificity of the process of preservation of cultural heritage as a special form of embodiment of the policy of internal and external tourism is disclosed. The social significance of maintaining the cultural identity of the regions for the individual, society and the state is determined. The objects of cultural heritage, as well as the potential tools for their conservation, are systematized and analyzed. The unique role of mediatization as one of the effective methods of conducting tourism activities and security policies is described, the main multimedia functionality in terms of informatization is disclosed. The author's universal tool for preserving the cultural and territorial heritage was developed, the interface of which can be adapted to any other objects of national and international heritage, and also serves as a platform for interpersonal communication of tourism entities.

Key words: tourism industry, cultural identity of regions, subjects and objects of cultural heritage, conservation tools, mediation, multimedia, author's interactive map.

*Николаенко Анастасия Алексеевна
Санкт-Петербургский институт (филиал)
ФГБОУ ВО «Всероссийский государственный университет юстиции
(РПА Минюста России)»
E-mail: nsides1999@gmail.com
Научный руководитель:
Самойлова Людмила Константиновна,
кандидат экономических наук, доцент*

Для любого человека определение национальной идентичности посредством погружения в историю зарождения и дальнейшего эволюционирования государства и общества, ознакомления с культурными ценностями, следования традициям имеет особое значение. Поэтому важно поддерживать живой интерес к сохранению не только материального, но и духовного достояния нации. Охраняя культурное наследие, мы защищаем в первую очередь память о нем, являющуюся не статично-механичным элементом, а динамично-созидательным: она воплощает традиции, порождает бытовые навыки и общественные институты, отражается в историческом реализме с его событийной уникальностью, сдерживает натиск хронологических и социальных перемен, и в будущем именно ее объекты рефлексированы потомками. Оберегание культурного наследия от разрушения, забвения, уничтожения необходимо для создания

эффективной системы нравственного страхования, направленной на формирование «духовной оседлости» ныне живущих и последующих поколений.

Необходимо при этом отметить, что задача сохранения культурного достояния носит более масштабный характер, и ставится она не только перед каждым индивидом в отдельности, но и выходит на общественный, государственный уровень. А в процессе защиты культурного богатства должное внимание следует уделять сохранению исторической связи между центром и периферией, поскольку культура мыслится нами как форма народного благородства, инволюция которого эквивалентна потере национальной идентичности как таковой. В связи с этим налаживание коммуникации между регионами определенным образом предотвращает акт вырождения культурно-исторической территориальной самобытности. Именно поэтому справедливо утверждать, что внешний и внутренний туризм – это платформа для межличностного взаимодействия индивидов, в рамках которого носители культур не только обмениваются уникальным опытом, результатами народного творчества, но и учатся объективно оценивать возможности закрепленной за ними территории, что, несомненно, отражается на ее развитии. Таким образом, необходимо заключить, что процесс сохранения культурного наследия не только сопряжен с туристической деятельностью как таковой, но и является одной из ключевых форм ее воплощения, стимулирующей совершенствование локального рекреационного сектора. Это обусловлено, прежде всего, тем, что именно культурные ценности, как правило, лежат в основе человеческой потребности в изучении иных бытовых и духовных реалий и соответствующей смене места своего пребывания.

Само собой разумеется, невозможно игнорировать материальный аспект, а именно факт безвозвратного исчезновения памятников, наделенных важным историческим содержанием, заключающимся в отражении заслуг, достижений поколений, что приводит и по сей день к цикличности общественного развития: развязывание войн, обострение межнациональных конфликтов, рост нетерпимости в социуме.

Резюмируя, стоит отметить, что в качестве субъектов культурного наследия в исторической динамике следует рассматривать социальные группы и отдельно взятых индивидов, а потенциальный объект (предмет) имеет двухуровневую структуру (рис. 1) [1, с. 113; 3].

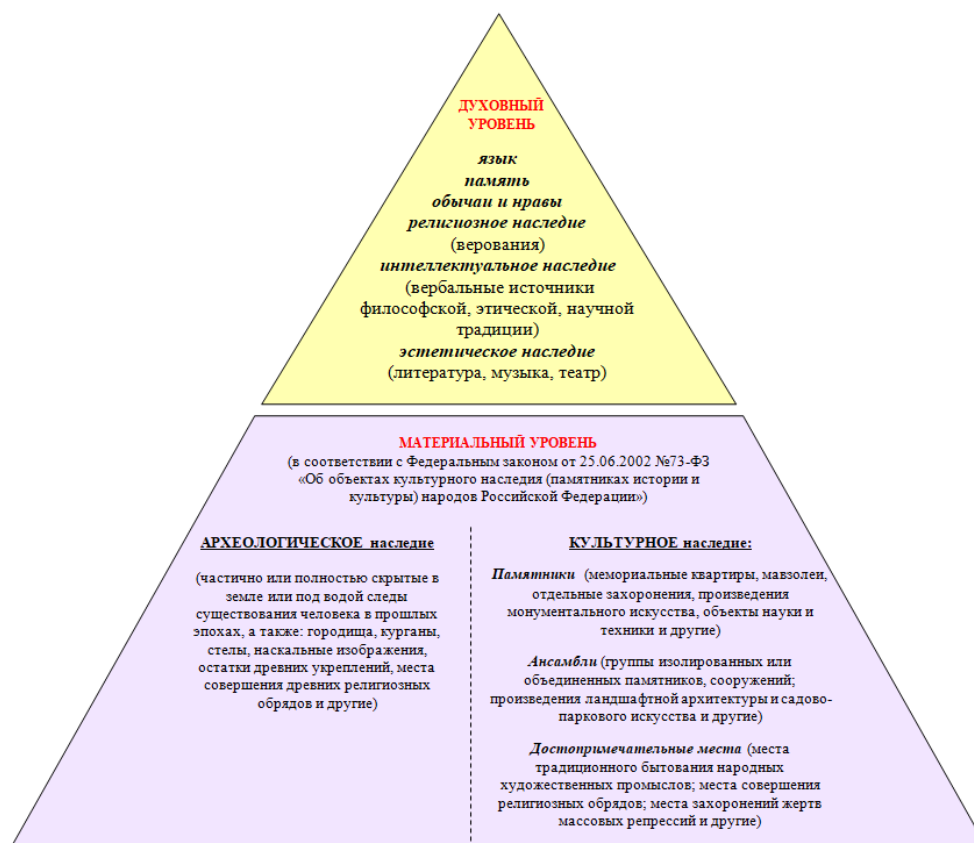


Рисунок 1 – Двухуровневая модель объекта (предмета) культурного наследия

Определившись с позицией «что сохранять?», стоит также должное внимание уделить инструментам защиты культурного достояния. Все разнообразие существующих способов, рассматриваемых с точки зрения культурно-исторической, региональной перспективы развития, можно систематизировать, как показано на рисунке 2.

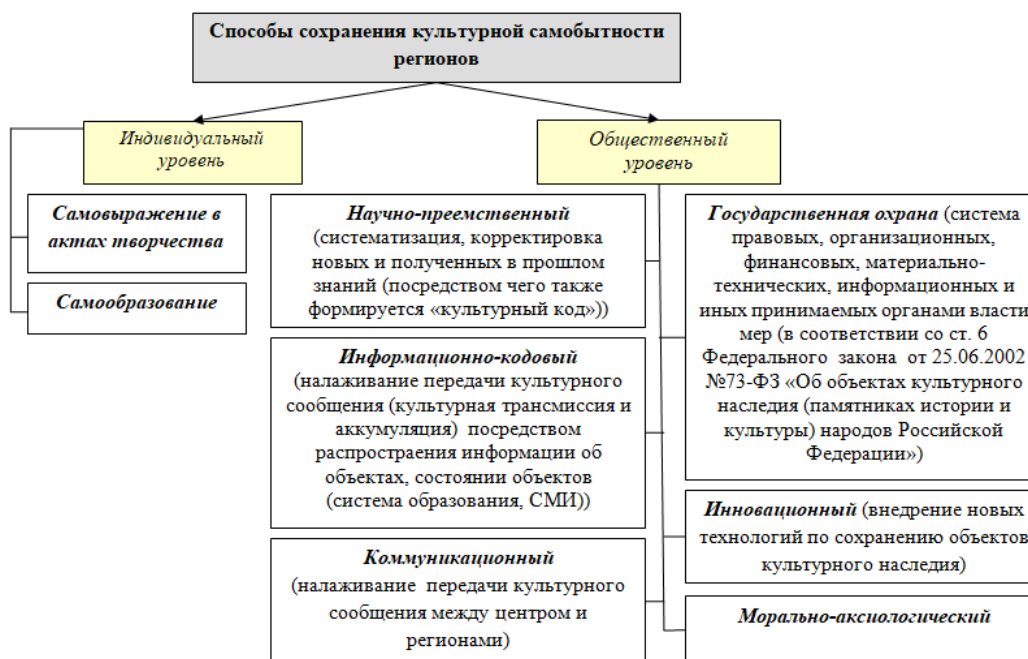


Рисунок 2 – Систематизация инструментария сохранения культурной самобытности регионов

Справедливо заметить, что туристическая индустрия на сегодняшний день претерпевает ряд существенных изменений с точки зрения внедрения в нее инновационных продуктов и программ. При этом наибольшую ценность в рамках процесса сохранения культурного богатства также имеет именно синтез актуальных для сегодняшних реалий способов (при разумном сочетании внутреннего и внешнего уровней). Однако в условиях информатизации одним из наиболее эффективных инструментов сохранения культурного наследия можно считать медиатизацию. Мультимедиа при современном уровне информатизации общества является не просто платформой для визуализации памятников культуры, а продуктивный способ преодоления и географических, и временных границ, стирание барьера между странами, центром и периферией [4, с. 3]. Мультимедиа порождает внешний диалог, способствующий привлечению новых творцов и созерцателей не только на внутренней, но и международной арене, является неоспоримым преимуществом и для совершенствования политики туризма.

Стоит заметить, что утрата культурных ценностей, традиций невосполнима, особенно если они выступают фундаментом, на котором базируется международное сотрудничество, примером олицетворения которого может служить Ганзейское движение. В регистр участников Новой Ганзы включено 16 европейских государств, 187 городов (14 из них – российские города) [2, с. 147]. Приоритетным направлением выстраивания отношений между ними является уже не только экономическая, но и культурная интеграция, способствующая сохранению самобытности регионов союза. В этой связи политика Новой Ганзы сопряжена именно с фактором развития внутреннего и внешнего туризма. Базисом культурной интеграции выступает масштабный фестиваль «Ганзейские дни нового времени», ставший площадкой для научной и туристической коммуникации.

С учетом нетривиальности рассматриваемого нами примера справедливо будет отметить, что мультимедиа действительно может выступать удобной платформой освещения информации как о традициях, так и об актуальной деятельности Ганзейского союза. По нашему мнению, одним из эффективных инструментов туристической индустрии и одновременно значимым механизмом сохранения культурной самобытности территории является создание

двухуровневой интерактивной карты, пластами которой объединены полюса истории – прошлое, настоящее и будущее (рисунок 3).

Нижний слой по своей сути представляет пользователям историческую справку об участниках союза: стратегическом статусе объекта на заданном хронологическом этапе, городском облике и быте живущих в ту пору граждан (с опорой на графические иллюстрации памятников культуры, на их языковые носители). Верхний же слой будет помогать посетителям портала в режиме «онлайн» собирать сведения о проводимых и планируемых мероприятиях союза. Данная идея может быть реализована посредством визуализации ключевых параметров ежегодного международного фестиваля *Hansetage der Neuzeit* («Ганзейские дни Нового времени») [5]: на представленном фрагменте схемы указаны все города-организаторы фестиваля с 1980 по 2039 г. Гербы призваны осуществлять функцию гиперссылок, пользователь сможет выбрать организующую сторону, близкую ему по духу или территориально удобную. Для усиления эффекта визуализации гиперссылки будут хранить память об уже прошедших мероприятиях в форме фото- и видеохроник. В довершение верхний пласт стоит наделить функцией «электронного календаря» для напоминания об актуальных событиях.

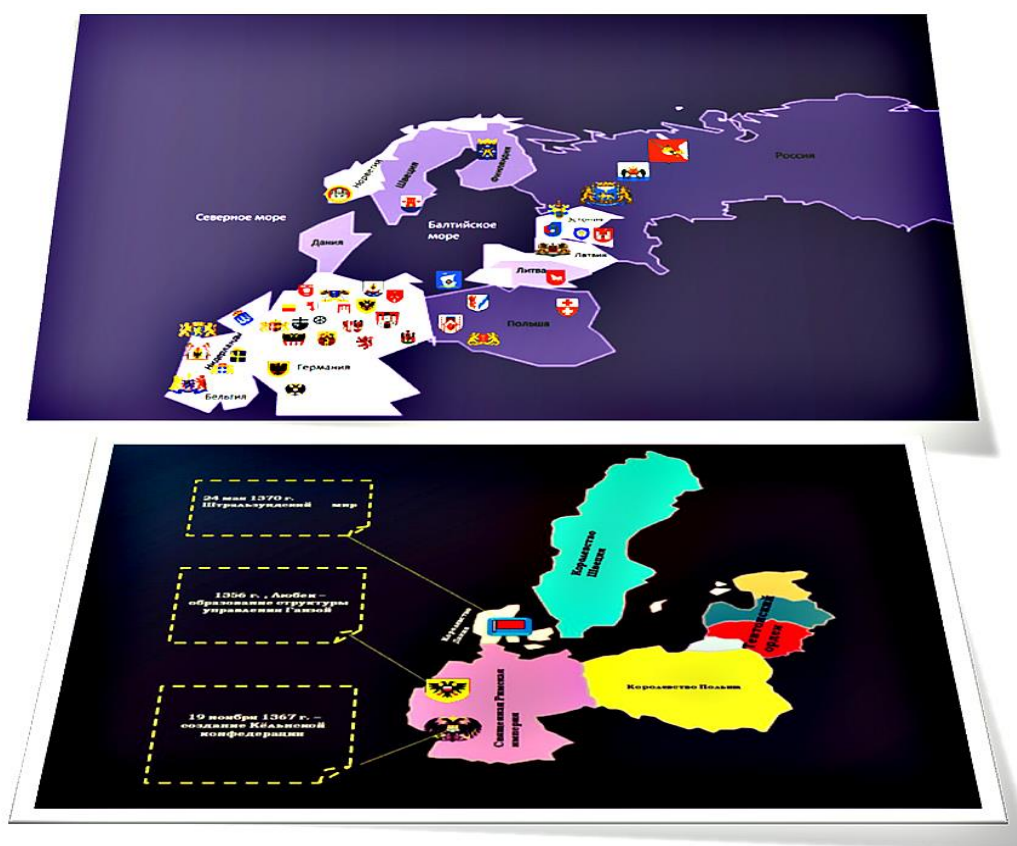


Рисунок 3 – Схематичное изображение интерактивной карты событий

Таким образом, нами предложен к использованию инструмент сохранения культурного наследия, соответствующий веяниям времени и отвечающий условиям политики внешнего и внутреннего туризма, который, на наш взгляд, имеет ряд особых преимуществ:

- объединяет совокупность сведений о прошлом, настоящем и будущем под единым интерактивно-информационным сводом;
- адаптирует под национальные и личные интересы участников внешнего и внутреннего туризма;
- облегчает процесс внешней коммуникации, что способствует информированию широкого круга субъектов туристической деятельности;

- устанавливает устойчивую связь между центром и периферией посредством хранения информации об их географических и культурных объектах на едином портале, упрощая при этом передачу культурного сообщения;
- является универсальным инструментом ознакомления с культурным наследием, то есть применим для любой территории;
- отличается изрядной мобильностью;
- делает пользователя активным участником потенциальных событий и мероприятий;
- удобен и привлекателен для широкого круга пользователей;
- позволяет привлечь внимание пользователей к актуальным проблемам, существующим в рамках решения вопроса о сохранении культурной, территориальной самобытности;
- служит цифровым «местом памяти» для хранения и свободного доступа в заданный момент времени к пласту минувших событий и изменений.

Однако основополагающей его особенностью является предоставление самой ценной для нас иллюзии – воссоздание эффекта культурно-памятной непрерывности, которая напрямую влияет на единение нации посредством изучения и осознания культурно-исторической самобытности регионов.

Список источников

1. Баева Л. В. Сохранение культурного наследия как воплощение ценности традиции // *Философия и общество*. 2012. № 1. С. 113.
2. Васильева Н. А., Косов Ю. В. Современные тренды ганзейских традиций в Балтийском регионе // *Балтийский регион*. 2017. № 2. С. 147.
3. Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации: федеральный закон от 25.06.2002 № 73-ФЗ // *Собрание законодательства РФ*. 2002. № 26. ст. 2519.
4. Пронина Л. А. Информационные технологии в сохранении культурного наследия // *Аналитика культурологии*. 2008. № 12. С. 3.
5. Сайт Ганзейского союза Нового времени // URL: <https://www.hanse.org>. (Дата обращения: 07.10.2019).

ВОЗМОЖНОСТЬ РАЗВИТИЯ КИНОТУРИЗМА В ЯРОСЛАВСКОЙ ОБЛАСТИ

В данной статье дается определение кинотуризма, рассказывается краткая история его становления, приводятся примеры развития данного вида туризма за рубежом. Рассматриваются вопросы развития кинотуризма в Ярославской области на основе имеющихся ресурсов.

Ключевые слова: кинотуризм, Ярославская область, места съемок.

This article gives the definition of cinema tourism, tells a brief history of its formation, gives examples of the development of this type of tourism abroad. The issues of the development of cinema tourism in the Yaroslavl region on the basis of available resources are considered.

Key words: film tourism, Yaroslavl region, shooting location.

*Ползюкова Виктория Викторовна, Асанова Дарья Владимировна
ФГБОУ ВО «Омский государственный технический университет»*

E-mail: wertywerty1901@mail.ru

Научный руководитель:

Карасев Игорь Евгеньевич,

кандидат филологических наук, доцент

Кинотуризм – относительно новое и активно развивающееся направление в туристической индустрии, привлекающее все большее количество поклонников кино. Кинематограф – мощное средство рекламы, которое достаточно сильно влияет на массового зрителя и является мощным толчком к возникновению новой волны спроса на страну и ее достопримечательности. Поэтому туристические фирмы разрабатывают разнообразные тематические туры по местам, где происходили съемки известных и популярных кинофильмов.

Кинотуризм – это область туристской деятельности, предлагающая продукт, основой которого являются новые впечатления в сочетании с романтическим настроением, теплыми ностальгическими воспоминаниями, хранящими отзвуки бурных страстей, приятных ощущений и еще многих десятков малейших нюансов и полутонов человеческих чувств, вызываемых удачно спланированным кинотуром [2].

Точная дата, как и временной промежуток появления такого необычного вида туризма, до сих пор не определена, так как данные, предоставляемые специалистами этой области, довольно сильно отличаются. Однако всему положило начало открытие ностальгических кафе по мотивам популярных кинолент. Rick's Cafe было одним из первых таких заведений. Оно открылось в Марокко спустя 60 лет после выхода легендарной мелодрамы «Касабланка» [3].

За рубежом кинотуризм развит достаточно сильно. По результатам исследований туристской фирмы «Welcome», каждый пятый тур предпринимается с целью увидеть места съемок популярных кинофильмов. Согласно исследованию «Tourism Competitive Intelligence», около 40 млн туристов для посещения выбирают страны, ставшие главными локациями популярных фильмов. Более 10 % туристов отмечают, что именно кинокартины становятся значимым фактором при выборе того или иного маршрута путешествий. Так, например, Великобритания, а именно Лондон, ассоциируется с писательницей Джоан Роулинг, магией, волшебством, ведь именно там были сняты легендарные и всемирно известные фильмы о Гарри Поттере [1].

Поклонники кинокартины «Властелин колец» едут в Новую Зеландию и стремятся посетить деревню хоббитов, парк Маунт Эспайринг, в котором находится волшебный лес Изенгард, национальный парк Тонгариро, известный фанатам как Мордор.

АО НК «Kazakh Tourism» пришли к выводам, что туристические стратегии некоторых стран разрабатываются с учётом симпатий фанатов кино и сериалов. Исследование Riley, Baker and van Doren выявило прямую связь между количеством посетителей отдельно взятой

страны и популярностью фильмов. Выяснилось, что после выпуска успешного фильма, в котором были запечатлены достопримечательности какой-либо страны, в течение примерно 5 лет наблюдается устойчивый рост туризма более чем на 50 %.

Согласно экспертам из Кореи, корейские сериалы внесли большой вклад в развитие туризма в этой стране. Там приток туристов, посещающих провинцию Гангвон, в 2004 году увеличился на 40 % по сравнению с предыдущим. В Новой Зеландии число посетителей к 2004 году увеличилось с 1,7 млн до 2,4 млн. Более того, экономические исследования продемонстрировали, что только благодаря первой части трилогии «Властелин колец» финансовый эффект отразился в 41 млн прибыли благодаря кинотуризму [1].

В России кинотуризм пока еще не получил широкого распространения, хотя имеются огромные перспективы его развития, а турагентства пока не уделяют должного внимания подобному виду туров. Однако интерес к различного рода мероприятиям возрастает: кинофестивалям, кинофорумам и т. п.

Многие регионы России имеют потенциал к развитию кинотуризма. Среди них можно выделить Ярославскую область, на территории которой были сняты многие известные и всеми любимые фильмы. В регионе каждый год снимают до нескольких десятков фильмов и сериалов. Места, использовавшиеся в качестве съёмочной площадки, любят посещать туристы. Руководство региона активно развивает это направление.

Все снятые в Ярославской области фильмы условно можно разделить на три группы. К первой относятся фильмы, натурные съёмки которых проходили преимущественно в Ярославле или других городах области. Их улицы и дома постоянно присутствуют в кадре и легко читаются. Это фильмы «Чистое небо», «Тридцать три», «Женщины», «12 стульев», «Афоня» и многие другие.

Вторую группу составляют фильмы, в которых есть лишь небольшие эпизоды, снятые в области: «Семь стариков и одна девушка», «Иван Васильевич меняет профессию», «Трактир на Пятницкой», «Экипаж» и т. д. Тем не менее эти эпизоды несут большую смысловую нагрузку, а места съёмок сразу узнаются.

К третьей группе можно отнести фильмы, в которых узнаваемые «ярославские планы» появляются всего несколько раз, либо съёмки проходили в местах, которые вообще невозможно узнать – в лесах и полях.

Среди всех снятых в области фильмов особой популярностью пользуются советские фильмы режиссера Леонида Гайдая. Два из известнейших и любимых народом фильма, «Иван Васильевич меняет профессию» и «Двенадцать стульев», снимались в Ярославской области.

Одна из популярных достопримечательностей Ярославской области – Ростовский кремль стала прототипом Москвы XVI века в фильме «Иван Васильевич меняет профессию». Он показан в кадрах, где Жорж Милославский и Иван Васильевич убегают от царского войска по его переходам, ратники отправляются изгонять крымского хана из святых кремлевских ворот, а герои звонят в колокола ростовской звонницы, и других.

Фильм «Двенадцать стульев» снимали в Рыбинске и левобережной части Тутаева. Рыбинск играет роль вымышленного города Старгорода. На улице Стоялой было снято большинство старгородских эпизодов фильма. В кадре появляются Волжская набережная, рыбинская каланча, перрон старого рыбинского вокзала, железнодорожный мост и Рыбинский музей-заповедник [5].

Не менее популярными и известными являются фильмы Георгия Данелии. Большая часть кинокартины «Афоня» была снята в Ярославле. В кадре постоянно присутствуют такие виды города, как храм Ильи Пророка, площадь Волкова, Вознесенские казармы, жилые кварталы Дзержинского района, а деревня Диево-Городище, куда решает вернуться Афоня, стала прототипом деревни Борщовки [4].

Еще один известный советский фильм «Тридцать три» был снят в Ростове и Ярославле. Главный герой Иван Травкин проживает в Ростове в деревянном домике на берегу озера Неро, титры фильма проходят на фоне ростовских улиц и кремля. На протяжении фильма можно увидеть и другие виды Ростова: центральные улицы, кремль, берег озера Неро, Спасо-

Яковлевский монастырь. Их можно увидеть в сценах отъезда Травкина в областной центр, в эпизоде его триумфального возвращения домой, чтобы спросить «согласия семьи» на эксперимент, в заключительных кадрах фильма и т. д.

Таким образом, кинотуризм является развивающимся направлением, которое является эффективным драйвером для развития новых продуктов: киномузеев, туров по местам съемок, а также показов уже существующих достопримечательностей, так или иначе связанных с фильмом. Ярославская область, являясь съемочной площадкой многих известных и любимых народом советских и российских фильмов, имеет большой потенциал для развития данного вида туризма.

Список источников

1. The Steppe – прогрессивный сайт о жизни, работе и увлечениях [Электронный ресурс] URL: <https://the-steppe.com/gorod/kak-strany-ispolzuyut-kino-dlya-razvitiya-turizma> (дата обращения: 13.10.2019).

2. Джанджугазова Е.А., Христов Т.Т. Кинотуризм как основа формирования перспективных туристских продуктов [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kinoturizm-kak-osnova-formirovaniya-perspektivnyh-turistskih-produktov> (дата обращения: 13.10.2019).

3. Нестерова И.А. Кинотуризм [Электронный ресурс] URL: <http://odiplom.ru/lab/kinoturizm.html> (дата обращения: 13.10.2019).

4. Туристический портал [Электронный ресурс] URL: <https://www.personalguide.ru/foreign/all/articles/kinoturizm-po-sledam-lyubimyx-geroev> (дата обращения: 13.10.2019)

5. Ярkipедия [Электронный ресурс] URL: <https://yarwiki.ru/article/323/kinosyomki-na-yaroslavskoj-zemle> (дата обращения: 13.10.2019).

СОБЫТИЙНЫЙ ТУРИЗМ КАК ФАКТОР ПРИВЛЕЧЕНИЯ ТУРИСТОВ В РЕГИОНЫ (НА ПРИМЕРЕ ХАНТЫ-МАНСИЙСКОГО АВТОНОМНОГО ОКРУГА – ЮГРЫ)

В статье рассматривается одно из популярных направлений в сфере туризма – событийный туризм. Возрастающий интерес к разного рода мероприятиям (спортивным событиям, фестивалям и праздникам) позволяет говорить о неисчерпаемости событийного туризма, который формирует положительные эмоции.

Ключевые слова: событийный туризм, мероприятия, регион, спортивные мероприятия, праздники, традиции.

The article discusses one of the most popular areas in the field of tourism – event tourism. The growing interest in various kinds of events (sporting events, festivals and holidays) allows us to talk about the inexhaustibility of event tourism, which allows you to generate positive emotions during their conduct.

Keywords: event tourism, events, region, sports events, holidays, traditions.

*Прилуцкий Максим Андреевич
ФГБОУ ВО «Нижневартовский государственный университет»
E-mail: prilutskiy_max@gmail.com
Научный руководитель:
Никифорова Алина Александровна,
кандидат культурологии, доцент*

Событийный туризм сегодня, несмотря на относительную молодость направления, достаточно сильно выделяется среди других видов туризма и обладает своей уникальностью. За непродолжительный период времени данный вид туризма приобрел небывалую популярность и подлинный интерес со стороны туристов, что позволяет говорить о его востребованности среди путешественников.

Событийный туризм – направление чрезвычайно интересное, а основная цель поездки приурочена к какому-либо событию. Уникальные туры, сочетающие в себе традиционный отдых и участие в самых зрелищных мероприятиях планеты, постепенно завоевывают все большую популярность.

Выставки техники, спортивные мероприятия, концерты известных исполнителей, шоу и мюзиклы, фестивали и ярмарки – все это находится в центре и является базисом для развития событийного туризма. Данные туры по желанию можно комбинировать со свободным времяпрепровождением. Важной особенностью событийного туризма является тот факт, что ежегодно он пополняется новыми событийными турами, которые из разовых мероприятий переходят в разряд ежегодных.

Стоит отметить, что интенсивность событийного туризма зависит не от туристического сезона, погодных условий или особенностей климата, а только от графика проведения массовых мероприятий в определенной местности [1, с. 220].

Прочное место в событийном туризме занимает спорт: огромное количество болельщиков регулярно перемещается по миру вслед за своими любимыми командами, а летние и зимние Олимпийские игры, чемпионаты мира по различным видам спорта активно создают возможности для путешествий. Прошедшие в 2014 году зимние Олимпийские игры в Сочи лишь увеличили интерес к событийному туризму в России. «Карнавальные» туры также сегодня стали крупным и стабильным сегментом событийного туризма.

Несмотря на то, что событийному туризму как сектору современной туристской отрасли начали уделять внимание совсем недавно, корни этого явления уходят вглубь веков. Необычные обычаи и традиции ещё в прошлые века способствовали привлечению в разные

уголки мира огромной массы людей. Такие обычаи, традиции, обряды, мирские и церковные праздники, коронавания, а также необычные природные явления, вызывающие перемещения большого количества людей, существуют и сегодня.

Событийный туризм сегодня стал не только перспективным и динамично развивающимся сегментом мирового туристского рынка, но и эффективным инструментом для продвижения территории.

Одним из регионов, где большое внимание уделяется развитию событийного туризма, является Ханты-Мансийский автономный округ – Югра.

Если классифицировать мероприятия, проводимые на территории округа, по тематике происходящего, то можно выделить 3 основных тематических блока, характерные для событийного туризма ХМАО-Югры [2]:

1. Национальные (или этнокультурные) праздники. Незабываемые воспоминания оставляют посещения традиционных мероприятий, выступления фольклорных коллективов, которые знакомят с творчеством коренных народов Севера: «Увас Хурамат» («Красивые узоры»), «Мойпыр Як» («Медвежья пляска»), «Мис-нэ» (лесная девушка), «Аранг Мощнэ» («Поющая сказительница»).

К ежегодным национальным праздникам коренных народов относятся: «Вороний день» (7 апреля, празднование проходит в музее под открытым небом «Торум Маа» города Ханты-Мансийска), «Праздник водяного царя Витхона» (отмечается весной, после вскрытия рек, в Березовском районе и ряде национальных сел Югры), «Праздник обласа» (июль, празднование происходит поочередно в национальных поселках Нижневартовского района), «День оленевода» (проводится в Нижневартовском и Берёзовском районах в феврале), «Медвежий праздник» (проводится как периодически (один раз в семь лет), так и по случаю удачной добычи медведя, и длится 5 ночей, если убит медведь, и 4 ночи, если убита медведица).

2. Фестивали кино, театра, музыки. Среди гостей и жителей округа традиционно привлекательными для посещения являются национальные праздники и фестивали. Например, фестиваль кинодебютов «Дух огня» был создан по инициативе режиссера Сергея Соловьева под патронатом правительства Ханты-Мансийского автономного округа – Югры и Минкультуры и начиная с 2003 года проводится ежегодно. В дни проведения «Духа огня» югорчане могут почувствовать себя непосредственными участниками кинопроизводства. Ежегодно в Ханты-Мансийск на международный кинофестиваль съезжаются актеры, режиссеры отечественного кино, а также представители зарубежного искусства. Традиционными также стали фестивали «Золотой бубен» и «Спасти и сохранить», театральные фестивали «Чайка», музыкальный фестиваль «Югра».

3. Спортивные события – соревнования по биатлону, лыжным гонкам и всемирная шахматная Олимпиада привлекают гостей со всего мира. Кроме того, данные мероприятия позволяют развивать сувенирную продукцию, столь популярную среди туристов любого возраста, с изображением спортивных соревнований.

Еще одно уникальное мероприятие, проводимое в округе, – съезд Дедов Морозов. Хотя Ханты-Мансийск, в отличие от Архангельска или Великого Устюга, не может претендовать на звание «дома Деда Мороза», но крупнейшее отечественное событие, связанное с этим сказочным персонажем, происходит именно здесь. В начале зимы сотни профессиональных актеров и любителей из разных регионов съезжаются в «нефтедобывающую столицу» России на крупнейший в стране конкурс исполнителей ролей Деда Мороза и его ледяной внучки Снегурочки.

Стоит отметить, что многие окружные события были отмечены наградами на V Всероссийской открытой ярмарке событийного туризма «Russia open Event Expo» – 2016, а именно: фестиваль искусств «60 параллель» (г. Сургут), фестиваль клубов исторической реконструкции «Гаежная застава» (г. Лангепас), региональный музейный фестиваль «Хатлые» (г. Мегион) [3]. Для проведения событийных мероприятий на территории города Ханты-Мансийска туристские компании разрабатывают событийные туры, позволяющие организованно и интересно отдыхать на территории Югры (в пример можно привести ООО «Тури-

стическая компания Югра Интур Сервис», предлагающее тур на международный фестиваль кинематографических дебютов «Дух огня») [4].

Нужно отметить, что количество жителей и гостей из других регионов, приезжающих на различные мероприятия, с каждым годом увеличивается, а традиционные ежегодные мероприятия включаются в «Календарь событий Югры» на соответствующий год.

Событийный туризм является уникальным видом туризма, так как он практически неисчерпаем по тематике проводимых мероприятий. При правильном позиционировании событий и их продвижении на туристский рынок формируются тенденции к увеличению числа туристов, посещающих мероприятия. Сегодня событийные мероприятия становятся неотъемлемой частью путешествий, формируя положительный имидж региона за его пределами.

Список источников

1. Сафонова Е.С. Событийный туризм как одно из направлений развития современного туристского рынка // Инновации. Менеджмент. Маркетинг. Туризм. – 2013.- №1. – 342 с.

2. Кормина Н.П., Рыбалова Т.В. Проектирование событийного тура в Ханты-Мансийский автономный округ – Югра: [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://tmnlib.ru:82/upload/books/СТАТИ/Kormina_Rybalova_405_2017.pdf (Дата обращения 02.11.19)

3. V Всероссийская открытая Ярмарка событийного туризма «Russia open Event Expo: [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://sobtur.com/> (Дата обращения 02.11.19)

4. Тур «Посещение Международного фестиваля кинематографических дебютов «Дух огня» / Туристическая компания «Югра Интур Сервис»: [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://xn--80aebjocbavdbjego2n.xn--p1ai/150-tur-poseshchenie-mezhdunarno-dnogo-festivalyakinematograficheskikh-debyutov-dukh-ognya> (Дата обращения 02.11.19)

Римакова Дарья Владимировна

РОЛЬ СТАТУСА ЮНЕСКО В РАЗВИТИИ КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКОГО ТУРИЗМА

Развитие человечества всегда сопровождалось повышением культурного потенциала. В статье рассмотрено влияние количества объектов ЮНЕСКО на уровень количества туристов, приехавших для культурно-исторического туризма.

Ключевые слова: ЮНЕСКО, туризм, всемирное наследие, целевая аудитория, продвижение.

The development of mankind has always been accompanied by an increase in cultural potential. The article considers the influence of the number of UNESCO sites on the level of the number of tourists who came for cultural and historical tourism.

Key words: UNESCO, tourism, world heritage, target audience, promotion.

Римакова Дарья Владимировна
ФГБОУ ВО «Омский государственный технический университет»
E-mail: Rimakova19@gmail.com
Научный руководитель:
Карасев Игорь Евгеньевич,
кандидат филологических наук, доцент

Всемирное наследие – выдающиеся культурные и природные ценности, составляющие достояние всего человечества. В ноябре 1972 года Генеральная конференция ЮНЕСКО приняла Конвенцию об охране всемирного культурного и природного наследия (вступила в силу в 1975 году, когда число государств-сторон достигло 21). Целью Конвенции является привлечение сил мирового сообщества для сохранения уникальных объектов культуры и природы. Для усиления эффективности работы Конвенции в 1976 году были организованы Комитет и Фонд всемирного наследия, а спустя два года первые культурные и природные объекты были включены в Список всемирного наследия.

Основная цель ЮНЕСКО заключается в том, чтобы содействовать укреплению мира и безопасности путем расширения сотрудничества народов в области образования, науки и культуры в интересах обеспечения всеобщего уважения, справедливости, законности и прав человека, а также основных свобод, провозглашенных в уставе Организации Объединенных Наций, для всех народов, без различия расы, пола, языка или религии.

С целью осуществления своего мандата ЮНЕСКО выполняет пять основных функций:

- проводит перспективные исследования форм образования, науки, культуры и коммуникации, необходимых в завтрашнем мире;
- проводит продвижение, передачу и обмен знаниями, опираясь, главным образом, на научные исследования, подготовку и преподавание;
- осуществляет нормативную деятельность: подготовку и принятие международных актов и обязательных к исполнению рекомендаций;
- предоставляет услуги экспертов государствам-членам для определения их политики в области развития и разработки проектов в форме технического сотрудничества;
- осуществляет обмен специализированной информацией [1].

Критерии присвоения статуса объекта ЮНЕСКО

Главная задача составления и публикации списка объектов Всемирного наследия – обновление и защита объектов, которые являются уникальными в своем роде. В целях установления объективности оценки объектов были введены критерии. Изначально (с 1978 года) существовали только критерии для объектов культурного наследия. Затем были введены критерии оценки природных объектов.

С начала 2005 года все эти критерии были сведены воедино, и теперь каждый объект Всемирного наследия имеет в своём описании хотя бы один из них:

- объект представляет собой шедевр человеческого созидательного гения;
- объект свидетельствует о значительном взаимовлиянии человеческих ценностей в данный период времени или в определённом культурном пространстве, в архитектуре или в технологиях, в монументальном искусстве, в планировке городов или создании ландшафтов;
- объект является уникальным или, по крайней мере, исключительным для культурной традиции или цивилизации, которая существует до сих пор или уже исчезла;
- объект является выдающимся примером конструкции, архитектурного или технологического ансамбля или ландшафта, которые иллюстрируют значимый период человеческой истории;
- объект является выдающимся примером человеческого традиционного сооружения, с традиционным использованием земли или моря, являясь образцом культуры (или культур) или человеческого взаимодействия с окружающей средой, особенно если она становится уязвимой из-за сильного влияния необратимых изменений;
- объект напрямую или вещественно связан с событиями или существующими традициями, с идеями, верованиями, с художественными или литературными произведениями и имеет исключительную мировую важность;
- объект представляет собой природный феномен или пространство исключительной природной красоты и эстетической важности;
- объект является выдающимся образцом главных этапов истории земли, в том числе памятником прошлого, символом происходящих геологических процессов в развитии рельефа или символом геоморфических или физиографических особенностей;
- объект является выдающимся образцом происходящих экологических или биологических процессов в эволюции и развитии земных, пресноводных, береговых и морских экосистем и растительных и животных сообществ;
- объект включает в себя наиболее важную или значительную естественную среду обитания для сохранения в ней биологического многообразия, в том числе исчезающих видов исключительной мировой ценности с точки зрения науки и охраны.

Преимущества включения территорий в Список всемирного наследия ЮНЕСКО

Конвенция об охране Всемирного культурного и природного наследия (Конвенция) представляет широкие возможности в правовом, информационном и экономическом поле, связи и контакты, развивающиеся и совершенствующиеся более трех десятилетий. Статус объекта Всемирного наследия способствует получению целого ряда преимуществ как в природоохранном контексте, так и в плане всесторонней поддержки территорий, включённых в Список всемирного наследия.

Статус объекта всемирного наследия даёт следующие преимущества:

1. Дополнительные гарантии сохранности и целостности уникальных природных комплексов.
2. Повышает престиж территорий и управляющих ими учреждений.
3. Способствует популяризации включённых в Список объектов и развитию альтернативных видов природопользования (в первую очередь, экологического туризма).
4. Обеспечивает приоритетность в привлечении финансовых средств для поддержки объектов всемирного культурного и природного наследия, в первую очередь, из Фонда всемирного наследия.
5. Способствует организации мониторинга и контроля над состоянием сохранности природных объектов.
6. Развитие альтернативного природопользования (экологического туризма, традиционных промыслов и т. п.) [2].

Таблица – Первые 20 стран по количеству объектов Всемирного наследия ЮНЕСКО [3]

Страна	Количество объектов Всемирного наследия ЮНЕСКО
Италия	53
Китай	52
Испания	46
Франция	43
Германия	41
Индия	35
Мексика	34
Великобритания	31
Россия	26
США	23
Иран	22
Бразилия	21
Япония	20
Австралия	19
Канада	18
Греция	18
Турция	16
Португалия	15
Швеция	15
Польша	14

Попробуем сравнить две страны с разным количеством объектов ЮНЕСКО на своей территории.

Рассмотрим стану под названием Италия, где количество объектов ЮНЕСКО больше 50. Она занимает пятое место по посещаемости во всем мире. Самые посещаемые города Италии – Рим, Венеция, Флоренция, Милан. 48,6 млн туристов в год приносят огромные средства в казну страны.

А теперь рассмотрим ситуацию в Болгарии, где всего 8 объектов ЮНЕСКО. Всего за этот период в 2017 году страну посетило 8425620 иностранных туристов. А только за ноябрь страну посетило 399517 человек.

Проанализировав эти данные, можно сделать вывод, что наличие большого количества объектов всемирного наследия может помочь стране, в которой они находятся, побороться за место в списке лидеров по посещаемости, ведь в современном мире целью многих людей становится увидеть как можно больше того, что создала природа и человек, увидеть что-то уникальное, для чего отлично подходят объекты, внесенные в список всемирного наследия ЮНЕСКО.

Объекты всемирного наследия приносят значительный вклад в индустрию туризма, а значит, и экономики тех стран, которые владеют ими. Объекты, которые имеют статус всемирного наследия ЮНЕСКО, действительно позволяют стране, где они находятся, стать более привлекательной для туристов.

Иметь большее количество данных объектов – следовательно, иметь большой поток туристов, а значит, и больше денег, привлеченных этой отраслью.

Список источников

1. Обзор фондов поддержки научных исследований: ЮНЕСКО [Электронный ресурс]:- Режим доступа: <https://studfiles.net/preview/2875493/page:12/> (дата обращения: 11.10.2019)
2. Информационный ресурс: <https://megabook.ru/article/%D0%A1%D0%BF%D0%B8%D1%81%D0%BE%D0%BA%20%D0%BE%D0%B1%D1%8A%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%BE%D0%B2%20%D0%92%D1%81%D0%B5%D0%BC%D0%B8%D1%80%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D0%BE%20%D0%BD%D0%B0%D1%81%D0%BB%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D1%8F%20%D0%AE%D0%9D%D0%95%D0%A1%D0%9A%D0%9E> (дата обращения: 11.10.2019)
3. Информационный ресурс: <http://www.svali.ru/index.php?index=11&ts=180413141600> (дата обращения: 11.10.2019)

АНАЛИЗ ПРЕДЛОЖЕНИЙ В РАМКАХ ЭТНОГРАФИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В ХАНТЫ-МАНСИЙСКОМ АВТОНОМНОМ ОКРУГЕ – ЮГРЕ

В данной статье производится анализ текущих предложений по этнографическому туризму в Ханты-Мансийском автономном округе – Югре. Дана оценка текущего состояния этнографического туризма, а также рекомендации по развитию данного вида туризма.

Ключевые слова: туризм, Ханты-Мансийский автономный округ, ханты, манси, туризм, этнографический туризм.

This article analyzes current proposals for ethnographic tourism in the Khanty-Mansi Autonomous Okrug. An assessment of the current state of ethnographic tourism is given, and recommendations on the development of this type of tourism are also given.

Key words: tourism, Khanty-Mansi Autonomous Okrug, Khanty, Mansi, tourism, ethnographic tourism.

Ромашов Алексей Александрович

ФГБОУ ВО «Омский государственный технический университет»

E-mail: emmisar_oracle@mail.ru

Научный руководитель:

Карасев Игорь Евгеньевич,

кандидат филологических наук, доцент

Успех развития туризма зависит не только от материально-технической базы, соответствующей общепринятым стандартам и требованиям, но и от уникальности культурного наследия. Для того чтобы регион стал популярным туристским направлением, он должен обладать особенными культурными комплексами и предлагать их на туристских рынках. В нашей стране одним из таких регионов является Ханты-Мансийский автономный округ.

Ханты-Мансийский автономный округ находится в срединной части России и Евразийского материка и является родиной двух народов – хантов и манси. Этнонимы «ханты» и «манси» образованы от самоназвания народов хантэ, кантах и манси. В качестве официальных названий они были приняты после 1917 года, а в более ранних документах хантов называли остяками, а манси – вогулами или вогуличами. Для обозначения хантов и манси как единого целого в научной литературе утвердился еще один термин – обские угры. Первая его часть указывает на основное место проживания, а вторая происходит от слова «Югра», «Югория». Так называлась в русских летописях XI–XV вв. территория на полярном Урале и в Западной Сибири, а также ее жители.

Югра является особым регионом с точки зрения возможностей развития культурно-познавательного туризма. Особенности культурного наследия территории связаны, в первую очередь, с традиционными видами деятельности коренного населения. У народов Севера весьма интересная материальная и духовная культура: они до сих пор живут по законам природы, вдалеке от технического и информационного прогресса. Народное искусство коренных жителей Югры – рыбаков, охотников, оленеводов – являет уникальную страницу в истории этносов, когда небольшой по численности народ на огромной территории западной Сибири не только не потерялся, но сумел сохранить гармонию в повседневной жизни, оберегая ее этические основания: целостность мировоззрения, разумную целесообразность источников жизни в пище, поступках, в отношениях поколений.

В автономном округе функционирует множество музеев, посвященных истории и этнографии этих народов. Для округа характерны краеведческие и этнографические музеи под открытым небом. В городе действует уникальный этнографический музей под открытым небом «Торум-Маа», где воссоздана летняя усадьба народа ханты и зимнее поселение манси. Здесь собрано более 6000 экспонатов, которые позволяют изучить быт и духовную культуру обско-угорских народов. На территории парка проводят народные гулянья: медвежьи игрища, вороны праздники и даже свадебные хантыйские обряды. Кроме того, это постоянная площадка

для выступлений фольклорных ансамблей. Музеи под открытым небом являются в настоящее время общепризнанной формой сохранения национального культурного наследия. Основной тенденцией в подходе к формированию экспозиции музеев является переход от показа отдельных уникальных построек к воссозданию целостных архитектурно-этнографических комплексов, в полной мере демонстрирующих элементы быта. Этнографический туризм в Югре привлекателен и для широкой публики, и для специалистов: этнологов, этнографов, для преподавателей соответствующих дисциплин и студентов, изучающих эти дисциплины [1].

На территории Ханты-Мансийского автономного округа есть несколько турагентств, предоставляющих этнографические экскурсии по региону, предоставляющие экскурсии в этнографические музеи, которые знакомят экскурсантов с жизнью, бытом и культурой коренных малочисленных народов Севера. Музеи представляют из себя этнографические площадки или стойбища, то есть места проживания кочующих народов. Экскурсии представляют собой посещение построек коренных народов Ханты-Мансийского автономного округа, рассказы легенд, которые рассказывает местный народ, дегустация блюд национальной кухни и знакомство с ремеслом народов Севера.

В роли продвижения данного вида туризма выступают следующие события:

- презентации на международных, российских туристских выставках и форумах, пример, туристская выставка-ярмарка «ЮграТур»;
- формирование каталогов туристских предложений для туристов, где представлены туристские программы этнографической направленности. Каталоги освещаются в средствах массовой информации и размещаются на тематическом сайте «Туризм в Югре» (www.tourism.admhmao.ru);
- ежегодное проведение Правительством Югры с 2001 года в г. Ханты-Мансийске туристской выставки-ярмарки «Югра Тур» с целью продвижения туристско-рекреационного потенциала, демонстрации и реализации туристского продукта автономного округа. Постоянными участниками выставки являются туроператоры и представители национальных общин КМНС, предоставляющие услуги по этнографическому туризму;
- включение этноплощадок в программы событийных, деловых, спортивных мероприятий, например, таких как городские фестивали;
- проведение традиционных праздников коренных малочисленных народов Севера, этнографических мероприятий. Получили статус национальных событий и включены в Национальный календарь событий России следующие этнографические мероприятия автономного округа: международные соревнования на Кубок губернатора Ханты-Мансийского автономного округа – Югры по гребле на обласах, в рамках традиционного праздника ханты и манси поклонения духу Вит Хону;
- окружной праздник коренных малочисленных народов Севера «Вороний день»;
- национальный праздник коренных малочисленных народов Севера «День оленевода»;
- сформирован и издан гастрономический каталог «Попробуй Югру на вкус», который включает блюда сибирской кухни и коренных малочисленных народов Севера [2].

Но несмотря на участие этноплощадок в различных событиях, им не хватает большей известности: реклама проводится только в местных СМИ, в Интернете информация о мероприятиях располагается на сайтах турфирмы и на сайте ХМАО-Югры. Рекомендованным способом улучшения известности и привлечения туристов в этнографические места ХМАО является реклама в социальных сетях, таких как «Вконтакте», «Одноклассники», «Инстаграм» и прочие; группах, посвященных ХМАО и городам, находящихся на его территории.

Список источников

1. Этническое путешествие в Ханты-Мансийский АО [электронный ресурс]:- Режим доступа: https://studbooks.net/1053348/kulturologiya/etnicheskaya_kultura_korenyh_narodov_severa (дата обращения: 10.10.19);

2. Доклад об исполнении Закона Ханты-Мансийского автономного округа – Югры от 28.09.2012 № 102-оз «О туризме в Ханты-Мансийском автономном округе – Югре» (далее – Закон) в 2017 году [электронный ресурс]:- Режим доступа: [https://www.dumahmao.ru/povest/povest_2006\(2\)/10/5.pdf](https://www.dumahmao.ru/povest/povest_2006(2)/10/5.pdf) (дата обращения: 08.10.19).

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА ОМСКОЙ ОБЛАСТИ

В статье рассматриваются перспективные направления развития туризма. Представлены примеры, подтверждающие перспективность. Принимаются во внимание мероприятия, имеющие отношение к перспективным видам туризма.

Ключевые слова: туризм, вид туризма, Омская область, культурный туризм, деловой туризм, гастрономический туризм.

The article deals with perspective directions of development of tourism. Examples confirming the prospects are presented. Activities related to promising types of tourism are taken into account.

Keywords: tourism, type of tourism, Omsk region, cultural tourism, business tourism, gastronomic tourism.

*Русакова Елизавета Александровна
Омский государственный технический университет
E-mail: elizabethrjam@gmail.com
Научный руководитель:
Карасев Игорь Евгеньевич,
кандидат филологических наук, доцент*

В настоящее время Омская область является регионом, активно развивающим туристскую индустрию. Несмотря на то, что Омская область занимает небольшой объем туристского рынка в силу своего местоположения, она обладает большим неиспользованным потенциалом.

В области на данный момент действует указ губернатора «Об утверждении концепции развития туристского сектора Омской области до 2025 года» [1], в соответствии с которым в Омской области утверждены следующие перспективные виды туризма:

- культурный;
- спортивный;
- деловой;
- сельский;
- социальный.

Самым популярным видом туризма является культурный туризм, который предполагает посещение исторических и культурных достопримечательностей. Сегодня туристам, посетившим Омск, предлагают непродолжительные однодневные экскурсии: «Омская крепость», «Омск многоликий», «Ачаирский монастырь» и другие. Функционируют и многодневные (до 7 дней) программы: «Просторы родного края», «Латышский венок», «Омск и тайны Муромцевского района», «По Московско-Сибирскому тракту» и другие.

Для развития событийного туризма в области существуют массовые мероприятия, некоторые имеющие многолетнюю историю проведения. Такими событиями ежегодно становятся: День города, Сибирский международный марафон, фестиваль «Пикник», фестиваль искусства и дизайна «Сибирская этника», праздник «На тракте Тюкалинском». Данный вид туризма имеет ряд таких преимуществ, как развитие межкультурных отношений и привлечение туристов вне территорий с культурными достопримечательностями.

Регион имеет определенный потенциал в развитии спортивного туризма. Стоит сказать, что в данном направлении область уже имеет опыт. Ежегодно Сибирский международный марафон и Рождественский полумарафон привлекают в город Омск большое число опытных мастеров и любителей спорта из районов области, других регионов России и зарубежья.

Активно происходит развитие делового туризма. Этому способствует развитие экономических секторов региона: сельского хозяйства, нефтегазовой промышленности, машиностроения, военно-технического комплекса [2].

Большое количество крупных международных выставок, посвященных различным отраслям экономики и сферам производства, научных конференций, ярмарок проводится в Омске. Ежегодные выставки привлекают множество российских и зарубежных специалистов в

различных сферах. В то же время в Омске действуют филиалы крупных компаний, в которые приезжают новые сотрудники или партнеры из других городов.

В Омской области сельский туризм также рассматривается как перспективное направление регионального туризма. На туристском портале «Омское Прииртышье» содержится информация о средствах размещения, расположенных в муниципальных районах Омской области. Помимо этого, появляется все больше мероприятий, тематическая направленность которых позволяет познакомиться с этническими традициями народов, проживающих в сельской местности Омской области. Значимым событием для региона является ежегодное проведение Сибирской агротехнической выставки-ярмарки, на которой демонстрируются достижения агрономии регионов России и ближнего Зарубежья.

Социальный туризм предполагает доступность путешествий для определенных категорий населения. К ним относятся в первую очередь школьники, студенты, пенсионеры, лица с ограниченными возможностями здоровья, семьи. Развитие социального туризма связано с предоставлением льгот социального характера потребителям туристских услуг на транспортное обслуживание, проживание, питание, оздоровление.

Отдельное внимание следует уделить гастротуризму. В Омской области имеются условия для развития гастрономического туризма. Стоит отметить, что в области существует несколько точек, подходящих для гастрономического тура. Так, по данным СМИ, летом 2017 года стало известно, что два района Омской области включают в гастрономическую карту России, формированием которой занимается Ростуризм и Министерство культуры РФ. Первым пунктом названо село Бобровка Тарского района, в национальный состав которого в основном входят латыши, которые готовят свои национальные блюда. Уникальное село, однако, имеет плохую транспортную доступность, что сказывается на посещаемости. Второй маршрут предполагает посещение Тюкалинского района и носит название «Молоко не в магазине», включает в себя наблюдение за тем, какой путь проходит молоко до того, как попасть на продажу, и дегустацию готовой продукции Тюкалинского маслосыркомбината.

Составляя гастрономическую карту региона, нельзя не упомянуть и Азовский район. Азовский районный историко-краеведческий музей предлагает готовую программу «Гастрономический тур «Mit Liebe aus Asowo». Тур включает в себя посещение села Александровка с мастер-классом по изготовлению немецких вафель и их дегустацией, посещение села Азово с дегустацией напитков и национальных блюд на местной пивоварне, а также посещение мясной лавки для приобретения продукции местных производителей. Программа предполагает также этнокультурную составляющую с посещением историко-краеведческого музея [3].

Весной 2018 года Туристский информационный центр Омска составил гастрономическую экскурсию под названием «Ты же лопнешь, деточка!», которая проходит по центральным заведениям общественного питания и рассказывает не только о самих заведениях, но и об истории зданий, в которых они расположены. Экскурсия вошла в состав Первого фестиваля гастрономических экскурсий «#ГастротурОмск», проходившего в сентябре прошлого года и была отмечена как популярная среди участников фестиваля.

Таким образом, в настоящий момент можно говорить о положительной динамике развития туризма в регионе. Несмотря на то, что Омская область не выделяется среди регионов, привлекающих большие туристические потоки, она имеет значительный потенциал сразу в нескольких туристских направлениях. С точки зрения, к примеру, делового туризма область не уступает другим крупным городам Сибирского федерального округа, а учитывая темпы развития событийного туризма, может стать лидером. Привлекательными для туристов становятся туры в сельскую местность и гастрономические туры благодаря их специфичности и новизне. В целом число перспективных направлений, при стабильном развитии экономики, может увеличиться, но и сейчас у области есть планы на будущее.

Список источников

1. Об утверждении концепции развития туристского сектора Омской области до 2025 года. [Электронный ресурс]. URL: <http://docs.cntd.ru/document/432998237> (Дата обращения: 21.10.2019)
2. Перспективы развития делового туризма в Омской области. [Электронный ресурс]. URL: <http://infotransport.ru/articles.php?id=78> (Дата обращения: 23.10.2019)
3. Путешествие для гурмана [Электронный ресурс]. URL: <https://rg.ru/2018/02/01/reg-sibfo/v-omske-zapustiat-gastronomicheskie-voiazhi.htm> (Дата обращения: 20.10.2019)

АНАЛИЗ КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА БОЛЬШЕРЕЧЕНСКОГО РАЙОНА ОМСКОЙ ОБЛАСТИ

В работе представлен анализ культурно-познавательного туризма Большереченского района Омской области. Целью исследования является характеристика основных культурно-исторических объектов и определение их как основы для развития данного вида туризма в регионе. Актуальность темы исследования обусловлена ростом потребности населения в туристских услугах. В статье рассмотрены основные памятники, исторические здания и сооружения, музеи и музеи-заповедники.

Ключевые слова: региональный туризм, внутренний туризм, культурно-познавательный туризм, культурно-историческое наследие.

The paper presents the analysis of cultural and educational tourism of Bolsherechensky district of Omsk region. The aim of the study is to characterize the main cultural and historical sites and determine them as the basis for the development of this type of tourism in the region. The relevance of the research topic is due to the growing needs of the population in tourist services. The article deals with the main monuments, historical buildings and structures, museums and museums-reserves.

Keywords: regional tourism, domestic tourism, cultural and educational tourism, cultural and historical heritage.

Самохвалова Ольга Васильевна

Омский государственный технический университет

E-mail: OlgaSam2012@yandex.ru

Научный руководитель:

Карасев Игорь Евгеньевич,

кандидат филологических наук, доцент

Культурно-познавательный туризм – это наиболее известный и массовый вид туризма, целью которого является приобщение к культурно-историческим ценностям, художественному наследию посещаемого места [1, стр. 11].

По оценкам специалистов, Омский регион обладает обширным туристическим потенциалом. Так, одним из наиболее популярных районов туристского притяжения является Большереченский район, расположенный на востоке центральной части области. Расстояние до областного центра составляет 200 км. Согласно статистическим данным, к концу 2018 г. район посетило около 170 тыс. туристов.

На территории Большереченского района располагается большое количество объектов культурного и исторического наследия, природно-заповедного фонда и музеев. Более 120-ти археологических памятников находятся под охраной государства [4].

Одним из самых популярных объектов культурно-познавательного туризма является историко-культурный музей-заповедник «Старина Сибирская». Музей под открытым небом привлекает туристов возможностью непосредственного знакомства с историей, культурной, архитектурой, промыслами и природой Омского региона.

В состав музея-заповедника входят Большереченский краеведческий музей, где можно познакомиться с предметами археологии, палеонтологии, этнографии. В фонд входит более 20000 единиц музейного показа. Этот музей был создан в 1959 г. В основу его фондов положена личная коллекция писателя и краеведа В. С. Антошина.

Картинная галерея, являющаяся неотъемлемой частью музея-заповедника «Старина Сибирская», представляет собой хранилище произведений искусства таких народных художников России, как А. Н. Либеров, К. П. Белов, а также омских художников – А. А. Чермошенцев, В. В. Кукуйцев, Г. А. Штабнов и многие другие. В коллекции галереи сосредоточено более 300 единиц хранения. Она расположена в центре п. г. т. Большеречье, в здании 1958 г. по-

стройки. Затем, в 1986 г., это здание реконструировали, и уже 27 декабря 1986 г. картинная галерея приняла своих первых посетителей.

Архитектурно-этнографический комплекс «Старина Сибирская» состоит из 11 объектов, 5 из которых – памятники истории и архитектуры регионального значения. В этих объектах можно увидеть музейные экспозиции, представляющие традиционный быт и культуру сибирского села, здесь работают ремесленные мастерские, различные фольклорные коллективы. В настоящее время в комплексе функционирует 5 зон: «Святая Русь», «Купеческие усадьбы», «Крестьянские усадьбы», «Торговля в Сибири», «Промыслы и ремесла Омского Прииртышья».

Археологический и природный парк «Батаково», включенный в состав музея-заповедника «Старина Сибирская», является уникальным природным парком Западной Сибири. Здесь сосредоточена не только завораживающая природа, но и многие археологические памятники и находки. В парке можно познакомиться с более чем 150 археологическими памятниками различных эпох, начиная со времен каменного века и заканчивая Средневековьем. Некоторым экспонатам уже более 2000 лет [3].

Помимо увлекательной экскурсии, способной перенести туристов в другое время, в музее-заповеднике регулярно проводятся театрализованные представления, мастер-классы по ремесленному искусству и различные событийные мероприятия.

Следующим объектом культурно-познавательного туризма является Большереченский зоопарк – самый северный и единственный в России сельский зоопарк, а также один из самых ярких природных объектов, ассоциирующихся с Омским регионом. Его площадь составляет 9 га. За 2018 г. зоопарк посетило около 145 тыс. туристов, что составляет почти половину от туристского потока в Большереченский район.

Большереченский зоопарк начал свою деятельность в 1984 году благодаря живому уголку школы № 2. Коллекция собиралась постепенно, изначально в зоопарк приносили местных животных. Валерий Дмитриевич Соломатин, работающий председателем райисполкома, поддержал школьников и открыл полноценный зоопарк. Спустя время сельский зоопарк стал областным, а в 1987 г. – государственным. К тому времени все животные переместились уже на другую, специально оборудованную территорию. В настоящее время в зоологической коллекции насчитывается более 200 видов и более 2000 экземпляров животных со всего мира, из них 50 видов занесены в Красные книги Международного союза охраны природы и Российской Федерации. Коллекция зоопарка регулярно пополняется. В январе 2012 г. ему было присвоено имя В. Д. Соломатина [2]. В июле 2016 г. мексиканское интернет-издание «El Debate» написало статью о том, как в Большереченском зоопарке недоношенных амурских тигрят выкармливала собака.

Таким образом, Омская область, а в частности Большереченский муниципальный район, обладает высоким потенциалом в плане развития культурно-познавательного туризма. Дальнейшее развитие туризма в районе позволит увеличить туристический поток не только из соседних регионов, но и из зарубежных стран, а также будет способствовать выходу на новый уровень развития региональной туристской отрасли.

Список источников

1. Герасимова, И. Е. Организация культурно-познавательного тура для развития туризма в регионе [Электронный ресурс] / И. Е. Герасимова // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. – 2018. – № 7. – С. 11–13. – Режим доступа: <https://elibrary.ru> (Дата обращения: 14.10.2019 г.).
2. Официальный сайт Большереченского зоопарка [Электронный ресурс] / офиц. сайт. – Большеречье, 2019. – Режим доступа: <http://www.bolzoo.ru> (Дата обращения: 14.10.2019 г.).
3. Официальный сайт Омского государственного историко-культурного музея-заповедника «Старина Сибирская» [Электронный ресурс] / офиц. сайт. – Большеречье, 2019. – Режим доступа: <https://starinasib.ru> (Дата обращения: 14.10.2019 г.).
4. Туристский информационный центр Омской области ТИЦ [Электронный ресурс] / офиц. сайт. – Омск, 2019 – Режим доступа: <http://www.omsk-turinfo.com> (Дата обращения: 14.10.2019 г.).

РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА НА КУРИЛЬСКИХ ОСТРОВАХ

В данной статье рассмотрены перспективы развития туризма на Курильских островах, их особенности и далее на примере острова Кунашир описываются предложения по развитию туризма на данных территориях.

Ключевые слова: Курильские острова, Курилы, туризм, перспективы, природа, вулканы, термальные источники, экскурсии, архипелаг, первозданность, достопримечательность, остров, Кунашир, Край Света.

This article discusses the prospects for the development of tourism in the Kuril Islands, their features and further on the example of the Kunashir island describes the proposals for the development of tourism in these territories.

Keywords: Kuril Islands, Kuril Islands, tourism, prospects, nature, volcanoes, thermal springs, excursions, archipelago, pristine nature, tourist attraction, island, Kunashir, World's End.

*Скокодубова Виктория Геннадьевна, Подобина Валерия Александровна
Омский государственный технический университет
E-mail: skokodubova@mail.ru, leta.lera46@gmail.com
Научный руководитель:
Карасев Игорь Евгеньевич,
кандидат филологических наук, доцент*

Удивительный регион – Сахалин. Здесь переплелась русская и японская культуры. Жемчужина Сахалинского края – Курильские острова, которые наполнены неповторимыми ландшафтами с причудливыми скалами, дымящимися вулканами, зарослями бамбука, пятиметровыми травами, контрастами растительности.

Данная территория прекрасно подходит для развития активного экологического туризма, самобытного отдыха с интересными экскурсиями.

Курилы – это огромный архипелаг, который состоит из трех десятков крупных и множества мелких островов, общей протяженностью 1200 километров.

Остров довольно экстремальный: тут часты тайфуны, землетрясения, цунами, в регионе почти 40 действующих вулканов. Климат тут значительно мягче, чем на Сахалине.

На Курильских островах зима продолжительная, с малым числом солнечных дней. Лето прохладное, туманное и пасмурное, со средней температурой в августе +16 градусов. Тем не менее, здешний загар славится тем, что держится он гораздо дольше, чем загар южных курортов [1].

Красоты Курильских островов пользуются популярностью у людей творческих, утверждающих, что здешние ландшафты – источник вдохновения. Основная визитная карточка Курил – вулканы. Потухшие и действующие, они привлекают абсолютно всех туристов как потрясающее, величественное зрелище. Помимо вулканов, тут роскошные водопады, величественные озера, бурные реки, горячие родники-гейзеры, уникальный мир флоры и фауны, которые сочетают в себе уникальность Исландии и Фарерских островов.

В последние пять лет поток туристов на остров увеличился в 1,5 раза, что непосредственно указывает на появившийся туристический интерес к данной территории [1].

Курильские острова идеально подходят для организации обзорных и круизных туров. Приграничная территория Курильских островов требует разрешения на пребывание здесь туристов. Жители Японии – частые гости региона, с удовольствием будут пребывать на огромных и первозданных территориях. Исходя из последних исследований, стоит отметить то, что российские туристы только начинают открывать для себя Курилы. Путешествие сюда – как в неведомые земли, словно на край света, будет насыщено необычными, нередко экзотическими впечатлениями.

Прекрасная возможность для туристов, прибывших издалека – посетить хотя бы 2-3 острова из архипелага. Во время навигации это потенциально возможно, главное, чтобы путешествие совпало с расписанием пароходов. В Курильской гряде Шикатан, Кунашир, Итуруп часто называются наиболее красивыми и гостеприимными островами. Следует обратить внимание на данную ситуацию и создать необходимые условия для того, чтобы у туристов была возможность посещать архипелаги как можно чаще. Для этого следует построить порт.

Популярные достопримечательности архипелага многочисленны. Это и ручей Удачный, и крупнейший в России водопад с названием Илья Муромец (высота падения потока – 140 метров). Путешественников привлекают термальные источники, вулканы Чикурачки, Фусса, Алаид Эбеко и многие другие. Для интересующихся историей здешняя земля расскажет о тайнах прошлого, например, о Курильском десанте (1945 г.).

Перспективным для развития туризма на Курильских островах является остров Кунашир, где уже на сегодняшний день существует инфраструктура: дороги, аэропорт. До острова Кунашира проще всего добраться с материковой части.

Большая часть территории Кунашира является заповедником. Достопримечательности, которые в большей степени привлекают туристов на остров – это, безусловно, действующие вулканы и все, что с ними связано: гейзеры, фумаролы, пейзажи с дымящимися вершинами, а также полезные для здоровья каждого термальные источники [2].

Из-за особых климатических условий на острове Кунашир необходимо развитие благоустроенных термальных источников, которые требуют средств и специалистов в данной сфере рекреационных услуг. Это отличный способ согреться и восстановить физические и эмоциональные силы после увлекательных путешествий по острову. Кроме оздоровительно-рекреационных качеств, термальные источники обладают эстетической привлекательностью. На Краю Света среди вулканов и дикой природы турист ощущает всю красоту и нетронутость острова, расслабляясь в теплых, бурлящих термальных водах [3].

Большая часть территории Кунашира является заповедником. Отдых на Кунашире – это возможность побывать в разных природных зонах, где рядом с лианами произрастает бамбук выше человеческого роста, а кедровые соседствуют с каменными березами. Идеально было бы развивать пеший туризм, который отлично подойдет для знакомства с флорой и фауной острова, а также позволит насладиться первозданной природой, вдохнуть чистый воздух полной грудью [1].

Море, хоть и холодное, но все же привлекает людей, живущих вдали от него, для местных жителей морская прогулка тоже будет очень интересна. В перспективе организовать экскурсию, во время которой можно увидеть огромных китов и дельфинов, ныряющих и следующих рядом с судном, обитателей океана, среди которых можно увидеть нерпу и крабов, кальмаров, морских звезд.

Конечно, отправляясь в такое приключение, туристам необходима безопасность и комфортные условия, а это предполагает наличие специального судна сравнительно небольшого размера, чтобы подойти ближе к берегу, но при этом с минимальными удобствами (туалет, спальные места, кухня, кают-компания). К сожалению, остров не владеет такими суднами.

Наблюдение за животными на берегу также могло бы заинтересовать курильских туристов: нерест лососей, тюлени, лисы, птицы и даже бурый медведь – это можно организовать при наличии некоторых вложений в обустройство лесных домиков и смотровых вышек. Плотность обитателей животного мира здесь достаточно велика.

В настоящее время обретает популярность отдых вдали от современных курортов с их многоголосием и суетой. Необычный, благотворный отдых в единении с живой природой предлагает остров Кунашир. Чтобы туристы могли полностью насладиться отдыхом, нужно создать недостающие комфортные условия для проживания на острове. Идеальным вариантом для места размещения будет небольшая туристическая деревня со всей необходимой инфраструктурой в виде гостевых домов, магазинов, аптек, столовых, кафе, сувенирные лавки. Гостевые дома, которые будут принимать туристов, должны сочетать в себе скандинавский стиль и русский дух.

На острове Кунашир можно организовать туры 4-х часовые, одно-, трех-, 8-10-дневные с дальнейшим посещением остальных островов, ведь остров имеет удачное расположение для старта тура. В такую программу могут войти: экскурсия, пикник или питание в ресторане, отдых на побережье, морские прогулки, походы, восхождения, рыбалка. В стоимость готового тура будет входить: трансфер, пропуск в Погранзону, медицинское страхование, путевка-пропуск на территорию природных парков.

Невероятный интерес у курильских туристов может вызвать рыбалка с дальнейшим приготовлением блюд из пойманной добычи. Дополнительно или по договоренности оплачиваются услуги экскурсовода, специалиста по флоре и фауне региона, оборудование для рыбалки, непосредственно рыбалка с лодки в море. Отправляясь на Кунашир и вообще на Курильские острова, с собой обязательно нужно брать теплую и непромокаемую одежду, сапоги или другую надежную сезонную обувь (в том числе, сменную), купальный костюм, перчатки, головные уборы, средства от загара и насекомых.

Курильские острова еще не обустроены фешенебельными отелями. Здесь нет модных тусовок, ночных клубов, изысканных ресторанов. Сюда едут за мощной позитивной энергетикой, источник которой – окружающая красота и природная первозданность. Даже один день, проведенный на Краю Света, не будет напрасным. Воспоминания надолго останутся в памяти.

Список источников

1. Курильские острова. [Электронный ресурс]. –URL: <https://bigenc.ru/geography/text/2125419> (Дата обращения: 23.10.2019)
2. Кунашир — самый южный остров Курильского архипелага. [Электронный ресурс]. – URL: <https://turisti.guru/rossiya/kunashir-samyj-yuzhnyj-ostrov-kurilskogo-arhipelaga.html> (Дата обращения: 23.10.2019)
3. Термальные источники. [Электронный ресурс]. –URL: <https://hostingkartinok.com/news/goryachie-istochniki/> (Дата обращения: 23.10.2019)

КУЛЬТУРНЫЙ ТУРИЗМ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

В статье говорится о том, какую роль играет глобализация в развитии и сближении стран благодаря культурному туризму. Описывается культурный туризм и его значимость во взаимодействии с различными странами и народами на примере взаимосвязи Китая и России. Рассматривается сотрудничество стран, которое помогает поднять уровень образования и качество жизни жителей каждой страны.

Ключевые слова: культура, социокультура, глобализация, международный туризм.

The article talks about the role that globalization plays in the development and rapprochement of countries thanks to cultural tourism. Cultural tourism and its significance in cooperation with various countries and peoples are examined, using the relationship between China and Russia as an example. We consider the cooperation of countries, which helps to raise the level of education and quality of life of residents of each country.

Keywords: culture, social culture, globalization, international tourism.

*Третьякова Дарья Ивановна
Омский государственный технический университет
E-mail: dasja.6@mail.ru
Научный руководитель:
Карасёв Игорь Евгеньевич,
кандидат филологических наук, доцент*

Современное общество в сфере глобализации предстает перед нами в виде межкультурного взаимодействия. А туризм является одним из ярких способов взаимодействия между собой представителей различных стран и народов. Он помогает обогащению материальной и духовной культуры в обществе, а также способствует воспитанию толерантности по отношению к другим народам и повышает гражданскую культуру определённой страны.

Культура сформулирована Европейским союзом как существенный элемент в борьбе против социальной изоляции. Она все больше выступает в роли движущей силы общества, как источник жизненности, динамики и социального развития [2, стр. 276].

Наиболее характерные изменения и особенности в 21 веке были привнесены в культуру народов и их пространство в связи с историческим развитием глобализации. Автор иностранной статьи Р. Робертсон описывает этот процесс как превращение мира в «единое социокультурное пространство» [3]. Мир «сжимается», барьеры между странами и континентами разрушаются, пространство становится единым, а особые социокультурные зоны становятся международными.

В условиях глобализации турист стоит перед проблемой бесконечности выбора. Он выбирает не только из бесчисленных предложений на рынке, но и из своих собственных желаний, интересов и предпочтений [4, с. 531].

Так как в современном глобальном мире нет препятствий между странами, то без проблем можно налаживать деловые связи, развивать туризм, способствующий культурному просвещению, а также приобретать знания о мировых цивилизациях и их культуре, которая является самобытной и уникальной. Благодаря этому сформировался «глобальный поток культуры», который является общим для всех народов мира, хоть и носит этнологические, географические и культурные различия между носителями.

Глобализация включает туризм в процесс общемирового развития, поэтому происходит рост выездного туризма, который способствует сближению народов и стран, в которых они проживают. Это показывает, что туризм содержит социокультурное начало, которое в настоящее время анализируется многими учёными и считается одним из главных мотиваций по-

ездки в туристической индустрии. На изменение ценностных ориентаций человека повлияли глубокие изменения в социокультурной среде, связанные со сменой рынка производителя на рынок потребителя. Усложнилась мотивация спроса у туриста. Теперь на первое место выходят коммуникативный и образовательный аспекты туризма.

Нам необходимо разобраться, какую роль играет глобализация в развитии страны, а также изучить роль глобализации в культурном туризме. Целью исследования является выявление значимости глобализации культурного туризма в межкультурном взаимодействии. Для решения поставленной цели необходимо решить следующие задачи: изучить взаимосвязь России и Китая, их наиболее удачные взаимодействия друг с другом. Привести примеры событий, которые укрепили межличностный контакт между двумя территориями на примере стран с богатой культурной историей – России и Китая.

Чтобы лучше разобраться в культурном туризме и влиянии на него глобализации, стоит привести слова автора статьи Ван Тина о том, что культурный туризм нашего времени весьма рельефно представляет российско-китайскую платформу для соразвития. Налаживание политических и торговых связей России с Китаем повлекли за собой интерес членов общества к истории и культуре двух стран, это показало изучение многоканальной и многослойной структуры двусторонних контактов. Увлеченность традициями и обычаями способствовала развитию туристических услуг. В основе понимания данного явления общественной жизни положена организация досуга в рамках межкультурного взаимодействия [1, стр. 77].

В современном культурном пространстве туризм представляется в виде интегративной силы, способствующей познанию эстетических и нравственных ценностей других народов, а также ознакомления человека с окружающим миром и формированию у него самоопределения. Поэтому он создаёт благоприятные условия для познания истории и обычаев разных народов, а также укрепляет межкультурное общение и дружбу народов.

Ярким примером служит взаимосвязь Китая, который усиленно привлекает туристов из России. Благодаря туристскому обмену между представленными странами происходит взаимообмен компонентами культуры от одного народа к другому, национальные обычаи и традиции закрепляются в каждой из стран. Важной мотивацией туризма выступает различие между культурами, ведь именно это заставляет туристов совершать путешествия, а также знакомиться с особенностями другой цивилизации. Ничто не может заменить живого общения и впечатлений при культурном обмене.

В 2013 году была создана движущая сила под названием «Год китайского туризма в России», способствующая развитию международного туризма для представленных стран. Хорошим примером послужит, опять же, выдержка из статьи Ван Тина, в которой говорится: «В связи с этим Пекин запланировал ряд фундаментальных специфических мероприятий для русских туристов. Например, между простыми семьями из Пекина и Москвы активно применяется «туристический обмен», а это поможет городам стать популярными местами для отдыха. Известно, что в 2014 году туристы из 50 русских семей получили опыт межличностного общения с иностранцами, проживая в обычных китайских семьях в Пекине» [1, стр. 78].

Не малозначимым примером культурного международного туризма может послужить Китайский город Шанхай, где проводился фестиваль по туризму, в котором принимали участие российские группы. Здесь были представлены русские народные обычаи, что вызывает особый интерес у зарубежных туристов. В последние годы Шанхай позиционирует себя как туристический город, привлекая всё больше русских туристов. Обе страны планируют активную деятельность в распространении знаний о русском культурном наследии на международных туристических выставках. Подобные события укрепляют межличностные контакты и помогают в сближении двух стран в культурной сфере.

При обоюдном обмене опытом между Россией и Китаем для русских является главным знакомство с неповторимой культурой страны восходящего солнца и её колоритом, традиционной восточной кухней, а также с древней многотысячной историей. А для китайцев немаловажную роль играют традиционные культурные элементы России, наши сувениры и живо-

писные пейзажи. Делая вывод из вышесказанного, нужно сказать о том, что международный туризм в последнее время стал необходимым звеном при двусторонней коммуникации стран.

Благодаря глобализации «взаимодействие между народами разных цивилизаций усиливается. Это ведет к росту цивилизационного самосознания, к углублению понимания различий между цивилизациями и общности в рамках цивилизации», – утверждает С. Хантингтон [5, стр. 35].

Подводя итог сказанному, следует отметить, что туризм, особенно культурный, приобретает глобальные масштабы, и с каждым годом он вовлекает всё большее количество людей. Он способствует развитию культурного диалога между странами в глобализирующемся обществе.

Глобализация является главным фактором преобразований социальных практик культурного туризма. Сотрудничество стран в туристской индустрии является стимулом для повышения образовательного уровня, а также для повышения качества жизни жителей каждой страны.

Последствия глобализации для культурного туризма вполне оправданы. Она создает новые возможности для сближения различных стран.

Список источников

1. Ван Тин, IN SITU / Ван Тин // Туризм как способ межкультурного взаимодействия в условиях глобализации. – 2016. – № 6. – С. 75-79.

2. Петева И., Орловский государственный институт культуры как фундаментальный центр сохранения и развития отечественной культуры / И. Петева // Механизмы популяризации нематериального культурного наследия: научный и образовательный опыт. – 2017. – С.275-280.

3. Robertson R. Mapping the Global Conditim: Globalization as the general Conception // Theory, Culture, Society. – 2. – 1990.

4. Рознатовский Г.М., Современные научные исследования и разработки / Г.М. Рознатовский // Глобализация как основной тренд развития туризма. – 2018. – № 12. – С. 530-532.

5. Хантингтон С. Столкновение цивилизаций. – М.: АСТ, 2003. – 603 с.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ

В статье проанализированы основные тенденции развития туризма в Краснодарском крае. Выявлены скачки развития туристской отрасли по годам, также проанализированы проблемы туристской отрасли и предложены пути их решения.

Ключевые слова: курорт, внутренний региональный продукт, Краснодарский край, событийные мероприятия.

The article analyzes the main trends of tourism development in the Krasnodar region. The growth of the tourism industry has been detected by year, the problems of the tourism industry have also been analyzed and ways of solving these problems have been proposed.

Keywords: resort, domestic regional product, Krasnodar region, event events.

Филатова Регина Сергеевна

Омский государственный технический университет

E-mail: valyadurnova@mail.ru

Научный руководитель:

Солодовникова Юлия Ринатовна,

старший преподаватель

Омский государственный технический университет

Туризм – многогранно развитая отрасль хозяйства, в настоящее время являющаяся важнейшим стратегическим сектором в экономике многих стран, в том числе и России. Так, туризм играет значительную роль в формировании валового внутреннего продукта, создании дополнительных рабочих мест, обеспеченности занятости населения, повышении качества его жизни, а также оказывает огромное влияние на следующие ключевые отрасли экономики: транспорт и связь, строительство, сельское хозяйство, производство товаров народного потребления, таким образом выступая своеобразным катализатором экономического развития страны.

Охватывая экономику страны в целом, туризм, соответственно, оказывает влияние на отдельные регионы. Одним из таких регионов России является Краснодарский край, включающий в себя такие популярные туристические центры, как Сочи, Краснодар, Новороссийск, Анапа, Геленджик, Туапсе. Именно об этом регионе далее пойдет речь в статье. Выбор обусловлен тем, что Краснодарский край – один из самых значимых, развитых и перспективных регионов России – стал лидером в стране по прибыли от внутреннего туризма: чистый экспорт туристических услуг от внутреннего туризма в регионе за 10 месяцев 2018 года составил 60,5 млрд рублей, что равно 2,5 % ВРП – внутреннего регионального продукта. Также стоит отметить, в 2018 году курорты края приняли более 17 млн туристов.

Привлекательность Краснодарского края для туристов изначально состоит в том, что регион обладает богатым туристско-рекреационным потенциалом. Именно на наличии благоприятных климатических условий и разнообразных бальнеологических ресурсов базируется идея создания туристской инфраструктуры на территории курортов края и дальнейшего развития их как туристических центров. Используя свой потенциал, курорты Краснодарского края в настоящее время предлагают разнообразные виды туризма: пляжный, лечебно-оздоровительный, спортивный, событийный, культурно-познавательный, экскурсионный, экологический, гастрономический, горный, горнолыжный, детский и другие.

Однако невозможно развитие стольких видов туризма лишь при условии наличия уникальных туристских ресурсов – необходимо также наличие условий для их эффективного использования – инфраструктуры туристского комплекса региона, составляющими которой являются различные средства размещения, трансфер, предприятия индустрии питания и организации досуга и другие. Соответственно, туристские расходы включают оплату не только

пакетов услуг на отдых, туры, размещения, но и питания и напитков, транспорта, рекреационных, культурных и спортивных видов деятельности, а также потребительских товаров, являющихся неотъемлемым элементом путешествий. Перечисленные туристские расходы оказывают прямое влияние на экономику, формируя денежные поступления из сферы туризма в региональный бюджет Краснодарского края.

В результате исследования основных показателей развития туризма в Краснодарском крае в 2006–2014 гг. была выявлена необходимость дальнейшего улучшения состояния инфраструктуры туристского комплекса региона, повышения качества оказываемых услуг, уровня подготовки персонала, ориентации курортов Краснодарского края на иностранных туристов [1, стр. 10].

По итогу выполнения вышеупомянутых поставленных задач доходы санаторно-курортного и туристского комплекса Краснодарского края в 2014 году составили: 72,8 млрд рублей, что в сопоставимых ценах на 6 % больше, чем в 2013 году. Численность работников крупных и средних организаций курортно-туристского комплекса в 2014 году составила 49,9 тыс. человек, что на 8,7 % больше уровня 2013 года.

Фактические экономические показатели 2014 года также выше плановых значений 2016–2020 годов. Это обусловлено тем, что в 2014 году наблюдалось значительное увеличение туристического потока в Краснодарском крае, а также отмечался рост объема инвестиций в основную капитал организаций санаторно-курортного и туристского комплекса в связи со строительством олимпийских объектов.

На скачок в развитии туризма в Краснодарском крае и, как следствие, поднятие экономики региона на новый уровень главным образом повлиял событийный туризм. В связи с проведением XXII Зимних Олимпийских и XI Паралимпийских игр в 2014 г. в значительной степени была расширена и усовершенствована инфраструктура и гостиничный комплекс города-курорта Краснодарского края – Сочи. Была создана сеть спортивных и туристских объектов, а также повысился уровень обслуживания в сфере транспорта и жилищно-коммунального хозяйства. «Олимпийский Сочи» является так называемым «пилотным проектом», который задал стандарт для дальнейшего развития других российских городов и дал импульс для повышения качества жизни населения России. Однако, повлияв на развитие туристского сектора России в целом, в первую очередь старт Олимпиады задал вектор развития туристской индустрии и экономики Краснодарского края. При этом существовали риски того, что потенциал, создаваемый в период подготовки к Олимпийским играм, может оказаться избыточным для города Сочи. В таком случае созданная сверхсовременная инфраструктура, подготовленный персонал, объекты олимпийского наследия, отвечающие мировым стандартам качества, могли оказаться невостребованными и значительно понизить уровень экономики в стране, оказывая постоянную нагрузку на региональный бюджет.

«Согласно результатам проверки, доходы оргкомитета „Сочи-2014“ составили 85,4 млрд рублей. Оргкомитет увеличил сумму полученных доходов по сравнению с суммой доходов, зафиксированных в Заявочной книге города-кандидата на проведение Игр, в 2,1 раза, или на 47,6 млрд рублей», – говорится в сообщении Счетной палаты по итогам проверки по устранению нарушений, выявленных по результатам контроля эффективности использования государственных ресурсов на подготовку и проведение Олимпийских игр в Сочи. В основном увеличение произошло за счет привлечения большого количества национальных маркетинговых партнеров, сумма поступлений от которых в 3,2 раза, или на 33,6 млрд руб. превышает запланированные объемы.

Снова обращаясь к событийному туризму в Краснодарском крае, следует также выделить такое событие мирового масштаба, прошедшее на территории России в 2018 году, как Чемпионат мира по футболу.

Вклад туристической отрасли в создание дополнительного валового регионального продукта в ходе организации и проведения данного мероприятия за 2013–2018 годы в Краснодарском крае составил 72 %. Стоит отметить, что это наивысший показатель среди всех городов, принявших матчи Чемпионата мира по футболу в 2018 году, что следует из данных исследова-

ния влияния мирового турнира на экономическую, социальную и экологическую сферы России. Таким образом, Краснодарский край служит успешным примером того, как регион с уже существующей развитой туристской инфраструктурой может принимать мероприятия крупнейшего масштаба, обеспечивая ощутимый эффект от входящего туристического потока.

При этом в целом влияние ЧМ-2018 на экономику Краснодарского края составило всего 3 % – 65 млрд рублей, из которых на туризм пришлось 47 млрд рублей. Это объясняется как существенным объемом валового регионального продукта, так и высоким уровнем готовности и туристической привлекательности Краснодарского края.

Общий положительный экономический эффект Чемпионата мира по футболу для российской экономики в целом превысил отметку в 950 млрд рублей. По данным Росстата самые мощные темпы экономического роста в 2018 году показали финансовая и страховая деятельность (6,3 %), деятельность гостиниц и предприятий общественного питания (6,1 %), а также строительство (4,7 %). Такой подъем экономики России является рекордным за последние 6 лет, причем ожидаемые результаты на 2018 год значительно отличаются от фактических.

Важно также учесть, что по окончании Чемпионата мира по футболу в России Краснодарский край повторно посетили туристы из 103 стран мира. Из данной статистики следует, что созданные специально для Чемпионата мира спортивная, транспортная и другие виды инфраструктуры оказались востребованными и после окончания мероприятия, что является положительным показателем для дальнейшего развития экономики Краснодарского края.

Помимо улучшенных за прошедшие года показателей в сфере туризма, регион имеет и ряд не полностью решенных проблем и задач:

- нехватка инвестиций в благоустройство пляжных территорий и улучшение экологии курортов;
- неэффективность использования редких лечебных и туристских природных ресурсов;
- необходимость модернизации туристской инфраструктуры;
- неудовлетворительный уровень профессиональной подготовки работников санаторно-курортного и туристского комплекса;
- сезонность функционирования ряда организаций в санаторно-курортном и туристском комплексе [1].

Конкретные принципы и цели долгосрочной перспективы развития туристического сектора в Краснодарском крае четко определены и сформулированы в «Концепции развития санаторно-курортного и туристического комплекса до 2030 гг.» (далее – Концепция). Так, в данном нормативном документе Министерство курортов, туризма и олимпийского наследия (далее – Министерство) ставит следующие задачи:

«К данному сроку:

- туристический поток должен составлять 20 млн человек (+26,6 % к уровню 2016 г.);
- общее число средств – 5 тыс. (+27,2 %);
- общий объем дохода от туристических услуг – 200 млрд руб. (+77,3 % соответственно);
- поступления в региональный бюджет – 10 млрд руб. (+51,5 %)» [2].

Фактически реализовать данный план, как считает Министерство, возможно при условии постоянного увеличения ежегодных инвестиций в рассматриваемую отрасль до 30 млрд руб. к 2030 году.

Данный нормативный документ рассчитан на значительный экономический подъем Краснодарского края до 2030 года. В нем:

- проанализировано современное состояние развития санаторно-курортного и туристского комплекса Краснодарского края;
- выявлены проблемные вопросы, сдерживающие эффективное развитие санаторно-курортного и туристского комплекса Краснодарского края;
- выделены конкурентные преимущества сферы туризма в Краснодарском крае;
- определены тенденции в развитии и точки роста санаторно-курортного и туристского комплекса Краснодарского края;

– сформулированы стратегические цели, приоритеты и перспективы развития туристско-рекреационного комплекса Краснодарского края [3].

Туризм в Концепции рассматривается в первую очередь как источник доходов бюджетной системы Российской Федерации и Краснодарского края, средство повышения занятости и качества жизни населения региона, а также как средство для развития смежных отраслей в регионе.

Таким образом, обобщая все вышесказанное, стоит отметить, что Краснодарский край является ярким примером региона, состояние экономики которого напрямую зависит от сектора туризма. Из этого следует, что дальнейшее качественное и эффективное развитие туристического потенциала позволит не только поддерживать имеющийся на сегодняшний день уровень экономического развития региона, но и в значительной степени увеличить туристический поток на территорию края, обеспечив высокий рост налоговых поступлений в региональный бюджет, а также приведет к динамичному развитию смежных туризму отраслей, что существенно понизит показатель безработицы в Краснодарском крае, а также повысит уровень жизни населения региона.

Список источников

1. Климова, Н. В. Туризм в Краснодарском крае: потенциал, экономическое значение и перспективы развития / Н. В. Климова; Ю. С. Кочиева // Политематический сетевой электронный научный журнал КубГАУ. – 2014. – № 100(06). – С. 1–14.

2. Абелян, Р. В. Оценка туристического потенциала Краснодарского края / Р. В. Абелян // Молодой ученый. – 2018. – № 50. – С. 109–111. [Электронный ресурс]. – URL. <https://moluch.ru/archive/236/54892> (дата обращения 31.10.2019).

3. Концепция развития санаторно-курортного и туристского комплекса Краснодарского края до 2030 года [Электронный ресурс] – URL. <https://min.kurortkuban.ru/dokumenty/normativnye-akty/kontsepsiya-razvitiya-sanatorno-kurortnogo-i-turistskogo-kompleksa-krasnodarskogo-kraja-do-2030-god> (дата обращения 30.10.2019).

ЭКСКУРСИОННЫЙ ТУР «ЭКОЛОГО-ЭТНОГРАФИЧЕСКИЙ ЛАГЕРЬ «АРЫ-МАС»

Рассматривается организация экскурсионного тура для детей из неблагополучных семей и трудных подростков в количестве из 10 человек на самом северном лесном острове мира Ары-Мас. Эколого-этнографический лагерь будет способствовать формированию навыков для получения этнографических знаний, самостоятельности, осознанию необходимости гармонизации человека с природой и своей роли в этом. Подготовка научных кадров и молодых специалистов из числа местных ребят в области охраны окружающей среды.

Ключевые слова: Таймыр, Ары-Мас, эколого-этнографический лагерь, программа лагеря.

Organization of an excursion tour for children from dysfunctional families and difficult teenagers in an amount of 10 people on the northernmost forest island of the world Ary-Mas. Ecological and ethnographic camp will contribute to the formation of skills for obtaining ethnographic knowledge, independence, awareness of the need to harmonize man with nature and his role in this. Training of scientific personnel and young specialists from among local children in the field of environmental protection.

Key words: Taimyr, Ary-Mas, ecological and ethnographic camp, camp program.

Чарду Анастасия Афанасьевна

Томский государственный педагогический университет

E-mail: annastasijachardu@yandex.ru

Научный руководитель:

Ольга Тимофеевна Лойко,

профессор Томского государственного педагогического университета

На восточном Таймыре, в Хатангском районе Красноярского края, на берегу реки Новой (приток реки Хатанги) находится один самых северных лесов в мире – Ары-Мас. В переводе с долганского означает «лесной остров». Повсюду на земном шаре лес ограничен с севера 68-й параллелью, и только на Таймыре известен лесной массив на широте 72°30', далеко за пределами полярной границы лесов.

Ары-Мас изолирован от прихатангских редколесий полосой кустарниковых тундр. Из деревьев здесь произрастает только разновидность лиственницы Гмелина – лиственница даурская. Корни растут горизонтально, в ширину, потому что внизу – мерзлота. Отдельные деревья имеют высоту до 5–7 метров. Наблюдения за динамикой роста и лесовозобновления даурской лиственницы начались с 1969 года и продолжаются до сих пор.

В лесном массиве произрастают 306 видов сосудистых растений, 141 вид мхов, 147 видов лишайников, обитают 90 видов птиц, из которых 54 вида гнездятся, и 20 видов млекопитающих. Из хищных птиц на Ары-Масе гнездятся зимняк, дербник, кречет. К редким залетным птицам «Ары-Маса» относятся стерх, луток, американский бекасовидный веретенник, свиристель. Весной на пролете многочисленны гуси, в основном белолобые, останавливающиеся на отдых и кормежку. В стаях белолобых гусей иногда встречаются небольшие группы краснозобых и черных казарок. Кроме этого, несколько южнее находится самая северная встреча единственного на Таймыре земноводного – сибирского углозуба.

На Ары-Масе среди млекопитающих многочисленны средняя бурозубка, полевка Миддендорфа, красная полевка, полевка-экономка – таежные виды, отсутствующие или редкие в тундре, росомаха, ласка.

Вегетационный период в Ары-Масе составляет приблизительно 100 дней. Зима длится с конца сентября – начала октября до начала июня, минимальные температуры составляют -35–45 °С. Полярный день длится с конца июня до начала августа, средняя температура в

июле +12 °С, часто до +30 °С. Толщина вечной мерзлоты на территории составляет приблизительно 200 м, глубина протаивания вечной мерзлоты летом составляет 0,3–2 метра.

Ары-Мас является охраняемой территорией площадью 156,11 км². Он составляет часть ФГБУ «Заповедники Таймыра» и охраняется с 1979 года. На охраняемой территории уже на протяжении нескольких лет проводился выездной экологический тур под названием «Летний эколого-этнографический лагерь Ары-Мас».

Главной целью создания эколого-этнографического лагеря является обеспечение активного отдыха подростков в период летних каникул.

Для достижения цели поставлены следующие задачи:

- разработка и осуществление специализированной образовательной программы;
- ознакомление их с истоками и основами культуры народов Таймыра;
- приобщение школьников к основным видам хозяйственной и промысловой деятельности и создание для них возможностей получения максимального многообразия впечатлений и знаний о жизни и быте коренного населения Таймыра;
- формирование компонентов экологического сознания у школьников посредством участия в эколого-просветительских мероприятиях;
- развитие у детей любви к природе и чувства ответственности за нее;
- сохранение и популяризация культурного наследия народов Таймыра. Для участия в эколого-этнографическом лагере приглашаются учащиеся Таймырского муниципального казенного образовательного учреждения «Хатангская средняя школа № 1» (далее – ТМК ОУ «Хатангская средняя школа № 1»), Таймырского муниципального казенного образовательного учреждения «Хатангская средняя школа-интернат» в возрасте от 12 до 14 лет.

При отборе участников экспедиции приоритет отдается учащимся и воспитанникам творческих студий (классов, мастерских и т. д.) декоративно-прикладного и ремесленного направлений.

Общее руководство организацией, подготовку и проведение экспедиции осуществляет ФГБУ «Заповедники Таймыра».

Лагерь работает в полевых условиях. На протяжении 14 дней 10 подростков в возрасте от 12 до 14 лет проживают в чумах (жилище долган) на территории самого северного лесного острова мира Ары-Мас.

Организовано пятиразовое питание участников: завтрак, обед, ужин и два полдника. В меню включены и блюда традиционной кухни народов Таймыра.

Образовательная программа лагеря включает следующие комплексы:

- обучающая программа (обзорные и узкотематические экскурсии, лекции, беседы, музейные занятия и т. д.);
- практическая программа (мастер-классы, практические и тренировочные занятия, выполнение задания для самоподготовки и т. д.);
- конкурсная программа (игры, конкурсы, интеллектуальные турниры, викторины и т. д.);
- досуговая программа;
- общественно-полезный труд.

Программа лагеря содержит такие компоненты:

- знакомство с традиционной бытовой культурой;
- знакомство с традиционными ремеслами;
- знакомство с экологическими и промысловыми традициями;
- знакомство с традиционной духовной культурой;
- знакомство с традиционной кухней;
- языковой компонент;
- экологический компонент;
- физкультурно-оздоровительный компонент.

На каждом этапе мероприятий планируется фото- и видеосъемка, приглашение СМИ на итоговое мероприятие, освещение публикации о лагере в региональных печатных изданиях

(газета «Наш край», газета «Таймыр»), местных печатных изданиях (газета «Заполярная правда», газета «Заполярный вестник») и корпоративном печатном издании (газета «Заповедный Север»), размещение информации о ходе работы лагеря на сайте www.zapovedsever.ru;

– показ презентации об эколого-этнографическом лагере «Самый северный лесной остров мира Ары-Мас» в школах с/п Хатанга.

Самыми рискованными помехами в проведении экологического тура могут являться: 1) погодные условия (шторма, проливные дожди); 2) низкий уровень воды на Новой (приток реки Хатанги) – будет проведена корректировка маршрута; 3) техническая неисправность транспорта.

Самыми ожидаемыми результатами являются, в первую очередь, формирование у школьников навыков получения этнографических знаний, также приобретение навыков самостоятельности, освоение техники безопасности и навыков жизни в тундре, немаловажный результат участников лагеря – это участие в научно-практических конференциях с исследовательскими либо проектными работами под руководством сотрудников ФГБУ «Заповедники Таймыра», педагогов ТМК ОУ «Хатангская средняя школа № 1» и ТМК ОУ «Хатангская средняя школа-интернат».

Доставка участников на воздушной подушке «Марс» будет осуществляться за счет средств партнеров – ТМК ОУ «Хатангская средняя школа № 1», также они частично финансируют затраты на бензин, поэтому запрашиваются только 2 бочки бензина, 8 литров моторного масла для выезда на экскурсии в район р. Захарова Рассоха (место раскопки Хатангского мамонта) – 20 км и на оз. Богатырь-Кюэль – протяженность 3 км на моторной лодке. Лодка, мотор, и другое сопутствующее оборудование имеется в учреждении. Покупка оборудования и материалы нужны для комфортного проведения летнего эколого-этнографического лагеря. Для проведения мероприятий и научно-исследовательской работы необходимые оборудования и материалы внесены в бюджет проекта. Для отчета и дальнейшей работы в эколого-этнографической школе необходимы фото- и видеоматериалы. Для связи необходимо приобрести комплект раций нового поколения, спальные мешки и рюкзаки имеются в учреждении и частично будут предоставлены партнерами, необходимо закупить 8 двухместных палаток, 10 костюмов-дождевиков, брезент для пошива двухслойных нюков для удержания влаги, холода, ветра.

По прибытию к месту отдыха школьники примут активное участие в обустройстве лагеря и установке чума – традиционного жилища долган. Это лишь один из пунктов мероприятий 14-дневной программы пребывания на заповедной территории. Ребята после установки чума посетят ясачное зимовье, продегустируют блюда долганской кухни, приготовленные в тундре, познакомятся с растительным миром, в частности с Даурской лиственницей, и узнают, как местные жители применяют дикорастущие травы в медицинских целях, а также под руководством специалистов отдела экологического просвещения будут заниматься сбором гербария для детского садика «Лучик». Впереди у ребят беседа о птицах острова Ары-Мас во время экскурсии на озеро Богатырь-Куоль и курс выживания в дикой природе: разведение костра, ориентирование на местности с картой по компасу и по солнцу.

Помимо познавательных занятий, сотрудники заповедников Таймыра предусматривают и развлекательную программу для детей, включающую долганские подвижные игры на свежем воздухе, беседы о семейных традициях и обычаях и беседы о жителях Таймыра, принимавших участие в Великой Отечественной войне.

Работа лагеря строится на принципах частичного самообслуживания и на основе гармоничного взаимодействия в условиях воспроизводимого традиционного быта народов Таймыра.

Режим дня устанавливается в соответствии с утвержденными правилами. На площадке лагеря реализуется специально разработанная образовательная программа. Обучающая часть программы включает в себя обзорные и тематические экскурсии, лекции, беседы, музейные занятия. Практический раздел состоит из мастер-классов, практических и тренировочных занятий, заданий для самоподготовки и т. д. В досуговую часть входят конкурсы, интеллекту-

альные турниры, викторины. В лагере приветствуется общественно-полезный труд. Тема каждого дня определяется заранее.

Организаторы экологического тура считают, что знания и умения, полученные в выездном эко-лагере, помогут ребятам в получении дальнейшего образования. Возможно, через некоторое время они вернуться к нам в заповедники учеными-биологами, охотоведами, педагогами, государственными инспекторами и, сохраняя традиции предков, продолжат труд по охране и изучению уникальной природы Таймыра.

Список источников

1. Официальный сайт ФГБУ «заповедники таймыра» [электронный ресурс] дата обращения 01.11.2019 г. <http://zapovedsever.ru/news/details/kurs-vyzhivaniya-v-dikoj-prirode-projdu-t-vospitanniki-letnego-lagerya-ekologicheskij-desant-na-lesnom-ostrove-ary-mas>.

Приложение



Рисунок 1 – Заезд участников эко-лагеря



Рисунок 2 – Досуг ребят



Рисунок 3 – Эко-беседа «Растения Таймыра»



Рисунок 4 – Эко-беседа «Птицы Восточного Таймыра»



Рисунок 5 – Учения стрельбы для самозащиты в условиях тундры проводит отдел охраны Заповедников Таймыра



Рисунок 6 – Эко-беседа по ориентированию на местности в условиях тундры (карта, растения)



Рисунок 7 – Соревнование «Метание мауга»



Рисунок 8 – Экскурсия по охраняемой территории Ары-Мас

Черепанов Аркадий Владимирович

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПРИКЛЮЧЕНЧЕСКОГО ТУРИЗМА В ГОРНОМ АЛТАЕ

Статья посвящена анализу туристских предложений компаниями с точки зрения приключенческого туризма. Автор анализирует современное состояние приключенческого туризма, определяет проблемы развития и указывает возможные перспективы его развития.

Ключевые слова: Горный Алтай, приключенческий туризм, перспективы приключенческого туризма.

This article analyzes the tourist offer of the company in terms of adventure tourism. The author analyzes the current state of adventure tourism, identifies development problems and indicates possible prospects for its development.

Key words: Altai Mountains, adventure tourism, perspectives of adventure tourism.

*Черепанов Аркадий Владимирович
Омский государственный технический университет
E-mail: difrakferencia@gmail.com
Научный руководитель:
Карасев Игорь Евгеньевич,
кандидат филологических наук, доцент*

Цель нашей работы – указать возможные пути развития приключенческого туризма на территории Горного Алтая.

Республика Алтай – один из наиболее быстро развивающихся в Российской Федерации регионов в отношении туризма. На данный момент на территории Горного Алтая реализуется одновременно несколько больших туристических проектов, с расчетом на многие тысячи туристов каждый год. Но специалисты сомневаются, что данная стратегия развития туристического направления в республике Алтай соответствует действительным потребностям данного рынка. Экспертов настораживают перспектива высокого увеличения стоимости отдыха в регионе, низкое количество не только компетентных работников для обслуживания данных курортов, но и туристов.

До этого времени Республика Алтай считалась территорией в основном летнего отдыха. По данным экспертов, за год непосредственно в Горном Алтае, на месте которого располагается подавляющее количество Алтайских гор, располагается до 600 тысяч туристов. Наибольшее количество туристов прибывают в летнее время, и при этом ночует в основном на недорогих туристических базах с наименьшим количеством комфорта или в палатках вблизи Катуня [1].

На сегодняшний день существует большое количество различных проводимых экскурсионных услуг на территории Горного Алтая. Все тематические экскурсионные предложения способствуют подробному ознакомлению с природой и культурой Горного Алтая, а также позволяют насладиться его красотой и пейзажами. Благодаря существующим туроператорским компаниям любой интересующийся сможет без проблем приобрести предлагаемые экскурсионные продукты. Рассмотрим некоторые из них.

Для анализа туристских предложений были выбраны две туроператорские компании: «Алтай-Тур» и «Сто ветров». Данные туроператорские компании были выбраны потому, что они являются одними из самых крупных и популярных компаний по предоставлению туристских услуг на территории Горного Алтая. Так, на основе анализа материала вышеперечисленных туроператорских компаний были изучены следующие экскурсионные предложения.

«Алтай-Тур» предлагает:

1. Пешие туры. Пешие походы по Алтаю от компании «Алтай-тур» – это безопасные и интересные маршруты, включающие преодоление каменных склонов, заснеженных гор, лес-

ных чащ и горных рек. Поход будет способствовать поднятию настроения и предоставит массу запоминающихся фотографий.

2. Сплавы на рафтах и катамаранах. Сплав на Алтае предлагается всех категорий сложности. От реки Катунь с 1–4 до рек Аргут и Башкаус с 5–6 категорией сложности.

3. Конные походы. В компании «Алтай-Тур» имеется несколько оригинальных маршрутов различной сложности, каждый из которых включает посещение следующих уголков природы этого края: горных вершин, ледников и пещер, кристальных водопадов, рек и озер.

4. Туры на джипах и внедорожниках. Данный тур включает в себя комфортное и увлекательное путешествие. Данное путешествие предоставляет отличную возможность увидеть всю красоту природы, быстро передвигаясь из одной туристической зоны в другую. Данный тур – это возможность увидеть обширные степи, пасущиеся стада овец и яков, древние курганы и каменные изваяния, чистейшие озера, бурные реки и горные вершины в одном туре.

5. Велосипедные туры. Велосипедные туры позволят за короткое время преодолеть большое расстояние по таким местам, как село Куюс с петроглифами и наскальными рисунками, и проехать вдоль реки Катунь, получив при этом приятные впечатления. Во время велотура будет отличная возможность проехать десятки километров на свежем горном воздухе [2].

Анализ материала туроператорской компании «Сто ветров» позволил определить следующее. «Сто ветров» предлагает в основном пешие туры и трекинг по одним из самых интересных мест Горного Алтая:

1. Трекинг к подножию Белухи. Данный интересный маршрут к подножию Белухи позволит увидеть самую высокую и красивую гору Алтая. Только на этом маршруте предоставляется возможность посмотреть на гору с очень близкого расстояния.

2. Мультиинские озера + 3 долины. Живописный и разнообразный маршрут на самые красивые озера Алтая, который подходит новичкам и опытным туристам. Данный маршрут предоставляет возможность посетить бирюзовые горные озера, большие водопады, цветущие альпийские луга и высокие горные вершины.

3. Восхождение на Белуху. Восхождение на гору Белуха по классическому маршруту категории сложности 3А. Белуха – самая высокая точка Алтая и Сибири. Данный маршрут является непростым и интересным относительно многих маршрутов.

4. Исток Катунь. Обратная сторона Белухи. Два главных символа Алтая в новом оригинальном маршруте. Данный поход дает возможность побывать на обратной, труднодоступной и малопосещаемой стороне Катунского горного хребта, увидеть Белуху с юга, добраться до истока реки Алтая – Катунь [3].

Таким образом, проанализировав предложения различных туроператоров на территории Горного Алтая, мы можем выявить проблемы и обозначить перспективы развития данного вида туризма.

Одновременно на Алтае, в основном в долине реки Катунь, наиболее освоенной туристами, уже введены в действие десятки новых средств размещения, среди которых есть и турбазы, предоставляющие отдых с «городскими» удобствами в номерах. Однако большинство реализованных на сегодняшний день в Республике Алтай туристических проектов представляют собой сравнительно небольшие базы на 20–30 номеров, которые строились в расчете прежде всего на «летнего» туриста.

В зимнее же время число работающих турбаз резко сокращалось, а туристы приезжали главным образом за новогодние и прочие праздники и на выходные. У туристов из развлечений зимой здесь доступны только вечеринки на территории базы, прогулки в окрестностях на снегоходах (при их наличии) и активные зимние туры «на любителя». Горнолыжная инфраструктура в республике практически полностью отсутствует (если не принимать во внимание несколько бугельных подъемников на паре горных склонов).

Однако в последние годы инвесторы и власти Горного Алтая включили в свои проекты строительство горнолыжных центров. Так, владельцы туристских центров намерены обеспечить им загрузку в течение всего года, решить проблему сезонности, а соответственно, рентабельности. Кроме того, многие инвесторы целенаправленно развивают такие виды туриз-

ма, как приключенческий, охотничий, оздоровительный – то есть те виды поездок, которые тоже можно предлагать круглый год.

С доставкой туристов проблем возникнуть не должно: в ближайшие годы должна быть реконструирована федеральная трасса «Чуйский тракт» (Новосибирск – Ташанта), связывающая Горный Алтай с крупными городами Западной Сибири. Кроме того, в будущем году планируется реконструировать аэропорт Горно-Алтайска, который после удлинения ВПП сможет принимать магистральные пассажирские самолеты, в том числе из Москвы [1].

Таким образом, можно с уверенностью сказать, что важными факторами развития приключенческого туризма и увеличения клиентской базы является разработка новых и интересных туристических походов и туров, совершенствование турбаз для всесезонного проживания, постройка и ремонт дорог для беспрепятственного и комфортного проезда к местам походов. Исходя из предоставленного материала, можно сделать вывод о том, что приключенческий туризм в Горном Алтае имеет очень большой потенциал для путешествий и походов по самым интересным и красочным местам республики Алтай, а также большой запас идей для планирования новых маршрутов и мест отдыха для туристов.

Список литературы

1. Туристка.Ру [Электронный ресурс].– Режим доступа: <http://www.turistka.ru/altai/news.php?n=219> (Дата обращения 01.10.2019).
2. Алтай-Тур [Электронный ресурс].– Режим доступа: <https://www.altai-tour.ru> (Дата обращения 01.10.2019).
3. Сто Ветров [Электронный ресурс].– Режим доступа: <https://100vetrov.ru> (Дата обращения 01.10.2019).

Якубовская Вероника Евгеньевна

АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА В ГОРОДЕ ОМСКЕ

Автор статьи рассмотрел состояние гостиничного хозяйства Омска в настоящее время и выделил, что сейчас оно считается постоянно развивающимся. Было акцентировано внимание на гостиничном хозяйстве как необходимом компоненте промышленности туризма. Автор также отметил, что данная область как подотрасль туристической области несет в себе колоссальные возможности для отечественного рынка.

Ключевые слова: гостиничное хозяйство, город Омск, номерной фонд, заполняемость, гостиничные услуги, тенденции.

The author of the article considered the state of the Omsk hotel industry at the present time and highlighted that it is now considered to be constantly developing. Attention was focused on the hotel industry as an indispensable component of the tourism industry. The author also noted that this area as a sub-sector of the tourist area carries enormous opportunities for the domestic market.

Keywords: hotel industry, Omsk city, number of rooms, occupancy, hotel services, trends.

*Якубовская Вероника Евгеньевна
Омский государственный технический университет
E-mail: Ver.yakub@mail.ru
Научный руководитель:
Карасев Игорь Евгеньевич,
кандидат филологических наук, доцент*

На сегодняшний день во всем обществе прослеживается активное формирование интернационального туризма, а, следовательно, идет активное применение культурных и природных ресурсов принимающих государств, в том числе Российской Федерации.

Культурное самовыражение людей всегда порождает интерес. Естественная любознательность туриста в отношении разных уголков мира, а также населяющих их народов формируют один из более сильных побудительных туристских мотивов.

В Европе уже давно выделился, а также сделался независимым такого рода тип туризма, как культурный. Его базой считается историко-культурный потенциал государства, содержащий всю социокультурную сферу с традициями и обычаями, отличительными чертами бытовой, а также хозяйственной деятельности.

В литературе, а также научных трудах, посвященных формированию российского туризма, практически не имеется полный исследовательский капитал, а также прогноз его развития – главные направленности и закономерности. В данных обстоятельствах нужна разработка новейших подходов к развитию координационно-финансового механизма развития туризма в интересах увеличения эффективности его функционирования, как в экономике государства, так и при выходе государства на международный уровень.

В минувшие года в Российской Федерации также увеличивается интерес к изучению особенностей развития рынка услуг в целом, а туристского рынка – в особенности. Изучаются новейшие тенденции его развития, а также механизмы регулирования, ведется сопоставительный анализ национальных рынков туристских услуг различных государств мира и российского рынка, их объединение в мировой рынок туристских услуг.

Одной из основных частей туризма является гостиничное хозяйство, так как места размещения считаются основой для формирования любого турпродукта практически в каждом виде туризма. Гостиничное хозяйство как необходимый компонент промышленности туризма не только содействует осуществлению общих функций туризма, но и формирует предпосылки для их развития и обогащения.

Гостиничный бизнес сегодня – это быстроразвивающаяся отрасль, считающаяся одной из самых перспективных, приносящая прибыль, исчисление которой переваливает за миллионы. Гостиничный бизнес несет в себе огромный потенциал, способный приносить постоянный доход в федеральный бюджет российского рынка.

Как в нашей стране, так и за рубежом, количество гостиниц растет с каждым годом. Большая конкуренция в гостиничном бизнесе является толчком менеджеров к разнообразию маркетинговых идей и акций. Масштабы осуществления их деятельности в этом виде бизнеса за рубежом значительно больше, по сравнению с Россией.

Гостиничная область как подотрасль туристической области несет в себе колоссальные возможности для отечественного рынка, который приносит стабильную прибыль в общегосударственный госбюджет. С каждым годом увеличивается число гостиниц, равно как в нашей стране, так и за границей. Характерной чертой нынешней стадии формирования российского туризма считается направленность на увеличение иммиграционного туризма, а также внутреннего рынка туристических услуг. Решение этой задачи возможно при обязательном условии обеспечения качества обслуживания туристов, в том числе качества гостиничного сервиса [1].

Гостиничный бизнес традиционно остается востребованной услугой с сегментированным акцентом. Только в данной области возможно столкнуться с огромным многообразием качества и сервиса. Ежегодное исследование рынка гостиниц доказывает постоянно существующую емкость бизнеса, во всяком случае, для тех, кто согласен вступить в неконкурентноспособную среду. В верхушке рангов, как и бывает, всегда большие фирмы, все без исключения обретающие особенности сетевого ритейлинга с агрессивными способами продвижения.

Для всеобщего международного удобства деления средств размещения принята стандартная классификация, в соответствии с которой они делятся на индивидуальные и коллективные. В свою очередь коллективные также имеют подразделения: специализированные средства размещения, предприятия гостиничного типа и прочие коллективные средства размещения.

Предприятия гостиничного типа – объекты, состоящие из номеров, количество которых превышает определенный минимум (7–10), сгруппированные в классы и категории в соответствии с услугами и стандартами страны, имеющие единое руководство и предоставляющие разнообразные гостиничные услуги.

Предприятиями гостиничного типа являются гостиницы и все остальные, схожие с ней средства размещения (бизнес-отель, аэвотель, ботель, гостиница конгрессная, гостиница курортная, гостиница курортная городская, гостиница курортная конгрессная, мотели, кондотель, монастырь, мотоотель, ротель, флотель, клубы-отели, пляжные и курортные гостиницы).

Гостиничными заведениями являются такие средства размещения, как постоялый двор, туристское общежитие, меблированная комната, анонимный пансион, апартаменты.

Специализированные средства размещения подразумевают в себе объекты, которые, помимо услуг размещения, предоставляют еще какую-либо специализированную услугу. Такие средства размещения оказывают дополнительные услуги в соответствии со своей специализацией, профилем работы и/или направлением деятельности, в том числе: оздоровительные, спортивные, трудовые, образовательные и т. д. Таковыми можно назвать: оздоровительные заведения (санатории, дома отдыха, спортивно-оздоровительный комплекс, дом охотника, дом рыболова, оздоровительные лагеря, профилактории, пансионат); лагеря труда и отдыха (пионерский, спортивный, молодежный, оздоровительно-туристский и т. д.); общественные средства транспорта (поезда, круизные суда, яхты); конгресс-центры.

Количество официально зарегистрированных средств размещения в России увеличилось более чем в 2 раза за последние 15 лет. Число гостиниц – более чем втрое. Помимо количества средств размещения, соответственно увеличился и номерной фонд российских отелей в два раза. Сначала стоит обратить внимание на ускоряющийся рост числа средств размещения в России с 2010-го года. Однако речь идет не только об открытых новых гостиницах, а в значительной мере об иллюстрации выхода средств размещения из «тени». Что особенно заметно примером 2015-го года, по итогам которого Росстатом зафиксировано увеличение почти на треть (+29,2 %), или на 4,5 тысячи.

В частности, 60 % гостиниц имеет 3 удобства. Зачастую в номере присутствуют: душ, ванна и санузел. Предоставление дополнительных услуг в каждой гостинице уже не является новинкой и, как правило, список стандартный. В него входят химчистка, автостоянка, бесплатный Wi-Fi и др. Пользуются популярностью такие дополнительные услуги, как автостоянка и заказ такси, процент их предоставления гостиницами – 88 % и 84 % соответственно. Нередко в гостиницах встречаются дополнительные услуги в области безопасности и связи в количестве от одной до трех. В основном это такие сервисы, как спутниковое и кабельное телевидение, телефон, Интернет, кодовый замок, охранная сигнализация и прочее. Вышеупомянутые сервисы – телевидение и Интернет – менее распространены, их оказывают 46 % и 48 % гостиниц соответственно.

Обобщая всё вышесказанное, можно выделить ключевые тенденции развития гостиничного бизнеса в России:

- поступление инвесторов в гостиничный бизнес, поэтапное насыщение сегментов жилой, офисной и складской недвижимости;
- максимально быстрое развитие сегмента гостиничной недвижимости в регионах;
- выход на гостиничный рынок инвесторов, не связанных с гостиничным бизнесом;
- увеличение привлекательности многофункциональных объектов для инвесторов;
- образование производств полного цикла российскими туроператорами;
- консолидация гостиничного бизнеса;
- покупка зарубежных гостиниц российскими компаниями и предпринимателями.

Развитие автоматизации рабочего процесса, необходимо выделить отдельно, что в первую очередь касается тех фирм, которые имеют большие объемы продаж и достаточно солидные обороты. Оперативность и управляемость – вот что нужно таким компаниям, ведь они сталкиваются с ростом разного рода рутинной деятельности.

Важной тенденцией российского рынка гостиничных услуг является проникновение международных сетевых компаний на наш рынок. На московском рынке работают самые известные международные гостиничные сети: Marriott, Hyatt, Swissotel, Holiday Inn, SAS Radisson, Kempinski. Большой интерес к московскому рынку проявляет сеть Hilton, неоднократно пытавшаяся выйти на него.

Ситуация омского рынка гостеприимства не сильно выделяется от ситуации в располагающихся рядом населенных пунктах. Главный отельный фонд области сконцентрирован в Омске, где функционирует 9 гостиниц в 1100 зон, но кроме того несколько ведомственных гостиниц, закрытых для широкой публики [2].

Только лишь 2 отеля («Иртыш» и «Молодежная») Омска сертифицированы в группу – трёхзвездочные гостиницы. Согласно советской систематизации, 1 группе отвечают «Турист», «Маяк», а также «Омск», другие объекты размещения – некатегорийные. В планах проекты постройки частных гостиниц.

Равно как в иных регионах, гостиницы Омска со временем реконструируются. Древнейшая гостиница города «Маяк» окончила в 2001 г. поэтапный фундаментальный ремонт. Гостиница «Иртыш» за минувшие 12 месяцев освежила половину номерного фонда, вестибюль, сауну также ресторан. В этот период проходит абсолютная реконструкция прежних этажей отеля «АМАКС».

Отельный комплекс «Маяк» был основан в 1964 г. В него вступали ресторан в 1200 посадочных зон, отель, также речной вокзал. В то время гостиница относилась к слиянию ЖКХ. 30.11.1993 г. гостиница «Маяк» акционировалась и стала ООО «Гостиничный комплекс «Маяк». В 2000 г. в отеле был проведен основательный ремонт. Если ранее в отеле существовало приблизительно равное число одноместных, также двухместных номеров, и не в любом номере существовала ванная комната, то в настоящий период в отеле 48 одноместных номеров, 5 двухместных, также 15 номеров повышенной комфортности. Отель находится в 8 км от аэропорта и в 6 км от железнодорожного вокзала. Отель состоит из 1-го 4-этажного здания, вблизи располагается парковка [3].

В помещении отеля находится кабинет туристической компании «Омни-трэвэл», которая организует, согласно желанию покупателей, поездки в области города.

К основным направлениям деятельности организации относится предоставление услуги проживания и питания (завтрак – шведский стол, обед, ужин «А ля карт»), а также следующие услуги: бесплатный сейф у администратора (служба приема и размещения), факс, ксерокс, вызов такси, бронирование авиабилетов, организация экскурсий по городу, услуги переводчика, прачечная (платно), утренняя побудка. К оплате принимаются следующие карты: Visa, MasterCard, Union Card.

Список литературы

1. Гостиничный бизнес и индустрия размещения туристов. Классификация гостиниц г. Омска [Электронный ресурс] URL: http://www.areall.ru/classification_inn (Дата обращения 30.09.2019)
2. Барчуков, Л. В. Учебное пособие / Л. В. Барчуков, Ю. Б. Баумгартен, А. В. Башин, В.Г. Зайцев. – М, 2014.- 176 с.
3. Деятельность коллективных средств размещения г. Омска // Экспресс-информация Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Омской области [Омск]. 2012. С. 1-2

Секция № 4.

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

ЭКОНОМИКИ И

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Адамова Мадина Руслановна

СТРУКТУРНЫЙ АНАЛИЗ ДОХОДОВ И РАСХОДОВ УПРАВЛЯЮЩЕЙ КОМПАНИИ

Анализ финансов предприятия является основополагающим для понимания его финансового состояния и оценки эффективности деятельности. В статье рассматриваются проблемы управления финансами в ООО «Талинское благоустройство», соотношение доходов и расходов предприятия по видам деятельности, их структура и динамика за 3 года (2016–2018 гг.).

Ключевые слова: доходы, расходы, финансы, ЖКХ, управляющая компания, ресурсоснабжение, финансовый анализ, структура доходов и расходов.

Analysis of financial activities and performance evaluation. The article presents the problems of financial management in LLC "Talinsky beautification", the ratio of income and expenses of the enterprise by type of activity, their structure and dynamics over 3 years (2016–2018).

Keywords: income, expenses, finance, housing and communal services, management company, resource supply, financial analysis, structure of income and expenses.

*Адамова Мадина Руслановна
Югорский государственный университет
E-mail: Kmadina1995@mail.ru
Научный руководитель:
Почекайло Татьяна Николаевна
кандидат экономических наук, доцент*

Анализ финансового состояния управляющей компании следует начинать с рассмотрения структуры доходов и расходов организации.

Состояние доходов и расходов характеризует многие аспекты деятельности предприятия. Анализ позволяет оценить масштабы деятельности, тенденции, рентабельность [3, стр. 18].

Рассмотрим структуру доходов и расходов ООО «Талинское благоустройство» г. п. Талинка (таблица).

Таблица – Анализ доходов и расходов деятельности ООО «Талинское благоустройство» как управляющей компании за 3 года, тыс. руб.

Статьи расходов и доходов	2016 г.	2017 г.	2018 г.	Темп роста, %
Расходы по содержанию и эксплуатации жилищного фонда, в том числе:	32075	33490	33117	103,2
текущий ремонт жилого фонда	7506	10650	8775,6	116,9
содержание подъездов и придомовой территории	8532	6799	7782,4	91,2
содержание обслуживающего персонала	5164	4421	5564,0	107,7
обязательные платежи и отчисления	4106	4052	4702,9	114,5
административно-управленческие и прочие расходы	6768	7569	6292,1	93,0
Доходы от эксплуатационной деятельности жилищного хозяйства, в том числе:	26640,80	35067,12	36217,68	135,9
квартирная и арендная плата	15718,08	19111,60	18905,60	120,3
средства коммунальных предприятий на возмещение расходов по обслуживанию внутридомовых сетей	2211,20	3611,92	4201,28	190,0
платные услуги собственникам квартир	3463,28	6031,52	7641,92	220,7
вознаграждение при управлении домом	5248,24	6312,08	5468,88	104,2

В 2016 году расходы управляющей компании превышали доходы на 20,4 %, или на 5434,2 тыс. руб., в 2017 и 2018 годах расходы не превышали доходы.

Темп прироста расходов составил 3,2 %, темп прироста доходов – 35,9 %, прослеживается положительная тенденция, означающая увеличение рентабельности работ предприятия.

Наблюдается снижение расходов по содержанию подъездов и придомовой территории (на 8,8 %) и административно-управленческих расходов (на 7 %). Увеличение остальных расходов не превышает 17 %.

Рост доходов от платных услуг собственникам квартир в 2,2 раза выгодно сказывается на финансовом состоянии предприятия, однако на это также может влиять несколько негативных факторов: за много лет состояние внутридомовых сетей ухудшилось, текущий ремонт недостаточно эффективен [1].

Также наблюдается и рост возмещения расходов по обслуживанию внутридомовых сетей (на 90 %), квартирной и арендной платы (на 20,3 %). Наименьший рост доходов в 4,2 % прослеживается по статье «вознаграждение при управлении домами».

Рассмотрим структуру расходов предприятия.

В целом расходы распределены примерно в равных долях. Наименьшая доля расходов составляет 12,1 % в 2017 году по статье «обязательные платежи и отчисления». Данная статья ежегодно занимает минимальную долю расходов в структуре – 12,8 % в 2016 году и 14,2 % – в 2018 году. Данную статью расходов необходимо рассматривать совместно со статьями «содержание обслуживающего персонала» и «административно-управленческие расходы», поскольку социальные отчисления рассчитываются на основе заработной платы работников [2]. Таким образом, в целом содержание работников (заработная плата и отчисления) вместе составляют большую часть расходов предприятия (около 50 %), что является нормальным распределением расходов предприятия.

Наибольшую долю расходов отдельной статьей составляет текущий ремонт: от 23,4 % в 2016 году до 31,8 % в 2017 году. Данная тенденция отмечается положительной в социальном отношении и эффективности деятельности, поскольку эти расходы относятся к основной деятельности предприятия.

Достаточно высокую долю расходов занимают административно-управленческие расходы: от 19 % в 2018 году до 22,6 % в 2016 году. С учетом того, что $\frac{3}{4}$ данных расходов составляют заработную плату административно-управленческого персонала, будет рациональным решением данные расходы оптимизировать.

В структуре доходов организации, в отличие от расходов, наблюдается явное преимущество доходов от квартирной и арендной платы, которые составляют более половины всех доходов предприятия. Данный факт обоснован тем, что поступления от собственников жилья и арендаторов являются основным источником финансирования предприятия, однако доля данных платежей снижается: от 59 % до 52,2 %, за счет увеличения платных услуг собственникам квартир.

Снизилась также и доходы по статье «вознаграждение»: от 19,7 % до 15,1 %. По договору между жильцами и компанией размер вознаграждения установлен в размере 10 % от тарифов, установленных за содержание и ремонт дома. Изменения в структуре расходов обусловлены увеличением других видов расходов более быстрыми темпами, нежели «вознаграждение».

В свою очередь увеличились доходы от платных услуг (с 13 % до 21,1 %) и средств на возмещение расходов по обслуживанию внутридомовых сетей (с 8,3 % до 11,6 %). Таким образом, можно сказать, что предприятие улучшает состояние внутридомовых сетей, однако все еще недостаточно эффективно, о чем говорит увеличение доходов от платных услуг.

В структуре поступлений финансирования деятельности организации отсутствуют заемные средства, что характеризует источники финансирования как полностью самостоятельные, и такая характеристика не является положительной для финансового состояния предприятия. На данном этапе развития экономики кредитная история организации крайне важна, поскольку при необходимости в кризисной ситуации предприятие не сможет воспользоваться иными источниками финансирования, кроме собственной прибыли. Финансовая независимость важна для предприятия, когда она не превышает 65–70 %.

Помимо деятельности как управленческой организации, ООО «Талинское благоустройство» также оказывает населению услуги по предоставлению холодного водоснабжения и водоотведения.

Рассмотрим доходы и расходы предприятия от ресурсоснабжения (рисунок).

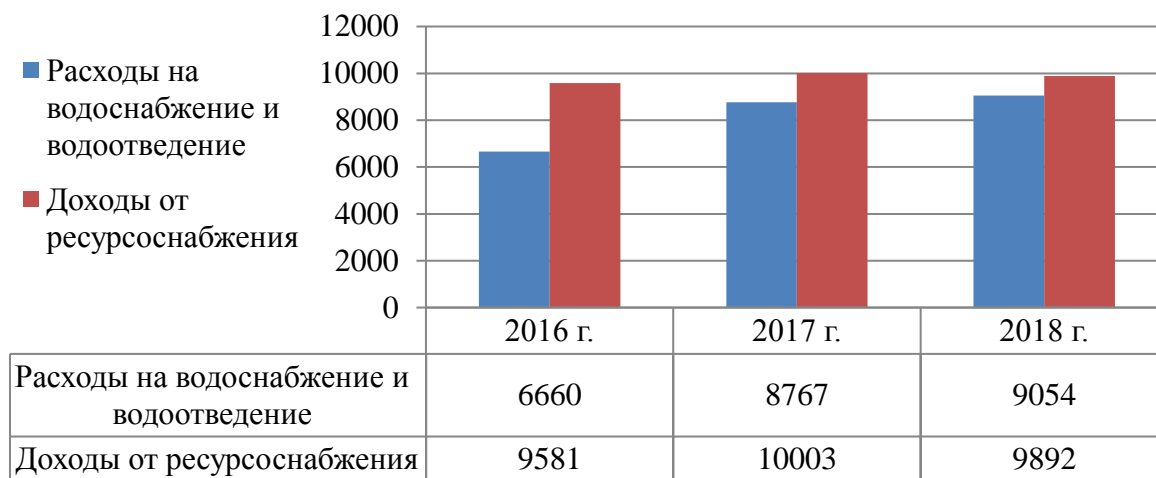


Рисунок – Доходы и расходы ООО «Талинское благоустройство» как ресурсоснабжающей организации, тыс. руб.

Достаточно явно прослеживается увеличение расходов и относительно неизменный уровень доходов. Расходы на водоснабжение и водоотведение увеличились на 36 %, а доходы на 3 %, однако, несмотря на это, доходы все равно превышают расходы. Тенденцию можно назвать относительно положительной, поскольку увеличение расходов на водоснабжение и водоотведение при неизменном уровне доходов может означать улучшение качества предоставляемых услуг, ремонт и замена оборудования. Данные выводы подтверждает увеличение стоимости запасов в части основных средств стоимостью менее 40 тыс. руб. на 9 %.

В целом, в управлении финансами ООО «Талинское благоустройство» прослеживается несколько основных проблем: нерациональная структура расходов предприятия, как активная, так и пассивная часть баланса также имеют несогласованную структуру, полное отсутствие заемных средств, таким образом, предприятие полагается только на собственное финансирование, что противоречит правилам финансового левириджа и успешному распределению финансов.

При отсутствии внимания к данным проблемам, автор прогнозирует в скором будущем кризисное состояние предприятия. Для подтверждения данных выводов необходимо провести анализ финансового состояния с использованием финансовых коэффициентов и оценку вероятности банкротства по 3 моделям.

Список источников

1. Гладков, И. В. Формирование и развитие обеспечения системы финансовой устойчивости предприятий : автореферат диссертации [Электронный ресурс] / И. В. Гладков. – Российская государственная библиотека. – Москва, 2015. – 8 с. [Режим доступа] : <http://search.rsl.ru/ru/record/01005566142> (Дата обращения: 8.08.2019)
2. Суетин, А. Н. Актуальные проблемы управления финансами предприятий в условиях кризиса [Электронный ресурс]. / А. Н. Суетин. – Вестник Удмуртского университета. / Экономика и право. Т. 27, вып. 5. – Ижевск, 2017. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/v/aktualnye-problemy-upravleniya-finansami-predpriyatiy-v-usloviyah-krizisa> (Дата обращения: 12.08.2019).
3. Тютюкина, Е. Б. Финансы организаций (предприятий) [Электронный ресурс] : учебник. / Е. Б. Тютюкина. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и КО», 2015. – с. 421. Режим доступа : <https://www.iprbookshop.ru/11003.html> (Дата обращения: 12.08.2019).

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК СПОСОБ ПРОДВИЖЕНИЯ ГОСТИНИЦЫ (НА ПРИМЕРЕ ГОСТИНИЦЫ «АВРОРА» Г. ОМСКА)

Статья посвящена продвижению гостиницы г. Омска «Аврора» в социальных сетях, проанализированы достоинства и недостатки маркетинговой деятельности, предложена стратегия ее развития.

Ключевые слова: социальные сети, продвижение, маркетинг в социальных сетях, индустрия гостеприимства, гостиница.

The article is devoted to the promotion of the Aurora hotel in Omsk in social networks, the advantages and disadvantages of marketing activities in social networks are analyzed, the strategies for promotion in social networks are identified.

Keywords: social networks, promotion, social media marketing, hospitality industry, hotel.

*Амосова Ирина Андреевна
ФГБОУ ВО «Омский государственный технический университет»
E-mail: ira.amosova.99@mail.ru
Научный руководитель:
Карасев Игорь Евгеньевич,
кандидат филологических наук, доцент*

«ВКонтакте», «Одноклассники», «Инстаграм» – это лишь малая часть социальных сетей, которые, согласно исследованиям, сейчас использует более 50 % всего населения Земли. С уверенностью можно сказать, что социальные сети стали неотъемлемой частью нашей повседневной жизни.

Гостиничный рынок в наше время можно назвать одним из самых стремительно развивающихся, вследствие чего открывается много новых гостиниц, и конкуренция неизменно растет. Поэтому так важно продвигать свой гостиничный продукт и показывать его уникальность и неповторимость. Социальные сети – это эффективный способ продвижения для гостиницы. Одним из самых действенных путей продвижения стал SMM. Под Social Media Marketing понимается рекламная деятельность, которая направлена на распространение информации об объекте во всех социальных сетях [1]. Сейчас аудитория социальных сетей считается самой объемной и сегментированной, что помогает быстро найти свою целевую аудиторию, которой будет интересен данный товар. Именно это является главным отличием SMM от PR, который старается создать единый образ продукта для всех [1]. Цель SMM – найти индивидуальный подход к каждому. Важно определить круг потенциальных клиентов. Социальные сети помогут им найти подходящее средство размещения не только с помощью текста, но и, что становится популярным, с помощью аудио- и визуальных данных, геоданных. Далее перед SMM-специалистом стоит задача умело заинтересовать клиента, чтобы из десятков подходящих ему предложений он выбрал именно ваше [3].

Маркетинг в социальных сетях имеет ряд достоинств и недостатков. Рассмотрим некоторые из них.

Достоинства:

1. Широкий выбор инструментов продвижения.
2. Быстрая обратная связь (комментарии, лайки, репосты).
3. Индивидуальный подход к каждому с помощью таргетинга.

Недостатки:

1. Непостоянство популярности.
2. Необходимость постоянного обновления стратегий продвижения.
3. Сложность в определении бюджета для рекламного продвижения из-за постоянного изменения социальной среды.

Постоянное развитие гостиничного продукта позволяет находить новых заинтересованных гостей [2].

Наполнение страницы в социальных сетях должно быть максимально интересным и информативным, чтобы гостю хотелось «увидеть и попробовать» то, что он увидел на картинке и о чем прочитал. Рекомендуется создание уникального контента, таргетированной рекламы, создание живых постов для привлечения внимания, интересных предложений и розыгрышей. Для этого очень важно иметь грамотно составленный контент-план. Элементы контент-стратегии: частота публикаций, стилистика публикаций, время публикаций, основные темы постов. Для того, чтобы составить контент-план, гостиницам необходимо определить различные темы публикаций, которые заинтересуют читателей, например:

- информация о знаменитых людях, остановившихся в гостинице;
- информация о мероприятиях, проводимых в гостинице;
- акции, скидки и интересные предложения, проводящиеся в гостинице;
- положительные отзывы от гостей гостиницы;
- красивые фотографии номеров и интерьера гостиницы.

Оформление общего вида профиля гостиницы тоже немаловажный аспект успешного продвижения в социальных сетях. Нужно иметь читабельный ник (лучше – по названию гостиницы), яркий и запоминающийся аватар профиля, в «шапке» профиля (например, в Instagram) должна быть основная информация о времени работы гостиницы, ее расположении и четкая информация о других оказываемых услугах [4].

Гостиница «Аврора» города Омска имеет довольно хорошо развитые и успешные социальные сети.

На примере Instagram-аккаунта можно отметить, что на него подписаны более 1000 человек, сделано около 500 публикаций. На странице можно увидеть фотографии самого отеля, номеров, интересные акции и предложения, а также фотографии знаменитых гостей. В «актуальном» собрана информация о проживании в гостинице, решения для бизнеса, дополнительные услуги, а также, что немаловажно, отзывы гостей гостиницы. Красочные фотографии и множество отзывов и комментариев вызывают желание гостей посетить данную гостиницу города Омска. Целевой аудиторией можно считать деловых туристов, туристические группы, семьи и индивидуальных посетителей. Несомненным преимуществом в продвижении «Авроры» в сети является то, что на странице в Instagram ведется постоянная рубрика, в которой рассказываются интересные факты из жизни гостиницы, что очень привлекает читателей и гостей.

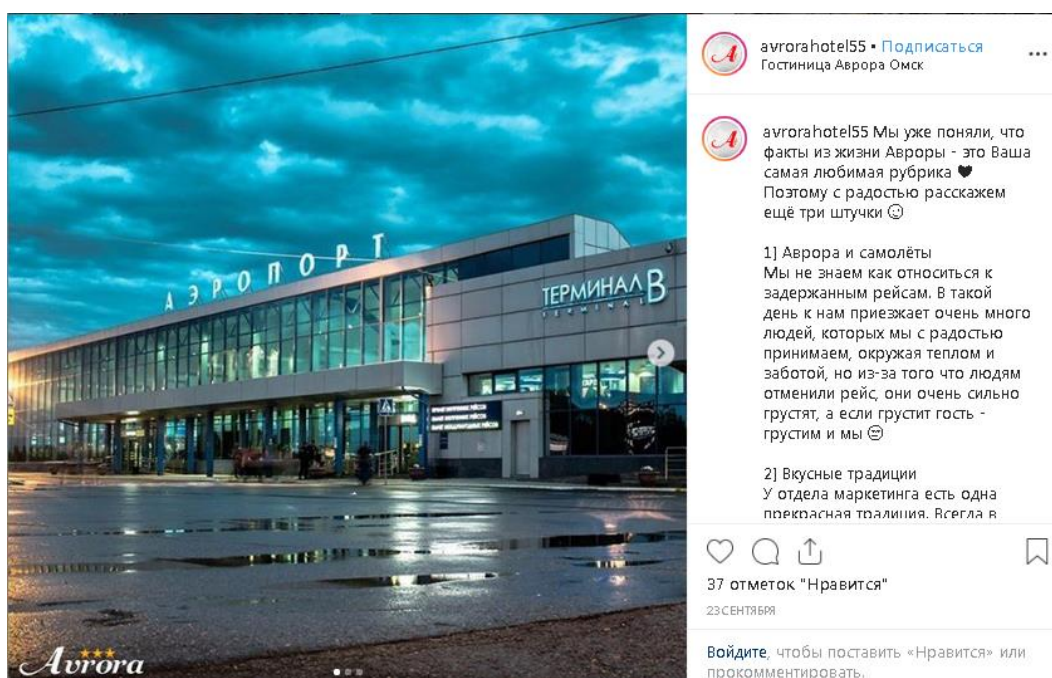


Рисунок – Пример публикации в аккаунте гостиницы «Аврора»

Социальные сети – довольно легкий способ привлечь внимание к продукту, однако важно помнить, что основной целью гостиницы все же остается получение прибыли, а не лайков и репостов [2].

Неверным будет и ограничение одной социальной сетью, поэтому у гостиницы «Аврора» есть также успешные аккаунты в «ВКонтакте» и «Одноклассниках». Одним из самых важных элементов успешного продвижения в социальных сетях является составление плана публикаций и периодичность размещения постов. Контент должен состоять не только из прямой рекламы продукта, но и из чего-то «живого». Отличным способом привлечения новых гостей будут являться различные конкурсы, победители которых смогут остановиться на ночь в гостинице или поужинать в ресторане гостиницы бесплатно. Гостиница «Аврора» регулярно выпускает посты в своих социальных сетях (примерно каждые 2 дня) и проводит розыгрыши [5].

Можно сделать вывод, что стратегия продвижения гостиницы «Аврора» в социальных сетях является довольно успешной. Она позволяет информировать новых гостей о предложениях гостиницы, заманивать их интересными акциями и предложениями.

Социальные сети – это обязательные инструменты продвижения для гостиниц, которые хотят достичь максимальных результатов в своей коммерческой деятельности. Отели могут показать себя с лучшей стороны и заинтересовать потенциальных гостей. Важно, что именно социальные сети – лучшая площадка для получения обратной связи и общения с гостями гостиницы. Они могут оставлять свои отзывы, замечания, предложения, вопросы, а специалист отдела маркетинга своевременно на них отвечать и общаться с гостями, ведь социальные сети для этого и предназначены.

Список источников

1. Халилов, Д. Маркетинг в социальных сетях. / Халилов Д. – М.: Манн, Иванов и Фесбер, 2016. -240 с

2. Лесник, А.Л. Гостиничный маркетинг: теория и практика максимизации продаж / Лесник А.Л.– М.: КноРус, 2007 г.- 232 с.

3. Статья «Особенности продвижения нового предприятия индустрии гостеприимства в социальных сетях» [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/osobennosti-prodvizheniya-novogo-predpriyatiya-industrii-gostepriimstva-v-sotsialnyh-setyah> (дата обращения 02.10.2019 г.)

4. Статья «Социальные сети как способ продвижения гостиничных услуг» [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-seti-kak-sposob-prodvizheniya-gostinichnyh-uslug> (дата обращения 02.10.2019 г.)

5. Сайт гостиницы «Аврора» [Электронный ресурс] URL:<http://avrorahotel55.ru/> (дата обращения 02.10.2019 г.)

Антуганова Варвара Викторовна

ЗНАЧЕНИЕ ТАМОЖЕННЫХ ПОШЛИН ДЛЯ ЭКОНОМИКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

В данной статье рассматривается значение и функции таможенных пошлин для экономики Российской Федерации. Приводятся примеры изменения ставок таможенных пошлин, а также их влияние на отечественную экономику.

Ключевые слова: экономика, пошлины, импорт.

This article discusses the importance and functions of customs duties for the economy of the Russian Federation. Examples of changes in the rates of customs duties, as well as their impact on the domestic economy.

Keywords: economy, duties, import.

*Антуганова Варвара Викторовна
ФГБОУ ВО «Вятский государственный университет» (ВятГУ)
E-mail: antuganovavv@mail.ru
Научный руководитель:
Домрачева Лариса Петровна,
кандидат экономических наук, доцент*

Предприятия проходят несколько стадий роста, от малого предпринимательства до транснациональных корпораций. В результате наступает момент, когда отечественный рынок становится мал и необходимо вести коммерческую деятельность за рубежом. Поэтому фирма, которая намерена реализовывать товарооборот на внешних рынках, сталкивается с вопросами экспорта-импорта товаров и услуг, а также порядка валютных операций, процедур выхода на мировой рынок. Особое значение принимают вопросы, которые связаны с порядком налогообложения внешнеэкономической деятельности, в такой ситуации государству необходимо создание таких условий функционирования конъюнктуры рынка, которые способствовали бы эффективной реализации внешней политики государства. [1, стр. 21].

Грамотно построенная налоговая политика в области внешнеэкономической деятельности, её структура и цели налоговой политики окажут значительное влияние на функционирование экономики страны (в том числе влияние затронет и макроэкономические показатели страны, предпринимательскую активность юридических и физических лиц). Поэтому одной из важнейших составляющих внешнеэкономической политики государства является налогообложение.

В разрезе косвенного регулирования внешнеэкономической деятельности выделяют два наиболее активных элемента – налоги и таможенные платежи. Таможенные платежи действуют обособленно от налогов, но две системы сложились так, что они не способны улавливать значительные валютные доходы в федеральный бюджет. [3, стр. 17].

Государственный таможенный контроль принимает меры по обеспечению полноты поступления таможенных платежей в бюджет, а также по упорядочиванию движения товарооборота через таможенную границу. Алкогольная и табачная продукция в соответствии с режимом реэкспорта (вывозимые с территории, в том числе после нахождения под таможенным режимом временного ввоза, таможенного склада, переработки, свободного склада и т. п.) оформляются для доставки до таможенного органа назначения под контролем только после уплаты таможенных платежей.

В мировой практике существует два способа регуляции внешнеторговой деятельности:

1. Таможенно-тарифный метод. Подразумевает использование налоговых регуляторов для торговых потоков. Элементами такого метода являются таможенный тариф (свод ставок таможенных пошлин), таможенное декларирование товаров, которые перемещают через та-

моженную границу, таможенная процедура и Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности (ТНВЭД).

2. Нетарифный метод. Направлен на квотирование и лицензирование внешнеторговой деятельности.

Основные фискальные каналы формирования казны государства – НДС и акцизы постепенно приобретают вторую роль для экономики государства, они стимулируют инвестиционные процессы, а также способствуют укреплению внешнеторгового баланса страны [2, стр. 13].

В настоящее время таможенные пошлины выполняют три функции: фискальную, протекционистскую и балансирующую. Импортная таможенная пошлина выполняет фискальную и протекционистскую функции, а экспортная таможенная пошлина – фискальную и балансирующую функции. Совокупно протекционистскую функцию и балансирующую функцию можно объединить в одну регулирующую функцию, так как они решают задачу регулирования национальной экономики. Протекционистская функция защищает отечественных производителей от нежелательной конкуренции со стороны иностранных производителей, что позволяет поддержать национальное производство, благосостояние населения и уровень занятости. В 2009 году в интересах поддержки отечественных производителей правительство России подняло импортные пошлины на ряд товаров из-за рубежа, пошлины на телевизоры и отдельные виды металлопроката были повышены с 5 % до 15 %, а на нелегированную сталь – с 5 % до 20 %. [5, стр. 29].

Балансирующая функция решает задачу, когда необходимо снизить потребление отечественных товаров за рубежом и увеличить потребление отечественных товаров на внутреннем рынке. Пример балансирующей функции таможенных пошлин – в 2010 году введение вывозных пошлин на медь (10 %) и повышение пошлины на вывоз никеля (с 5 % до 10 %), цветные металлы – товары традиционного экспорта России. Минфин прогнозировал увеличение доходов от экспорта меди – до 8,8 миллиардов рублей, а никеля – до 6,5 миллиардов рублей для бюджета от введения вывозных таможенных пошлин [4, стр. 340].

В федеральном бюджете Российской Федерации особое значение в разрезе доходов занимают такие таможенные платежи, как таможенные пошлины. Однако с 2015 года по 2017 наблюдалось снижение поступлений таможенных пошлин в федеральный бюджет (табл. 1). Причинами являлись высокие тарифы на грузоперевозки, санкции, отрицательная динамика курса рубля, сокращения производства многих видов товаров, падение мировых цен на нефть и энергоносители.

Таблица 1 – Динамика таможенных пошлин, перечисленных в федеральный бюджет России (млрд рублей) [6]

Вид таможенной пошлины	2015 год	2016 год	2017 год	2018 год
Ввозная таможенная пошлина	484,2	489,8	506	578,6
Вывозная таможенная пошлина	2 780,4	2 054,1	1 968,3	3 025,7
Итого	3 264,6	2 543,9	2 474,3	3 604,3

В разрезе таможенных платежей положительная динамика с 2015 до 2018 годов наблюдается у ввозной таможенной пошлины, а доход от вывозной таможенной пошлины имел отрицательную динамику до 2017 года.

Причём с 2016 года шло постепенное увеличение как товарооборота, так и импорта с экспортом (табл. 2).

Таблица 2 – Динамика внешней торговли России 2015–2018 годы (млн долларов США)

	2015 год	2016 год	2017 год	2018 год
Товарооборот	526 275	467 753	584 050	688 115
Экспорт	343 597	285 491	357 083	449 964
Импорт	182 678	182 262	226 966	238 151
Сальдо	160 920	103 229	130 117	211 812

Поэтому увеличение экспорта и импорта не обязательно ведёт к увеличению доходов в бюджет от таможенных пошлин, так как на данную статью дохода также действуют такие фак-

торы, как политические (санкции в отношении России), правовые (проблемы в осуществлении правового регулирования взимания таможенных пошлин в Российской Федерации) и т. д.

В структуре таможенных платежей, перечисляемых в федеральный бюджет, особое место занимают именно вывозные таможенные пошлины в связи с экспортоориентированной направленностью экономики Российской Федерации. Основным экспортом для России являются природные ресурсы, сырьё. В связи с этим Правительство РФ четко следит за тем, чтобы облагаемый вывозными пошлинами сырьевой экспорт не был убыточным. Поэтому размер вывозных пошлин снижается или вовсе стремится к минимуму, когда внутренние цены растут, затраты на производство увеличиваются, мировые цены на продукцию падают.

Наглядным примером может служить шестилетний цикл налогового маневра по снижению таможенной пошлины на нефть и нефтепродукты вплоть до обнуления и равнозначного роста ставки налога на добычу полезных ископаемых (НДПИ). В 2019 году ставка снизится на 5 процентных пунктов до 25 %, что должно привести к росту стоимости сырья на внутреннем рынке (то есть станет равной цене мирового рынка). При этом «таможенная субсидия» начнет снижаться [5].

Государство компенсирует ухудшение условий работы на определенных условиях для нефтеперерабатывающих заводов в связи с удорожанием сырья для производства. Такими заводами станут НПЗ, которые находятся под западными санкциями, проводят модернизацию мощностей и выпускают бензин 5 класса для нужд отечественного рынка. Кроме того, с 2019 года у Правительства Российской Федерации сохраняется возможность на экстренное повышение таможенных пошлин экспорта на нефтепродукты, если нефтяные котировки вырастут за месяц на более чем 15 %. Тем самым это станет страховкой для потребителей (розничные цены не вырастут вверх).

Список источников

1. Алексеева Т.О. Анализ влияния вывозных таможенных пошлин на развитие экспорта и доходов федерального бюджета российской Федерации // *Финансы и кредит*. 2016. №28 (700).
2. Бутузова А.С. Таможенные пошлины в механизме формирования доходов федерального бюджета Российской Федерации // *Международный журнал гуманитарных и естественных наук*. 2018. №4.
3. Попов Максим Алексеевич Влияние вывозных таможенных пошлин на доходы федерального бюджета Российской Федерации // *Economics*. 2016. №12 (21).
4. Токиева В.О., Давиденко Л.Г. Анализ применения различных способов обеспечения уплаты таможенных платежей в государствах ЕАЭС // *Сборник научных статей по материалам IX международного научно-практического форума проблемы взаимодействия гражданского общества, государства и бизнеса*. 2017. С. 395
5. Федоренко Константин Петрович Роль и место вывозных таможенных пошлин на нефть сырую и нефтепродукты в доходах федерального бюджета России // *Российский внешнеэкономический вестник*. 2016. №12.
6. Интернет-ресурс. Сайт Федеральной таможенной службы [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://customs.ru/> (Дата обращения: 02.11.19)

РАЗРЕШЕНИЕ КОНФЛИКТНЫХ СИТУАЦИЙ В ГОСТИНИЧНОМ ПРЕДПРИЯТИИ

В статье рассматривается понятие «конфликт» и способы поведения человека в конфликтных ситуациях; причины, по которым происходят конфликты в туристическом и гостиничном бизнесе, самые разнообразные. Автор статьи предлагает небольшие рекомендации, которые направлены на повышение культуры делового общения в гостиничном деле.

Ключевые слова: туристический и гостиничный бизнес, конфликт, гостиница, клиент, предприятия, причины, деловое общение.

The article discusses the concept of "conflict" and methods of human behavior in conflict situations; the reasons why conflicts occur in the tourism and hotel business are very diverse. The author of the article offers small recommendations that are aimed at improving the culture of business communication in the tourism industry.

Key words: tourist and hotel business, conflict, hotel, client, enterprises, reasons, business communication.

*Березина Марина Олеговна
Омский государственный технический университет
E-mail: marinanot23@gmail.com
Карасев Игорь Евгеньевич,
кандидат филологических наук, доцент*

Конфликт – столкновение противоположно направленных целей, интересов, позиций, мнений или взглядов людей.

Существуют четыре основных типа конфликтов:

- межличностный конфликт наиболее распространен. Выражается в борьбе за ограниченные ресурсы или в столкновении людей с разным характером, темпераментом, интересами, взглядами, ценностями, манерами поведения;
- конфликт между личностью и группой может возникнуть, если эта личность займет позицию, отличающуюся от позиции группы или норм группового поведения, выработанных ею;
- межгрупповой конфликт часто возникает из-за отсутствия четкого согласования функций и графиков работы между подразделениями или из-за дефицита ресурсов;
- внутриличностный конфликт.

Проявляется в том, что к сотруднику предприятий социально-культурного сервиса и туризма предъявляются противоречивые требования по поводу того, каким должен быть результат его работы. С другой стороны, требования к сотруднику могут не согласовываться с его личными ценностями. Чаще всего такой конфликт является ответом на рабочую перегрузку или недогрузку [1].

Работа с людьми – одна из сложных и трудных форм человеческой деятельности. Нередко бывает, что руководители туристической сферы не берут это в расчет, уделяя при этом больше внимания экономическим показателям и технологическим процессам. Человек при этом служит как средство выполнения планов и заданий. Для плодотворного, нормального и психологически здорового функционирования членов и руководителей гостиничных предприятий важно научиться распознавать конфликты на начальной стадии его зарождения. Если в организации есть наличие конфликтов, то это считается здоровым, нормальным явлением. Определить конфликт можно тем, что поведение одной стороны (будь это один человек, группа или организация в целом) вызывает расстройство интересов противоположной стороны [2]. Нужно придерживаться нескольких правил при конфликтах в гостиничном предприятии.

Самое главное – это выслушать гостя до конца. Дать ему выразить все недовольство, он выскажется и немного успокоится. Поэтому, как тяжело бы ни было, необходимо выслушать разъярённого клиента.

1. Проявить эмпатию по отношению к клиенту, выразив это словами, например: «Я понимаю, что эта ситуация очень неприятна для Вас», «Да, то, что вы описываете, выглядит не лучшим образом». Важно дать понять клиенту, что вы принимаете его чувства, признаете, что он может их испытывать.

2. Понять: разобраться с фактами, задать вопросы, чтобы понять, что на самом деле произошло, удостовериться, что вы правильно поняли гостя. В любой конфликтной ситуации всегда есть факты (что случилось), интерпретация фактов (как это представляется клиенту) и эмоции, которые гость по этому поводу испытывает. Если вы пытаетесь сразу решить проблему на уровне фактов (предложить решение), часто это не делает клиента довольным.

3. После того, как выяснены факты, искать и предлагать решение: объяснить, что конкретно вы собираетесь сделать для разрешения ситуации.

4. Сделать то, что обещали, и обязательно «отчитаться» перед клиентом. Позвонить, подойти к клиенту, разъяснить, что конкретно сделано, не дожидаясь, пока клиент сам заметит, что проблема решена, или подойдет спросить о результате.

Необходимо принести клиенту извинения. Можно объяснить причину возникновения ситуации и извиниться. Часто извинения могут рассматриваться как некая трещина в броне, словно вы, извиняясь, становитесь уязвимы. Раз уж признали свою вину, гость может требовать компенсацию. В некоторых отелях сотрудникам запрещают извиняться, чтобы избежать ситуаций, когда неопытный сотрудник извинился за то, за что отель не должен или не может нести ответственность.

Если ситуация действительно связана с недочетом в работе гостиницы, извиниться нужно. Если недочет очевиден вам, скорее всего, он очевиден и клиенту. И любые попытки завуалировать или сделать вид, что «ничего такого не было» только выставляют вас в еще худшем свете.

А если гость виноват, что-то не так сделал или перепутал и создал конфликт, то в таком случае не надо извиняться, но при этом следует выразить понимание и сочувствие. Предложить гостю решение проблемы. Это важный шаг из всех, поскольку гость ждет действий, которые смогут решить создавшуюся проблему.

С недовольными гостями нужно решать вопрос оперативно. Чем больше времени гость ждет, тем больше он убеждает себя и окружающих в неправоте, делая антирекламу. Удивляет тот факт, что предприятия тратят много денег на то, чтобы привлечь новых клиентов, и не тратят почти ничего, для того чтобы удержать тех, с кем они знакомы [3].

При обнаружении недостатков оказанной услуги потребитель, в соответствии с законодательством о защите прав потребителей, вправе потребовать по своему выбору: безвозмездного устранения недостатков оказанной услуги; соответствующего уменьшения цены оказанной услуги; повторного выполнения работы; расторжения договора и возмещения убытков; возмещения понесенных расходов по устранению недостатка услуги своими силами; компенсацию морального вреда.

Суд является крайней мерой в решении конфликтов и споров. Ведение судебного процесса требует большого количества времени и средств на получение юридической помощи. Досудебное предъявление претензии отелю является обязательным, так как обращение в суд, минуя эту стадию, влечет отказ в принятии искового заявления или оставления иска без рассмотрения.

Юридическая практика свидетельствует, что большинство конфликтов и споров, возникающих в сфере туризма и гостиничного дела, устраняется сторонами самостоятельно, без вмешательства государственных судебных органов, то есть на досудебном этапе регулирования споров, и имеет форму мирового соглашения. В случае, когда стороны не согласны с принятым решением и обращение в суд пострадавшей стороной все равно состоится [4].

Делая вывод, можно заметить, что не нужно забывать про гостей, которые есть, не жалеть средств и времени, чтобы расположить к себе, например, телефонный звонок, открытка на столе, фрукты. В любом случае это будет дешевле, чем искать на место старых новых гостей.

Список источников

1. Организация гостиничного обслуживания в отелях 5 звезд. [Электронный ресурс]. URL: https://studbooks.net/751616/turizm/konfliktnye_situatsii_razreshenie (дата обращения 30.09.2019г)
2. Лойко О.Т. / Сервисная деятельность/Учебное пособие для студентов высших учебных заведений/2-е изд., М: Издательский центр «Академия», 2010г. – 304с
3. Быстров С.А. Организация гостиничного дела. – М.: Инфра-М, 2016. – 432с.
4. Типичные ошибки персонала гостиницы, которых всегда можно избежать.
5. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.hotel-planeta.ru/site/index/news/?id=13> (30.09.2019)

НАВЫКИ ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ КОЛЛЕДЖА ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ДОБЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Специалистам добывающей промышленности приходится принимать разнообразные решения в своей текущей деятельности, имеющие последствия для обеспечения экономической безопасности предприятий. Поэтому в процессе образования необходимо предусмотреть освоение выпускниками технических колледжей навыков проектной деятельности, предполагающей знание ее содержания, этапов проведения и средств достижения целей, в том числе обеспечения предприятию условий поддержания необходимого уровня экономической безопасности. В статье рассматриваются практические навыки специалистов технического профиля в сфере экономической безопасности, получаемые с помощью проектной деятельности.

Ключевые слова: студент, проект, знания, исследование, деятельность, безопасность.

Extractive industry professionals have to make a variety of decisions in their day-to-day operations that have implications for the economic security of enterprises. Therefore, in the process of education it is necessary to provide for the development of graduates of technical colleges skills of project activities, involving knowledge of its content, stages and means of achieving the goals, including ensuring the enterprise conditions to maintain the necessary level of economic security. The article discusses the practical skills of technical specialists in the field of economic security, obtained through project activities

Keywords: student, project, knowledge, research, activity, safety.

Блинов Илья Дмитриевич

Хакасский государственный университет им. Н. Ф. Катанова

E-mail: blinov.ilja.obr19@gmail.com

Научный руководитель:

*Субракова Людмила Константиновна,
кандидат экономических наук, доцент*

Средние специальные образовательные учреждения должны подготавливать студентов к трудовой деятельности в быстро меняющихся условиях производства с высокими рисками угроз внешнего и внутреннего характера. Ко времени окончания студент должен быть подготовлен к продуктивной работе на определенном месте в производственной системе той или иной организации. Также он должен быть мобилен, способен работать с информацией: подмечать, собирать определенные факты, анализировать, выдвигать гипотезы, предлагать варианты решения этих проблем и т. д.

Сегодня проектная деятельность является востребованной технологией обучения. В рамках ФГОС проектная деятельность используется как в дошкольном образовании, так и в высшей школе [3, стр. 55]. Создание проектов – увлекательный и интересный процесс. Он зарекомендовал себя как эффективный инструмент обучения. Именно проектная деятельность является необходимым инструментом, который используется при формировании компетенций обучающихся.

Как проектная деятельность может помочь выпускникам приобрести навыки достигать целей экономической безопасности предприятий? Как подчеркивается в исследовании [1, стр. 51], «квалифицированный специалист должен обладать системными знаниями: и экономическими, и юридическими, и техническими с небольшим акцентом на экономическую составляющую, чтобы он мог правовые положения или технические решения оценивать «рублем». Он должен хорошо разбираться как в вопросах производственного менеджмента, так и в различных аспектах управления персоналом».

Для того, чтобы понять разницу научно-исследовательской и проектной деятельности, необходимо определить конечный продукт. Конечный продукт научно-исследовательской работы – теоретические знания, т. е. то, что не имеет физической оболочки. Продукт проектной деятельности – некий физический объект, который приносит определенную пользу. Исходя из данной проблемы, предлагаю рассмотреть конечные продукты проектной деятельности на основе выявления их классификации.

Проект от лат. «projektus» означает «выброшенный вперед». Французское слово «projet» переводится как «намерение, которое будет осуществлено в будущем». Термин «проект» в словарях толкуется как план, замысел, или чертеж чего-либо. Такое толкование получило дальнейшее развитие: «Проект – прототип, прообраз какого-либо объекта, вида деятельности и т. п., а проектирование превращается в процесс создания проекта». Согласно общепринятой классификации, всю проектную деятельность можно разделить на несколько видов:

1. По продолжительности (краткосрочные, долгосрочные, среднесрочные).
2. по предмету (предметные, метапредметные).
3. По теме (фантастические, экспериментальные, теоретические).
4. По месту проведения (учебные, внеучебные).
5. По количеству участников (индивидуальные, парные, групповые, коллективные).

6. По деятельности (исследовательские, практико-ориентированные, творческие). Если рассмотреть классификацию проектов с точки зрения сферы интересов обучающихся, то можно выделить 5 видов:

- 1) информационный проект;
- 2) творческий проект;
- 3) практический (практико-ориентированный) проект;
- 4) исследовательский проект;
- 5) социальный проект.

Более подробная характеристика каждого вида с указанием потенциальных конечных продуктов представлена далее.

Информационный проект направлен на сбор, обработку, анализ информации о каком-либо объекте, явлении для его анализа, обобщения и представления широкой аудитории. Продуктами могут стать стенд, плакат, статьи в газетах, мультимедийный продукт (презентация), т. е. объекты, в которых заложено хранение и передача какой-либо информации.

Творческий проект, результатом которого является некое произведение искусства или культурное мероприятие, например, костюм, организация мероприятия, музыкальное произведение, спектакль, предполагает обращение к сфере искусства. Конечный продукт творческого проекта должен полностью это отразить.

При реализации практического проекта появляется определенный практический результат, т. е. создаются атлас, карта, видеофильм, справочник, учебное пособие.

Исследовательский проект напоминает научное исследование. Он включает в себя выдвижение некой научной гипотезы и её проверку. При этом используются научные методы: лабораторный эксперимент, моделирование, социологический опрос и другие. Конечным результатом могут выступить доклад, прогноз, модель, научно-исследовательская или опытно-конструкторская работа.

Социальный проект направлен на изменения в обществе. Он влияет каким-либо образом на окружающих. В качестве продукта могут выступать план благоустройства района, решение экологической проблемы, правила поведения обучающихся, социальная реклама, экскурсия.

Проектно-исследовательская деятельность – это серьезная и целенаправленная работа преподавателя-руководителя [2, стр. 42]. Проектно-исследовательская деятельность обучающихся в СПО является важной на пути к подготовке выпускной квалификационной работы и в последующей, реализации ее результатов [4, стр. 14]. Благодаря данному методу обучающиеся приходят к определенному результату, проведя анализ связей различных наук, к выводам исследования как самостоятельного взгляда на решение поставленной проблемы. Реализация метода проектов приводит к изменению позиции преподавателя. Он превращается в

организатора исследовательской деятельности обучающихся. Деятельность преподавателя и студентов на разных стадиях работы над проектом представлена в таблице.

Таблица – Структура проектной деятельности

Стадии	Деятельность преподавателя	Деятельность обучающихся
1. Разработка проектного задания	Преподаватель выбирает возможные темы исследования и предлагает их студентам.	Студенты обсуждают темы и принимают общее решение.
1.1. Выбор темы проекта	Преподаватель предлагает студентам совместно отобрать тему проекта. Преподаватель участвует в обсуждении тем, предложенных обучающимися.	Группа студентов совместно с преподавателем отбирает темы и предлагает группе для обсуждения.
1.2. Выделение подтем и тем проекта	Преподаватель предварительно вычленяет подтемы и предлагает обучающимся для выбора. Преподаватель принимает участие в обсуждении со студентами подтем проекта.	Каждый из студентов выбирает себе подтему или предлагает свою. Студенты активно обсуждают и предлагают варианты подтем.
1.3. Формирование творческих групп	Преподаватель проводит организационную работу по объединению студентов в группы, выбравших себе конкретные подтемы и виды деятельности.	Студенты уже определили свои роли и группируются в соответствии с ними в малые команды.
1.4. Подготовка материалов к работе: формулировка вопросов и задания, отбор литературы	Если проект объемный, то преподаватель заранее разрабатывает задания, вопросы для поисковой деятельности и предлагает литературу.	Отдельные студенты группы принимают участие в разработке заданий. Вопросы для поиска ответа могут выработываться в командах с последующим обсуждением группой.
1.5. Определение форм выражения итогов	Преподаватель принимает участие в обсуждении итогов проектной деятельности.	Студенты обсуждают формы представления результата исследовательской деятельности: презентация, альбом, натуральные объекты.
2. Разработка проекта	Преподаватель консультирует, направляет работу студентов, стимулирует их деятельность.	Студенты осуществляют поисковую деятельность в определенном направлении.
3. Оформление результатов	Преподаватель консультирует, координирует работу студентов, стимулирует их деятельность.	Студенты вначале по подгруппам, а потом в группе оформляют результаты в соответствии с принятыми правилами.
4. Презентация	Преподаватель организует оценивание (например, приглашает в качестве экспертов других студентов или подгруппу и др.).	Представляют результаты своей работы в виде докладов, презентаций и т. д.
5. Рефлексия	Оценивает активность студентов. Совместно со студентами подводит итоги работы.	Оценивают свою деятельность. Совместно с преподавателем подводят итоги работы, высказывают пожелания, коллективно обсуждают оценки за работу.

Главная цель проектов – вводить студентов в деятельность проектирования [5, стр. 80]. Это задача трудная, поскольку она предполагает хорошее владение деятельностным подходом и отличается от других типов деятельности. Но студентам необходимо понять то, что, делая свое дело, не надо думать о результате, а о том, как его лучше сделать. Результат придёт сам. Но если всё сделано как следует, а результата нет, всё равно нужно быть довольным собой и спокойным, даже если не получилось всё как нужно (принцип гуманистической педагогики).

Подводя итог, хотелось бы отметить, что разделение проектов по видам является результативным в связи с тем, что обучающимся становятся понятны пути решения поставленной перед ними задачи. Часто работа обучающихся останавливается тогда, когда они не могут понять, каким хотят видеть свой конечный продукт. Приведенная в статье классификация проектов по видам может помочь определиться с выбором проекта тем, что не только перечисляет потенциальные продукты, но и указывает на сферу интересов обучающихся, проанализировав которую, можно найти объект, который больше всего подойдет в качестве конечного результата.

Таким образом, проектная деятельность реально способствует формированию нового типа студента, обладающего неким набором умений и навыков самостоятельной конструктивной работы, владеющего способами целенаправленной деятельности, готового к сотрудничеству и взаимодействию, наделенного опытом самообразования.

Список источников

1. Попков В. П., Соловьев А. И. Проблемы подготовки специалистов в сфере обеспечения экономической безопасности предпринимательских структур // Защита информации. Конфидент. 2004. № 3. 134 С.

2. Андреева, Н.Д. Методика обучения биологии в современной школе: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Н. Д. Андреева, И. Ю. Азизова, Н. В. Малиновская. – М.: Юрайт, 2017. – 294 с.

3. Журавлева В.Н. Проектная деятельность старших школьников. Пособие / В.Н.Журавлева. – Волгоград: Учитель, 2011. – 302 с.

4. Кадыкова, О.М. Общешкольный проект- основа механизма управления проектно-исследовательской деятельностью учащихся / О. М. Кадыкова // Эксперимент и инновации в школе. – 2013.-№5. – 261 с.

5. Кудрявцева А.И. Педагогическое проектирование как метод управления инновационным процессом в ДОУ / Под общ. ред. Г.Д.Ахметовой // Проблемы и перспективы развития образования. – Пермь: Меркурий, 2011. – 296 с.

АНАЛИЗ ПРИЧИН И ДИНАМИКИ БАНКРОТСТВ В СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ

Число банкротств в строительстве прогнозируемо возрастает. На это указывает стагнация в экономике и рост количества неплатежей в строительной отрасли. Застройщики накапливают долги за материалы, объемы выполненных работ подрядчиками, кредиты банкам, которые ужесточили политику в отношении застройщиков. Кредитные организации неохотно идут на реструктуризацию долгов, и порой при первых неплатежах начинают инициировать процедуру банкротства строительной компании. Поэтому проблема банкротства строительных организаций остается наиболее актуальной на сегодняшний день.

Ключевые слова: девелоперы, дольщики, банкротство, эскроу-счета, финансирование.

The number of bankruptcies in construction is projected to increase. This is indicated by the stagnation in the economy and the increase in the number of non-payments in the construction industry. Developers accumulate debts for materials, the volume of work performed by contractors, loans to banks, which have tightened the policy towards developers. Credit institutions are reluctant to restructure debts, and, sometimes, at the first defaults begin to initiate bankruptcy proceedings of the construction company. Therefore, the problem of bankruptcy of construction companies remains the most relevant today.

Keywords: developers, shareholders, bankruptcy, escrow accounts, ZOS, ZOS, financing.

*Богомолова Мария Юрьевна
ФГБОУ ВО «Вятский государственный университет
E-mail: Bogommaria96@mail.ru
Научный руководитель:
Головёнкин Дмитрий Александрович,
кандидат экономических наук, доцент*

На протяжении как минимум двух десятилетий строительная отрасль привлекала значительные суммы от населения без каких-либо гарантий выполнения работ в оговоренные сроки или возврата сумм, развивалась на фоне быстрорастущих цен на жилье, позволявших застройщикам получать высокие доходы и устойчиво увеличивать объемы жилищного строительства. Это спровоцировало развитие бизнес-модели, при которой финансовые средства, привлекаемые на строительство новых объектов, направлялись на достройку старых, а также на покупку земли и подготовку к строительству следующих объектов. В условиях торможения развития рынка жилья и снижения цен на жилье такая бизнес-модель перестает работать – у застройщиков не хватает оборотных средств на достройку начатых объектов, деньги на которые с инвесторов (включая дольщиков) были собраны ранее.

Кроме того, недавние поправки в жилищном законодательстве еще больше обостряют проблемы финансово несостоятельных застройщиков, закрывая перед ними возможность кредитоваться у новых инвесторов и вытесняя их с рынка.

Так, с 1 января по 10 сентября 2019 г. в России выявлено 133 застройщика-банкрота, которые в совокупности возводят 709 домов общей жилой площадью 2,95 млн кв. м. Это сопоставимо с количеством банкротов за весь 2018 год: тогда банкротами были признаны 111 застройщиков, еще 39 вошли в одну из стадий банкротства. Эти компании возводят 576 домов общей площадью 4,5 млн кв. м.

Среди банкротов 2019 г. подавляющее большинство – небольшие застройщики: у 103 в стадии строительства не более четырех домов (именно домов, а не жилых комплексов), и в среднем жилая площадь этих домов не превышает 8000 кв. м.

Эксперты, опрошенные «Ведомостями», указывают, что основная причина роста банкротств – в изменившихся с 1 июля 2019 г. правилах для девелоперов. С 1 июля 2019 г. все

застройщики обязаны продавать квартиры через счета эскроу – на этих счетах деньги покупателей должны находиться до завершения стройки. По данным Минстроя РФ свыше 3,1 тысяч российских застройщиков еще два года будут достраивать свои проекты по старым правилам. Около 800 девелоперов уже работают по схеме эскроу, почти столько же до сих пор не получили заключения о соответствии требованиям закона о долевом строительстве (ЗОС) и не перешли на проектное финансирование. Сейчас, по данным Министерства, средняя стоимость проектного финансирования для застройщиков составляет 6,9 %. В разрезе объемов строительства цифры выглядят следующим образом: 70,1 млн кв. м будут строиться по старым правилам, через эскроу-счета – около 20 млн кв. м, еще 30 млн кв. м приходится на «неопределившихся» застройщиков. Именно они могут оказаться в зоне риска: не получить ЗОС и проектное финансирование.

Если не поддержать застройщиков, которые оказались в красной зоне, есть вероятность получить новые долгострои и новых обманутых дольщиков. По оценкам «Метриум», в России каждая четвертая новостройка находится в зоне риска из-за подвешенного состояния застройщиков этих объектов. Так как застройщик не может больше привлекать деньги дольщиков напрямую, и при этом не получает банковское финансирование, то возникает перспектива заморозки строительства и невыполнения обязательств перед дольщиками, которые уже успели вложиться в проект до начала реформы [1].

В Минстрое разработали критерии, по которым ЖК в высокой степени готовности будут достраиваться по старым правилам. Это проекты, построенные на 30 % и распроданные на 10 %. Таких проектов достаточно много. То есть деньги дольщиков отправятся в банк, но не на эскроу, а на спецсчет застройщика. Для этого у застройщика должен быть документ с аббревиатурой ЗОСК. ЗОСК – это заключение о соответствии критериям 214-ФЗ. Наличие ЗОСК говорит о том, что у компании есть вся необходимая разрешительная документация.

Способы финансирования достройки дома после 01.07.2019 представлены в таблице и на рисунке 1.

Таблица – Способы финансирования достройки дома после 01.07.2019

Способ финансирования достройки дома после 01.10.2019	Объем строительства, м² (по ответам застройщиков)	Интерполяция на весь объем строительства
Заключен договор проектного финансирования со счетами эскроу (ДПФСЭ)	2 563 006	9 084 574
Планируется заключение ДПФСЭ	4 958 447	17 575 213
Получено ЗОСК	17 232 788	61 081 609
Планируется получение ЗОСК до 01.11.2019	4 563 672	16 175 933
Планируется получение ЗОСК в период с 01.10.2019 до 01.01.2020	701 903	2 487 895
Собственные средства застройщика	4 834 500	17 135 884
Иное	3 445 982	12 214 281
Всего	38 300 298	135 755 390

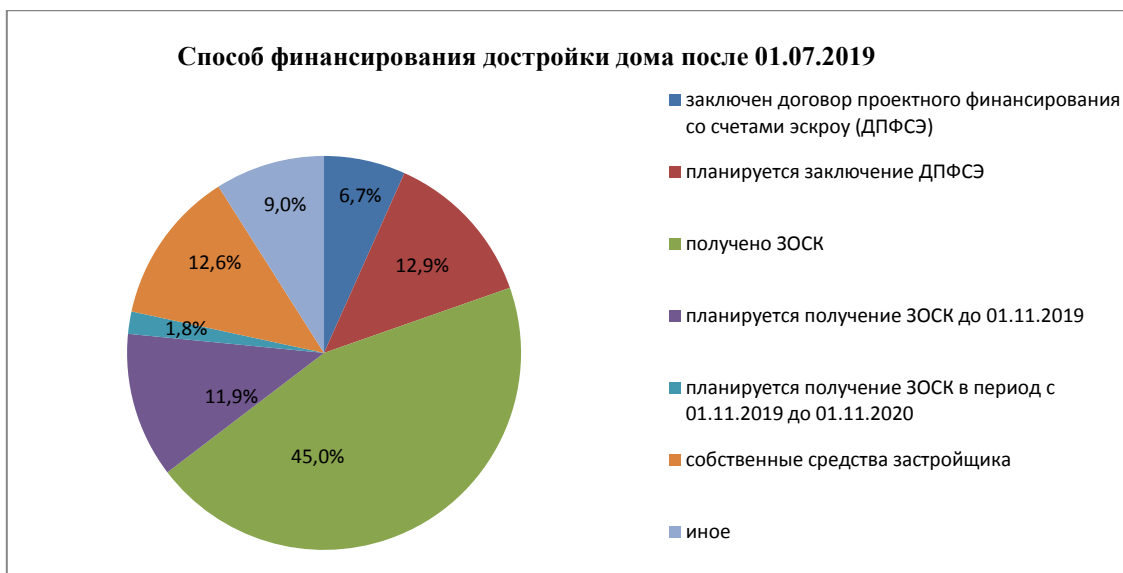


Рисунок 1 – Способы финансирования достройки дома после 01.07.2019

То есть в отношении 45 % строящегося жилья застройщики уже получили ЗОСК, еще для 12 % планируется получить ЗОСК до 01.11.2019. На получение ЗОСК в период с 01.11.2019 до 01.01.2020 рассчитывают застройщики 1,8 % строящегося жилья. На работу по договорам проектного финансирования со счетами эскроу перешли застройщики 6,7 % строящегося жилья, еще 13 % планируют переход.

К 2020 г. спрогнозировано двукратное увеличение обманутых дольщиков в России. В зоне риска как раз застройщики, которым не одобрили кредиты и не разрешили достраивать объекты по старой схеме. Сейчас в неопределенной ситуации находится более 600 компаний, они строят дома для 200 тысяч дольщиков. Это может привести к проблемам с достройкой домов. Скорее всего, в отношении таких компаний будут начаты процедуры банкротства, а дольщики, которые купили в их объектах квартиры, будут включены в реестр обманутых дольщиков и будут ждать, когда государство в лице «Фонда защиты прав граждан» построит и передаст им их жилье.

В настоящее время в России насчитывается примерно 200 тысяч пострадавших дольщиков. В 2020–2022 годах их число может возрасти на 176–340 тысяч человек.

На сегодняшний день крупные девелоперы имеют преимущества, позволяющие им увереннее держаться на плаву, – ипотека есть с первых дней продажи, им проще получить кредит. Однако с рынка уходят и малые застройщики: портфели проектов у них небольшие, средств недостаточно, чтобы сформировать подушку безопасности и поддержать себя в сложные времена; банки настороженно к ним относятся и неохотно их кредитуют. Последним обстоятельством отчасти объясняется то, что среди заявителей в делах о банкротстве так мало банков: 37 % обращений о банкротствах – от дольщиков.

Отдельно выделяют застройщиков-банкротов, в делах которых заявителем выступил Фонд защиты прав граждан – участников долевого строительства: дел немного (3 %), но площадь строительства – 315 000 кв. м (11 %). Фонд создан в октябре 2017 г., в нем аккумулировано около 34,7 млрд руб. – это взносы застройщиков в компенсационный фонд: 1,2 % с каждого договора долевого участия (всего их 634 600) [3].

В силу того, что в настоящее время насчитывается немалое количество застройщиков-банкротов, необходимо проанализировать динамику изменения их количества в активных процедурах банкротства. Динамика изменения количества застройщиков в активных процедурах банкротства и объемов незавершенного ими строительства представлены на рисунке 2.

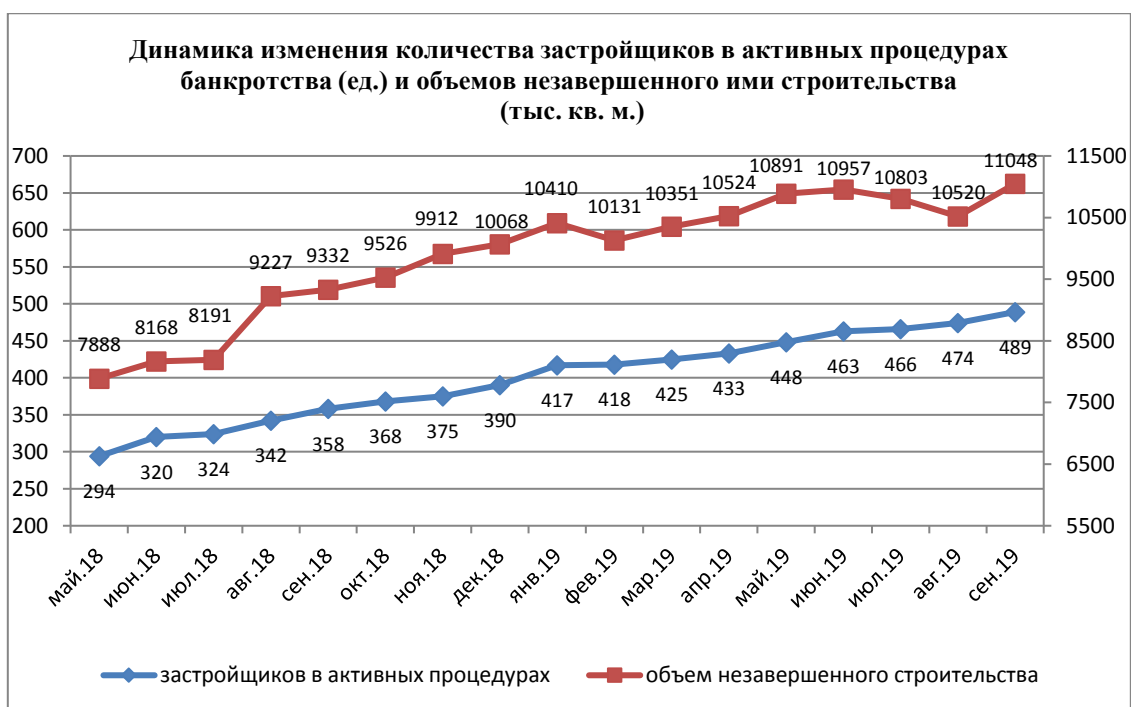


Рисунок 2 – Динамика изменения количества застройщиков в активных процедурах банкротства и объемов незавершенного ими строительства

Согласно данным рисунка 2, можно сделать вывод о том, что рост банкротства застройщиков с каждым годом увеличивается, объем незавершенного производства за год по данным сентября увеличился на 15,5%. Это связано с тем, что у застройщиков не хватает оборотных средств на достройку начатых объектов. Кроме того, недавние поправки в жилищном законодательстве еще больше обостряют проблемы финансово несостоятельных застройщиков, закрывая перед ними возможность перекредитовываться у новых инвесторов и выдавливая их с рынка.

Стоит заметить, что основными причинами роста банкротства застройщиков до 01.07.2019 г. был кризис 2015–2019 гг. после резкого повышения ключевой ставки, а также часто меняющиеся правила работы рынка. После 01.07.2019 г. основными причинами стали: недоступность проектного финансирования, отсутствие альтернативных источников финансирования.

Подведя итог вышеизложенному, можно сделать вывод о том, что рост банкротства застройщиков с каждым годом только увеличивается. В сложившейся ситуации необходимо принять меры по увеличению доступности проектного финансирования. Этими мерами могут быть:

- 1) увеличение финансовой устойчивости застройщиков и урегулирование взаимоотношения с банками (необходимо ввести запрет на капитализацию процентной ставки, установить предельное число банковских комиссий и плат, установить запрет на увеличение ставки проектного финансирования в ходе строительства, предоставить возможность зачета встречных однородных требований, внедрить механизм выкупа инфраструктурных объектов, а также предоставить проектное финансирование на строительство таких объектов по нулевой ставке);
- 2) внесение изменений в налоговое законодательство в целях снижения налогового бремени и совершенствования налогового учета;
- 3) развитие института гарантирования ДОМ. РФ;
- 4) отмена избыточных требований в отношении застройщиков, перешедших на механизм эскроу-счетов;
- 5) защита малого и среднего предпринимательства в строительной сфере;
- 6) проведение индексации сметных нормативов [2, стр. 307].

Таким образом, проблема банкротства строительных организаций остается наиболее актуальной на сегодняшний день. Высокая доля просроченной задолженности в строительной отрасли является максимальной по сравнению с основными отраслями экономики, что свидетельствует о низком уровне ее кредитоспособности. Увеличение количества банкротств среди

застройщиков ведет к ряду неблагоприятных последствий. Чтобы уменьшить такие последствия, необходимо разработать механизм завершения строительства проблемных объектов.

Список источников

1. Банкротства среди застройщиков участились [Электронный ресурс]: <https://www.vedomosti.ru/realty/articles/2019/09/22/811768-bankrotstva-zastroischikov>, (дата обращения: 30.10.2019)

2. Дементьев В.В. Банкротство застройщика: особенности и последствия // практической конференции: в 3 частях. 2017. С. 305-308;

3. Застройщики-банкроты 2019 года [Электронный ресурс]: <https://www.oknamedia.ru/novosti/zastroyschiki-bankroty-2019-goda-49757>), (дата обращения: 31.10.2019)

ПРОБЛЕМА ФИНАНСИРОВАНИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В РОССИИ

Без участия малого и среднего бизнеса, выступающего одной из основных частей экономики страны, невозможно эффективное развитие рыночных отношений. Однако при открытии своего дела предприниматель сталкивается с рядом проблем, главной из которых является финансирование. В данной статье раскрыты актуальные финансовые проблемы развития малого бизнеса в России и представлены основные меры по их решению.

Ключевые слова: малый бизнес, финансирование малого бизнеса, актуальные проблемы предпринимательства.

Without the participation of small and medium-sized businesses, which are one of the main parts of the country's economy, it is impossible to effectively develop market relations. However, an entrepreneur faces a number of problems, the main of which is financing. This article reveals the actual financial problems of small business development in Russia and presents the main measures to address them.

Key words: small business, financing of small business, actual problems of entrepreneurship.

*Божанова Татьяна Алексеевна
ФГБОУ ВО «Елецкий государственный университет им. И. А. Бунина»
E-mail: Tanyamalik1d@yandex.ru
Научный руководитель:
Костенькова Татьяна Александровна,
кандидат экономических наук, доцент*

Постепенно в экономической структуре России завоевывает свое место малый бизнес. Он, набирая опыт и повышая качество жизни населения, все более укрепляет свои позиции и становится неотъемлемой частью современного рынка. Именно малый бизнес, как относительно новый сектор экономики, способен быстро реагировать на колебания рыночной конъюнктуры и окупаться. Он способен решить проблему занятости населения, создавая новые рабочие места, что является актуальным в современных рыночных условиях.

По данным на 10 ноября 2017 г. в России всего было зарегистрировано 5862360 субъектов малого бизнеса, из которых индивидуальные предприниматели составили 3105636, а юридические лица – 2756724 [4]. Согласно статистике численность трудоустроенных в сфере малого и среднего бизнеса составляет 15960987 человек. Данный показатель значительно весом, ведь в рамках нашей страны он превышает 20 % от всего экономически активного населения.

Принимая во внимание всю значимость малого и среднего бизнеса в современной экономике, Правительство РФ старается уделить как можно больше внимания его развитию и поддержке, решению возникающих социальных и экономических проблем.

Сегодня, несмотря на все достижения данного сектора, можно выделить проблемы, которые затрудняют развитие предпринимательства:

- ограниченный доступ к финансированию;
- плохой бизнес-климат;
- проблемы с кадровыми ресурсами;
- проблемы с рынками сбыта [5].

Из представленного перечня актуальных проблем самой главной по-прежнему остается проблема финансирования. Решая данный вопрос, предприниматель, как известно, должен руководствоваться здравым смыслом – быстро, дешево, доступно. Известно, что основными денежными источниками для предприятий малого и среднего бизнеса являются собственные или заемные средства, а также прибыль, полученная в ходе осуществления деятельности. Зачастую предпринимателям не хватает собственных средств, причем не всегда это может быть

на начальном этапе жизненного цикла бизнес-проекта. Общероссийской общественной организацией малого и среднего предпринимательства «Опора России» было проведено интересное исследование, посвященное финансированию малого и среднего предпринимательства. Оно показало, что 60,4 % опрошенных заявили в качестве главных источников финансирования собственные вложения из прибыли, а 30,5 % – личные средства собственника. И только 16,2 % опрошенных назвали в качестве источника финансирования кредиты банков. Из этого можно сделать вывод, что в большей мере малым предприятиям следует рассчитывать на собственные силы [2].

Открывая свое дело, бывает сложно рассчитывать на кредиты и заемные средства. Российские банки не всегда охотно финансируют стартапы из-за их потенциальной ненадежности, отдавая предпочтения более перспективным компаниям с опытом на рынке. Ни для кого не секрет, что во многих крупнейших банках и их филиалах лишь формально существуют различного рода декларации и постановления о содействии малому бизнесу. На самом же деле кредитованием малого предпринимательства занимаются далеко не все учреждения такого рода, а лишь их чрезвычайно ограниченное число.

Специалисты банковской сферы оценивали спрос на кредитование малого бизнеса в почти 30 млрд долларов, в то время как предложение от этой суммы составило всего 10–15 %. Согласно данным, представленным РБК, 50 % предпринимателей в ходе проведения опроса о выявлении проблем предпринимательства поставили максимальный балл в пункте «Кредитный голод», а средняя оценка в нем оказалась 4,13 из 5 [5].

Отношение коммерческих банков все более ухудшается из-за увеличения числа разорившихся предприятий малого бизнеса. Высокая конкуренция позволяет многим субъектам продержаться на рынке не более двух лет. У большинства компаний из-за невозможности покрыть все долги возникают новые задолженности перед банками по кредитам.

Кроме кредитов для малого и среднего бизнеса, существуют и другие внешние источники финансирования, например, лизинг и франчайзинг.

На начальных этапах становления бизнеса уже функционирующие предприятия могут столкнуться с проблемами обновления основных фондов и развития материально-технической базы. Не всегда у компании есть достаточно средств для того, чтобы увеличить свою конкурентоспособность на рынке и модернизировать производство. Наиболее эффективным способом финансирования здесь является лизинговая форма приобретения имущества. Оно позволяет начинающим предпринимателям открыть или расширить свое дело даже в случае ограниченного стартового капитала, так как лизинг обеспечивает получение оборудования без привлечения крупных финансовых средств. Это решает одновременно сразу две проблемы для начинающего бизнесмена – приобретение оборудования и его финансирование. Кроме того, сторонам лизинга предоставлен ряд налоговых льгот по законодательству РФ.

Другим источником финансирования, который также набирает популярность, является система франчайзинга. Она представляет собой долгосрочное сотрудничество двух и более партнеров, которые объединяются с целью совместного использования одного товарного знака, технологии или другого объекта интеллектуальной собственности. Договор франчайзинга охватывает широкий спектр экономических и правовых отношений. Основными преимуществами данного вида финансирования являются:

- всесторонняя поддержка, так как разные субъекты одинаково заинтересованы в коммерческом успехе;
- снижение затрат, так как зачастую предоставляются товары по льготным ценам;
- используется уже функционирующая схема и тактика ведения бизнеса;
- товарный знак привлекает новых клиентов;
- снижаются издержки на рекламу [1].

Еще одним интересным вариантом финансирования малого бизнеса является финансирование за счет бюджета, так как в данном варианте не нужно выплачивать проценты банку и возвращать денежные средства. Предпринимателю требуется лишь сделать отчет о целевом использовании полученных средств. В рамках различных целевых программ, разрабаты-

ваемых на региональном и федеральном уровнях, малые и средние предприятия финансируются на определенных условиях. Следовательно, чтобы получить субсидии, нужно соответствовать требованиям конкретной программы, общими из которых являются:

- предприятие должно быть включено в Единый реестр субъектов малого предпринимательства;
- отсутствие задолженности по платежам в бюджет;
- отсутствие задолженности по кредитным платежам.

Бюджетное финансирование субъектов малого предпринимательства происходит на конкурсной основе.

Финансирование малых предприятий может быть выражено в следующих формах:

- компенсация части процентной ставки по кредитам, которая, в зависимости от срока кредита, может составлять 1/2, 1/3 или 2/3 ставки рефинансирования ЦБ РФ;
- компенсация затрат по договорам лизинга;
- компенсация затрат на вознаграждения за предоставление банковских гарантий;
- возмещение части затрат на выполнение работ по присоединению к инженерным и электронным сетям;
- компенсация затрат по прохождению обязательной сертификации.

В зависимости от особенностей программы финансирования малого бизнеса, в перечень субсидируемых затрат могут включаться:

- затраты на аренду зданий и помещений;
- затраты на оплату транспорта;
- затраты на услуги сторонних организаций (например, юридических, бухгалтерских);
- затраты на многие другие услуги [3].

Таким образом, недостаточное финансирование малого бизнеса может привести к тому, что все дальнейшие планы на расширение могут быть разрушены, а деятельность предприятия будет под угрозой банкротства. И если для крупных предприятий данная проблема может быть решена, например, эмиссией акций, то для малого бизнеса таких привилегий, к сожалению, нет.

Список источников

1. Антонец Д.К. Проблемы финансирования малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации // Современные научные исследования и инновации. 2015. № 12 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://web.snauka.ru/issues/2015/12/60691> (дата обращения: 16.10.2019).

2. Актуальные вопросы поддержки малого и среднего предпринимательства в Москве. Проблемы и перспективы кредитования и доступности госзаказа // ГАРАНТ. РУ [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.garant.ru/interview/330795/> (дата обращения: 18.10.2019).

3. Неприкрытая правда о политике и экономике [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://politus.ru/v-rossii/1739-kakie-problemy-volnuyut-malyu-biznes-i-kak-reshit-eti-voprosy.html> (дата обращения: 16.10.2019).

4. Перспективы развития малого и среднего бизнеса в России в условиях санкций [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://novainfo.ru/article/16453> (дата обращения: 17.10.2019).

5. РБК Экономика [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/economics/25/09/2015/560574bf9a7947d1198f6d29> (дата обращения: 16.10.2019).

Бузулукова Елизавета Леонидовна

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДОВ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ
В ОРГАНИЗАЦИИ РЕСУРСОДОБЫВАЮЩЕГО РЕГИОНА СЕВЕРА
В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ
(НА ПРИМЕРЕ ООО «СПЕЦТЕПЛОСЕРВИС»)**

В статье анализируется опыт использования административных, экономических, социально-психологических методов управления персоналом в ООО «СпецТеплоСервис» (г. Мегион Ханты-Мансийского автономного округа – Югры), выявляются существующие проблемы и формулируются предложения по их решению на основе применения информационно-коммуникационных технологий.

Ключевые слова: управление персоналом, методы управления персоналом, информационно-коммуникационные технологии, Ханты-Мансийский автономный округ – Югра.

The article analyzes the experience of using administrative, economic, social and psychological methods of personnel management in SpetsTeploService LLC (Megion, Khanty-Mansiysk Autonomous Okrug-Yugra), identifies existing problems and formulates suggestions for their solution based on the use of information and communication technologies.

Keywords: personnel management, personnel management methods, information and communication technologies, Khanty-Mansiysk Autonomous Okrug – Yugra.

*Бузулукова Елизавета Леонидовна
ФГБОУ ВО «Югорский государственный университет»
E-mail: buzulukova-97@mail.ru
Научный руководитель:
Брагина Елена Михайловна,
кандидат исторических наук, доцент
Югорского государственного университета*

В условиях быстро развивающихся цифровых технологий меняются принципы и методы управления персоналом организаций. В новых цифровых реалиях необходимы инновационные современные мотивационные программы и направления развития персонала, инновационные подходы при поиске и подборе творческих сотрудников, построение на новых принципах современных информационно-коммуникационных связей организации. С развитием цифровизации функция управления персоналом организации останется одной из главных. Она будет определять успех организации на рынке, но при этом принципиально изменится. Актуальность темы данной статьи определяется необходимостью совершенствования методов управления персоналом в условиях все более масштабного распространения информационно-коммуникационных технологий.

Методы управления персоналом представляют собой способы воздействия на коллективы и отдельных работников с целью осуществления координации их деятельности в процессе функционирования организации. Существуют различные классификации методов управления персоналом. Наиболее распространенным является выделение трех групп методов – административных, экономических и социально-психологических [1]. Эта классификация стала основой для анализа методов управления персоналом в данной работе.

Предметом данного исследования выступает ООО «СпецТеплоСервис» – крупное многопрофильное предприятие в Югре (г. Мегион), обеспечивающее клиентов следующими видами услуг: техническая эксплуатация зданий и сооружений; клининг; инфраструктурное обслуживание; обслуживание жилого фонда. Организация является рентабельной, ее доход растет год от года.

Состав и структура персонала организации, представленные в таблице 1, позволяют сделать следующие выводы: численность персонала ежегодно увеличивается, большую его

часть занимают рабочие (88,4 %). Большинство сотрудников имеют среднее профессиональное образование (75,3 %). Высшее образование имеют 10,3 % сотрудников из числа руководителей и специалистов. Основные категории работников имеют возраст от 18 до 35 лет (49 %), наибольший удельный вес составляют работники со стажем работы свыше 10 лет. Соотношение мужчин и женщин примерно одинаково [2].

Таблица – Состав и структура персонала ООО «СпецТеплоСервис» в 2016–2018 годах [2]

Категории персонала	2016 г.		2017 г.		2018 г.	
	Чел.	%	Чел.	%	Чел.	%
Среднесписочная численность работников, всего, в т. ч.:	561	100,0	574	100,0	580	100,0
рабочие	511	91,1	512	89,2	513	88,4
служащие	7	1,24	12	2,1	20	3,4
руководители	26	4,63	28	4,9	27	4,7
специалисты	17	3,03	22	3,8	20	3,5

Перейдем к рассмотрению методов управления персоналом, используемым в данной организации.

Среди административных методов управления персоналом в ООО «СпецТеплоСервис» наиболее распространенным является издание локальных нормативных актов, регулирующих трудовые отношения. В ООО «СпецТеплоСервис» заключен коллективный договор, приняты правила внутреннего трудового распорядка. Каждое структурное подразделение имеет положение, а сотрудники – должностные инструкции, регламенты выполняемых работ. Управленческие решения по кадровым вопросам фиксируются в приказах по основной деятельности и по личному составу. В связи с большей штатной численностью в организации издается 400–500 приказов по личному составу в год.

Экономические методы управления персоналом в ООО «СпецТеплоСервис» реализуются через различные формы материального стимулирования, к которым относятся оплата труда, премирование, оплата дополнительных видов социальных гарантий. Они закреплены в принятых в ООО «СпецТеплоСервис» нормативных документах – коллективном договоре, положении об оплате труда, положении о премировании, положении об оказании материальной помощи.

Средняя начисленная заработная плата постоянно увеличивается в соответствии с требованиями Трудового Кодекса об ее индексации в связи с инфляцией. В 2018 году размеры заработной платы составляли: у руководителей – 82500–100000 руб., у специалистов – 50000–60000 руб., у служащих – 42000–47500 руб., у рабочих – 27500–35000 руб. [2]. Заработная плата в ООО «СпецТеплоСервис» несколько превышает средние значения заработных плат у соответствующих категорий работников в городе Мегионе. Спецификой применения методов данной группы в ООО «СпецТеплоСервис» как организации, находящейся на территории северного ресурсодобывающего региона, является наличие дополнительных выплат в соответствии с федеральным и региональным законодательством – районного коэффициента, северной надбавки, оплаты проезда до места проведения отпуска, что существенно увеличивает размеры оплаты труда по сравнению с другими регионами России. Однако наличие предприятий нефтегазового комплекса с более высокими уровнями заработной платы ставится одной из причин значительной текучести кадров, прежде всего рабочих молодого возраста.

Социально-психологические методы управления персоналом в ООО «СпецТеплоСервис» используются не в полной мере. В организации они базируются на награждение сотрудников, формировании корпоративной культуры сотрудников, обучения сотрудников в виде системы наставничества. В 2017 году принят документ – «Декларация ценностей», закрепляющий основы корпоративной культуры ООО «СпецТеплоСервис». В организации разработана система награждения корпоративными наградами, среди которых почетное звание «Ветеран труда», Почетная грамота, объявление благодарности генерального директора. В ООО «СпецТеплоСервис» проводятся различные виды корпоративных мероприятий, направленных на сплочение коллектива – банкеты, конкурсы, спортивные соревнования, со-

вещания, награждения. Система обучения в организации происходит в виде назначения наставника. Работники обучаются внутри предприятия, осваивают новые должности и замещают рабочие места [2].

В ходе проведения исследования были выявлены проблемные вопросы по применению методов управления персоналом в ООО «СпецТеплоСервис».

В ООО «СпецТеплоСервис» существует проблема с текучестью кадров, особенно среди рабочих. Коэффициент текучести рабочей силы в 2016 году составил 8,4 %, в 2017 г. – 17,2 %, в 2018 г. – 5 % [2].

Около 50 % молодых сотрудников ООО «СпецТеплоСервис», прежде всего рабочих, задумываются о смене работы и поиске более доходных мест труда. Именно они оказывают доминирующее влияние на высокую текучесть кадров в организации. Их уход из организации объясняется тем, что у молодых сотрудников завышены ожидания, связанные, главным образом, с оплатой труда. Им необходимо решать проблемы с приобретением жилья, созданием семьи, воспитанием детей и т. д. Кроме того, они не без оснований надеются, что в ресурсодобывающем регионе смогут найти более высокооплачиваемую работу, например, вахтовым способом на нефтяных месторождениях.

Исходя из задач исследования, особое внимание было обращено на использование информационно-коммуникационных технологий для организации кадровой работы в ООО «СпецТеплоСервис». К проблемным вопросам в этой сфере можно отнести отсутствие сайта для внутренних потребностей организации; игнорирование широких возможностей сети «Интернет» для поиска, подбора кадров; длительное обновление программы 1С «Зарплата и кадры 7.7», отсутствие коммерческой версии компьютерной справочной правовой системы «КонсультантПлюс».

Для решения названных проблемных вопросов могут быть сформулированы следующие предложения.

Для совершенствования административных методов предлагается:

- разработать отдельный сайт ООО «СпецТеплоСервис», предназначенного для внутреннего использования сотрудниками организации, с размещением на нем информации нормативного, инструктивного, методического характера;
- размещать на официальном сайте информацию об имеющихся вакансиях;
- организовать систему обратной связи с потенциальными кандидатами на имеющиеся вакантные места в онлайн-режиме, а также с возможностью предоставления в электронном формате необходимых документов;
- организовать систему формирования кадрового резерва на должности руководителей и специалистов с подачей претендентами необходимых документов через ресурсы официального сайта;
- использовать для поиска кандидатов на вакантные должности имеющиеся специализированные сайты;
- в целях повышения квалификации сотрудников кадровой службы приобрести коммерческую версию компьютерной справочной правовой системы «КонсультантПлюс».

Для совершенствования экономических методов предлагается создание и активное функционирование системы повышения профессиональной квалификации с использованием возможностей дистанционного обучения с оплатой обучения по направлениям, актуальным для организации. Целесообразно также введение материального поощрения в виде премирования за повышение сотрудниками своей квалификации и внедрение вновь полученных знаний в производственную систему ООО «СпецТеплоСервис».

Для совершенствования применяемых социально-психологических методов необходимо:

- улучшить существующую систему обратной связи между сотрудниками и руководителями организации с помощью специального ресурса на сайте ООО «СпецТеплоСервис»;
- проводить онлайн-социологические опросы сотрудников по наиболее важным вопросам деятельности организации;

– на сайте ООО «СпецТеплоСервис» организовать освещение жизни коллектива, проведения корпоративных мероприятий, создать Доску почета, Книгу ветеранов и т. д.
Для совершенствования работы кадровой службы необходима покупка версии 1С «Кадры» восьмого поколения.

Список источников

1. Кибанов, А.Я. Основы управления персоналом [Текст]: учебник / Под ред. А.Я. Кибанова. – М.:ИНФРА-М, 2015.
2. Ведомственный архив ООО «СпецТеплоСервис».

АНАЛИЗ КАЧЕСТВА ССУДНОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ ПО КРЕДИТНЫМ ОПЕРАЦИЯМ ПАО СБЕРБАНК РОССИИ

В статье проводится анализ ссудной задолженности ПАО Сбербанка России – крупнейшего банка России по показателям кредитного портфеля.

Ключевые слова: банк, кредитный портфель, ссудная задолженность, резервы.

In the article analyzes the loan debt of the largest bank of Russia – PAO Sberbank in terms of loan portfolio.

Keywords: bank, credit portfolio, loan debt, reserves.

*Валенцева Анастасия Николаевна
ФГБОУ ВО «Югорский государственный университет»
E-mail: valenceva93@mail.ru
Научный руководитель
Раздиков Евгений Николаевич,
кандидат экономических наук, доцент
Югорского государственного университета*

Значительное количество рисков для коммерческого банка сосредоточено в активах, именно поэтому анализ динамики изменения активов занимает ключевое место в деятельности финансовой организации. Для Банка важнейшим показателем по активам является ссудная задолженность.

По размеру ссудной задолженности можно оценить деловую активность организации (сокращение показателей по годам может свидетельствовать о снижении спроса потребителя на продукт кредитования, увеличение просроченной задолженности – о проблемах в работе с проблемными активами) все это определяет актуальность выбранной темы. Объектом работы является ссудная задолженность, а предметом – ПАО Сбербанк России – крупнейший банк по размеру кредитного портфеля в России [1].

Рассмотрим в таблице 1 показатель ссудной задолженности в разбивке по категориям качества за период 2015–2018 гг. в Сбербанке (ссудная задолженность по предоставленным кредитам банкам, юридическим лицам и физическим лицам). Согласно положения Банка России от 28 июня 2017 г. № 590-П "О порядке формирования кредитными организациями резервов на возможные потери по ссудам, ссудной и приравненной к ней задолженности" ссуды распределяются по категориям качества в зависимости от степени риска по выданному кредиту, всего 5 категорий качества, со второй по пятой категории ссуды считаются обесцененными [2].

Таблица 1 – Изменение ссудной задолженности по категориям качества за 2015–2018 гг., Сбербанк

Категория качества	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	Темп роста
I категория качества	8737424	7998234	8360593	8987325	102,86
II категория качества	7304781	7322822	7927891	10076066	137,94
III категория качества	872123	985028	825002	1107814	127,03
IV категория качества	213006	311373	429714	480094	225,39
V категория качества	753288	642886	692456	726933	96,50
Итого:	17880623	17260343	17260343	21378232	119,56

Как видно из таблицы 1, за период с 2015–2018 гг. значительные изменения в Сбербанке произошли в IV (обесцененной) категории качества, значение увеличилось практически более чем в 2 раза, при этом в пятой категории качества показатель уменьшился на 3,4 %. В целом размер ссудной задолженности увеличился на 19,56 %, что говорит о востребованности кредитных продуктов рассматриваемого банка.

Таблица 2 – Сравнение основных коэффициентов по кредитному портфелю

Коэффициент	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	Рекомендуемые значения
Качество и доходность кредитного портфеля	76	76	77	76	Чем выше, тем лучше
Коэффициент соотношения собственных средств к заемным	739,90	585,72	528,89	540	Не более 80
Коэффициент агрессивности-осторожности	57,46	53,19	57,03	57,89	> 70 – агрессивная < 60 – осторожная
Коэффициент эффективности кредитных операций	2,06	3,40	3,73	3,4	Чем выше, тем лучше
Коэффициент риска кредитного портфеля	0,94	0,94	0,94	0,94	Чем ближе к 1, тем лучше
Коэффициент доходности кредитного портфеля	108	11,66	105,57	92,85	Чем выше, тем лучше

Как видно из таблицы 2, качество кредитного портфеля у Сбербанка за анализируемый период повысилось. Коэффициент соотношения собственных средств к заемному капиталу выходит далеко за признанные нормы, но к 2018 г. Банк смог снизить данный показатель почти на треть. Коэффициент доходности кредитного портфеля за 2018 г. ниже практически на 10 %, чем в 2015 г., при этом в таблице 1 видно, что на 2018 г. размер проблемной ссуды увеличился, что говорит о росте просроченной задолженности, в связи с которой сократилась и доходность кредитного портфеля.

В целом можно сделать вывод, что Сбербанк проводит умеренно осторожную кредитную политику, что благотворно сказывается на показателях банка в целом.

Список источников

1. ПАО Сбербанк России: официальный сайт: URL: <https://www.sberbank.com/ru> (дата обращения 20.10.2019). – Текст: электронный
2. Справочно-правовая система Гарант: официальный сайт: URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71621612/> (дата обращения 20.10.2019). – Текст: электронный
3. Финансовый супермаркет Banki.ru: официальный сайт: URL: <https://www.banki.ru/> (дата обращения 20.10.2019).-Текст : электронный

АКТУАЛЬНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРОГРАММ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ

Данная статья посвящена разбору актуальности использования современных программных средств управления проектами в предпринимательстве. Были представлены основные цели использования данных программ, а также рассмотрены особенности их применения. В заключении были представлены современные тенденции в области программных средств управления, главной особенностью которых стало движение в сторону SaaS решений. Были рассмотрены плюсы и минусы данного подхода.

Ключевые слова: проект, программы управления проектами, SaaS, программа как услуга.

This article is devoted to the analysis of the relevance of the use of modern project management software in entrepreneurship. The main purposes of using these programs were presented, as well as the features of their application were considered. In conclusion, modern trends in the field of software management tools were presented, the main feature of which was the movement towards SaaS solutions. The pros and cons of this approach were considered.

Keywords: Project, project management programs, SaaS, program as a service.

*Валов Евгений Андреевич
ФГБОУ ВО «Вятский государственный университет»
E-mail: evgeni.valov@yandex.ru
Научный руководитель:
Бурцева Татьяна Алексеевна,
доктор экономических наук, профессор*

В последнее время к программным средствам управления проектами и средствам планирования наблюдается повышенный интерес со стороны бизнеса, так как оптимизация ресурсов позволяет получить преимущество перед конкурентами в определённой среде. Но для реализации данной задачи необходимо не только знания в области программного обеспечения, но и сформировавшаяся управленческая культура, а также знания для проведения реализации идеи проекта на практике.

В начале работы следует определить понятие проект; в общем понимании определение проекта можно определить как ограниченное по времени целенаправленное изменение отдельной системы с изначально четко определенными целями, достижение которых определяет завершение проекта, с установленными требованиями к срокам, результатам, риску, рамкам расходования средств и ресурсов и к организационной структуре [3, стр. 59].

Управление проектами представляет из себя одну из самых тяжелых и сложных областей в управленческой деятельности. Всё это можно объяснить сложной логикой развития и управления большим проектом, а также возникающий из-за этого колоссальный объём информации, используемый при принятии управленческих решений. Помимо этого, также структура проекта при его реализации может меняться, к примеру, некоторые задачи получают новые уточнения или изменяются существующие. Всё это приводит к тому, что задача управления проектом сильно усложняется.

Исходя из вышеизложенного можно сделать вывод о том, что для эффективного управления проектом необходимо использование современных программных средств управления. К основным целям использования программных средств можно отнести следующие пункты:

1. На этапе концепции проекта обеспечить уменьшение времени разработки и согласования основных документов, а также обеспечение эффективного взаимодействия с заказчиком.
2. На этапе разработки коммерческого предложения позволяет сократить время разработки и согласования основных документов, повысить эффективность выбора исполнителей,

комплектующих, поставщиков, а также обеспечить эффективное взаимодействие с заказчиками, потенциальными исполнителями и поставщиками.

3. На этапе проектирования сократить время разработки графика реализации проекта.

4. На этапе реализации повысить достоверность и оперативность информации о состоянии проекта для решения задач оперативного управления, а также сокращение времени подготовки отчетов о ходе развития проекта, и на этой основе строгое соблюдение установленных календарных сроков выпуска документации, и обеспечение эффективного взаимодействия между участниками проекта.

5. На этапе сдачи и завершения проекта – сокращение времени подготовки рабочей документации [2, стр. 29].

Проведя анализ представленных целей, можно разделить их на общие и специфические.

К общим целям использования программных средств можно отнести существенное сокращение времени разработки и подготовки документов, а также существенное улучшение взаимодействия между участниками проекта. К специфическим целям можно отнести использование узкоспециализированного софта для решения подобных задач.

Как правило, системы управления проектами делятся на системы начального уровня – для небольших фирм с локальными целями, и на профессиональные системы управления проектами – для координации крупных проектов и мультипроектного управления, поэтому и использовать их можно по-разному [1, стр. 347].

Для выбора оптимального для компании программного продукта следует заранее определиться с тем, какие необходимы функции в работе. Также следует учитывать и тот факт, что требования руководства могут включать легкость в применении, планирование «сверху вниз» и т. д. Для менеджеров среднего звена будут важны другие качества.

В качестве примера классического средства управления проектом можно привести Microsoft Project. Популярность этого программного пакета можно объяснить, потому что Microsoft Project позволяет эффективно управлять проектом на различных этапах его реализации. Пакет дает возможность выполнить структуризацию проекта путем разделения его на этапы, задачи и подзадачи, выявить задачи критического пути, получить график реализации проекта, осуществить назначение ресурсов задачам проекта, эффективно контролировать загрузку ресурсов [2, стр. 33].

При использовании программ управления проектами следует учитывать и некоторые особенности их применения на практике. Далее представлены основные особенности использования программных средств.

Первой особенностью является выбор необходимой системы управления проектами. Эта особенность заключается в том, что необходимо определиться с выбором средства управления из огромного числа как профессиональных, так и более начальных систем. Основное их отличие заключается в степени интегрированности всех отделов организации, к примеру, в профессиональных системах имеется максимальная проработка всех отделов, поэтому не возникает никаких трудностей с интеграцией данной системы, но, в отличие от профессиональных систем, в системах начального уровня необходимо сразу определиться, для какого отдела выбирается данная система.

Следующей особенностью внедрения является адаптация программного средства под конкретные задачи, так как некоторые программы обладают некими абстрактными функциями, которые требуют некоторой доработки под задачи бизнеса.

Ещё одной особенностью можно отметить этап интеграции системы в работу компании. Данный этап включает в себя все необходимые мероприятия по интеграции системы в работу, к примеру, к таким относятся работы по обучению персонала для работы в программе, покупка новой техники в случае необходимости.

И последней особенностью можно выделить необходимость дальнейшей поддержки функционирования программы.

Часть этих особенностей легко компенсируется применением, получившим в недавнее время большое распространение – система, получившая название Software As A Service со-

крайне SaaS, что означает использование программы как сервиса. Ярким представителем данной модели распространения программного продукта можно выделить систему Битрикс24. Особенностью данной системы является работа всей программы на серверах поставщиков программного обеспечения, что существенно упрощает процесс подключения и начала работы. Соответственно доступ к работе в программе происходит через Интернет, что позволяет использовать программы управления проектами не только на стационарных компьютерах, но и на мобильных устройствах.

Однако и у таких решений есть как положительные, так и отрицательные стороны. В качестве положительных сторон можно выделить:

- 1) доступность программного средства как с компьютера, так и с мобильного устройства;
- 2) возможность использования программы в любом месте при наличии выхода в Интернет;
- 3) минимальные затраты на установку и начало работы;
- 4) возможность гибкой оплаты только за календарное время использования.

Но также следует упомянуть и о минусах, связанных с использованием SaaS программ:

- 1) более высокий уровень опасности, вызванный, прежде всего, использованием дистанционных программных средств;
- 2) зависимость пользователя программного продукта от разработчика в период эксплуатации.

Учитывая особенности SaaS-программ управления проектами, можно сделать вывод о том, что такие решения подойдут по большей части небольшим компаниям, так как внедрение таких программ обойдётся без больших финансовых вложений и с минимальным риском. Помимо этого, можно выделить ещё факт о том, что такие программы особенно актуальны для быстрого и оперативного доступа к проекту.

В заключении подводя итоги, можно сказать о том, что главный экономический эффект от внедрения данных средств автоматизации в бизнесе заключается в улучшении экономических и хозяйственных показателей работы компании, в первую очередь за счет повышения оперативности управления и снижения трудозатрат на реализацию процесса управления, то есть сокращения расходов на управление. Для большинства компаний экономический эффект выступает в виде экономии трудовых и финансовых ресурсов, получаемой от:

- снижения трудозатрат на проведение расчётов;
- снижения трудозатрат на поиск и подготовку документов;
- оптимизации ресурсов компании;
- снижения вероятности ошибки при проведении проектных работ;
- сокращения служащих предприятия.

Список источников

1. Балашов, А. И. Управление проектами : учебник и практикум для СПО / А. И. Балашов, Е. М. Рогова, М. В. Тихонова, Е. А. Ткаченко ; под общ. ред. Е. М. Роговой. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 383 с. — Серия : Профессиональное образование.
2. Культин Н. Б. К90 Инструменты управления проектами: Project Expert и Microsoft® Project. — СПб.: БХВ-Петербург, 2009. — 160 с.: ил.
3. Туккель, И. Л. Т81 Управление инновационными проектами: учебник / И. Л. Туккель, А. В. Сурина, Н. Б. Культин / Под ред. И. Л. Туккеля. — СПб.: БХВ-Петербург, 2011. — 416 с.: ил. — (Учебная литература для вузов)

ВТL-ТЕХНОЛОГИИ И ИХ ПРИМЕНЕНИЕ В СОВРЕМЕННОЙ РЕКЛАМЕ

В статье рассмотрены традиционные и современные виды рекламы. Рассмотрены особенности ВТL-рекламы. Сделаны выводы об актуальности применения ВТL-технологий в современных условиях.

Ключевые слова: АТL-реклама, ВТL-реклама, прямой маркетинг, событийный маркетинг, стимулирование сбыта.

The article discusses traditional and modern types of advertising. The features of ВТL advertising are considered. Conclusions are drawn on the relevance of the use of ВТL-technologies in modern conditions.

Keywords: АТL-advertising, ВТL-advertising, direct marketing, event marketing, sales promotion.

Валуйкина Маргарита Александровна

ЧОУ ВО «Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики»

E-mail: studboxime@mail.ru

Научный руководитель:

Шиндина Юлия Александровна,

кандидат экономических наук

В современном мире высоких технологий в разы увеличилось количество уже существующих видов и типов рекламы, сейчас их насчитывается более двух десятков. Перед рекламодателем открывается возможность выбирать, на его взгляд, наиболее подходящие варианты. Рассмотрим одну из классификаций современных видов рекламы [1, стр. 68] (рис.).

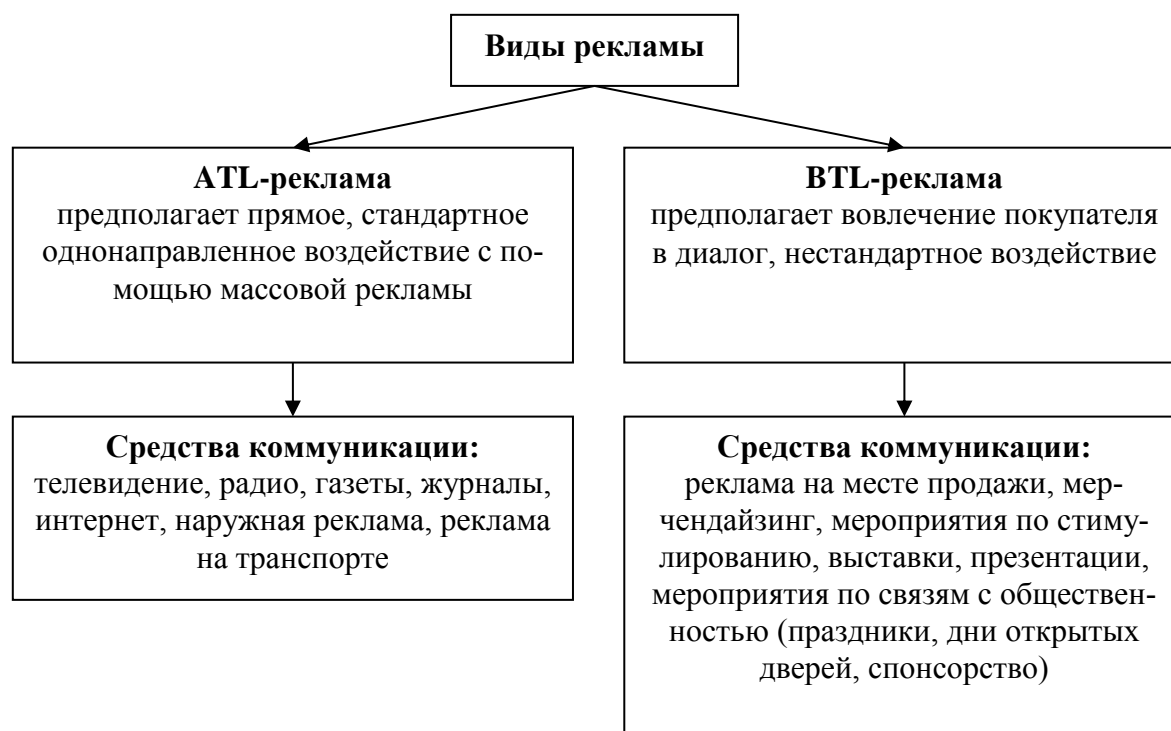


Рисунок – Виды рекламы

Среди маркетологов прямая реклама, которую все мы знаем (реклама на TV/радио/в кинотеатрах, наружная реклама и т. д.), имеет название АТL – above the line (в переводе «над чертой»),

а прочие методики повышения сбыта, то есть непрямая реклама – BTL – below the line («под чертой») – креативная реклама, представляющая в итоге оригинальный рекламный продукт.

Прямая реклама (ATL-реклама) и наиболее известные ее разновидности.

ATL – комплекс маркетинговых коммуникаций, включающий устоявшиеся виды рекламы: СМИ, наружная реклама, полиграфическая реклама. Пользуясь классическими методами ATL, компания строит бренд, придумывает легенду, вызывает у покупателей определенные ассоциации. Пользователями ATL-рекламы является самая широкая социальная группа, широкий охват аудитории и её высокое воздействие на потребителей обуславливают высокую стоимость этого вида рекламы [2, стр. 44].

Обратимся к нетрадиционным средствам распространения рекламы, применяющим так называемые «BTL-технологии».

Непрямая реклама (BTL-реклама) и ее классификация.

BTL-технологии – это средства скрытого влияния на человека, относящиеся к нестандартным способам. Данное направление набирает все большую популярность, причинами растущего спроса косвенных технологий в мире является снижение продуктивности традиционных средств распространения товаров и изменение устройства розничной торговли (возрастающий спрос на сетевые магазины самообслуживания). Приходя в магазин, человек только на месте принимает от 60 до 80 % решений о приобретении товара, именно по этой причине в большинстве ТРЦ и ТЦ идет активное применение и использование BTL-технологий, вследствие чего происходит значительный рост продаж.

Услуги в области BTL можно разделить следующим образом: прямой маркетинг, стимулирование сбыта, событийный (event) маркетинг и другое.

Прямой маркетинг – действие на конкретных лиц согласно заранее подготовленной базе данных или возможность обратной коммуникации с конкретным потребителем. [3, стр. 148]

Пример:

- почтовые рассылки (переписка по электронной почте);
- телемаркетинг (общение через сотовый или домашний телефон);
- TV-маркетинг (использование определенных (платных) каналов);
- SMS-рассылки (использование смс, в содержании которых информация о погоде, гороскопы и несколько слов о рекламируемом товаре).

Адресные рассылки. Если покупателем услуг является фирма определенного профиля или узкие группы людей, то правильнее всего начать составлять базу клиентов или купить уже готовую базу. Также стоит не забывать о рассылке писем в ящики, рассылке по e-mail или телефонных переговорах. В ходе телефонных переговоров можно узнать много полезного, даже если ваше коммерческое предложение было не востребовано. Телефонные разговоры можно считать результативными, если в итоге ясно, почему клиент отказался от продукта.

Стимулирование сбыта – совокупность маркетинговых процедур, направленная на повышение объемов продаж. Эти действия бывают сфокусированы как на покупателя, так и на продавца. К мероприятиям, направленным на клиента, можно отнести:

- промо-акции (возможность взять бесплатный пример продукции или буклет о товаре, протестировать продукт, принять участие в розыгрыше призов, обменять товар конкурирующего предприятия на рекламируемый, ознакомиться со свойствами продукта);
- рекламные материалы для людных мест – дисплеи, наклейки, этикетки оригинальные, щиты, мониторы, стикеры, мобильные стенды, баннеры;
- визуальные коммуникации (группа указывающих знаков, помогающих клиентам ориентироваться на незнакомой территории и во времени – быстрый поиск нужных достопримечательностей, указание часов работы и т. п.);
- программы повышения лояльности (лотереи, розыгрыши подарков, карт с накопительным процессом действия – баллы за покупку).

К акциям, целенаправленным на продавца, для формирования распределения и увеличения оборота можно выделить:

- стимулирование рабочих (мотивация продавцов, профессиональные конкурсы, посещение мастер-классов, бонусы);
- программы повышения лояльности партнеров (собрания, семинары, праздники, вечеринки закрытого формата).

Событийный маркетинг – действия, направленные на повышение узнаваемости бренда, услуг и компаний [3, с. 154]. Его примерами могут служить:

- специфические мероприятия и акции (открытые показы, церемонии; фестивали, ярмарки, праздники; встречи, круглые столы, конференции, семинары; годовщины, юбилеи; дни открытых дверей, экскурсии и т. п.);
- спонсоринг (вложение средств с целью рекламы и PR собственной компании);
- связи с общественностью (создание положительного общественного мнения, управление престижем компании, антикризисные программы);
- шоу-маркетинг (творческие программы продвижения товаров и услуг на шоу-мероприятиях);
- спортивный маркетинг (спонсорство конкретной спортивной команды, игры);
- кетеринг (организация приемов, фуршетов плюс обслуживание во время проведения специальных событий).

На Западе ВТЛ-индустрия развивается особенно активно. Например, в США косвенной рекламе принадлежит больше 50 % всего рекламного рынка. В сравнении с привычными средствами, ВТЛ-коммуникации воспринимаются в разы позитивнее. ВТЛ-технологии – это относительно новый, вспомогательный инструмент в стратегическом планировании рекламы. Когда главная задача кампании – повышение у потребителей знаний и информации о бренде, лучше прямой рекламы тут не сработает ничего. Но для вовлечения потребителей в коммуникацию с брендом, для формирования его эмоционального облика применение ВТЛ-инструментов будет наиболее актуально.

Очевидно, что не стоит уделять внимание только одному виду рекламы, так как в комплексе традиционные СМИ, АТЛ-акции и ВТЛ-акции дают наиболее эффективный результат, дополняя друг друга. При разработке рекламной деятельности обязательно стоит учитывать аудиторию, на которую рассчитано данное мероприятие и основные цели. Тогда будет понятен комплекс инструментов для эффективной реализации продукции, будет это реклама АТЛ, ВТЛ или их сочетание.

Список источников

1. Васильев Г.А., Поляков В.А. Основы рекламы. Учебное пособие. – Пенза: ЦНТИ, 2015. – 719 с.
2. Власова Н. Рекламный конструктор. – Новосибирск: Изд-во: СО РАН, 2015. – 102 с.
3. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг, В. Вонг, Дж. Сондерс. – 5-е европейское издание. – ИД Вильямс, 2014.

ГЛИНА И ГЛИНОБЕТОН КАК ОСНОВА ЭКОЛОГИЧЕСКОГО СТРОИТЕЛЬСТВА ДОСТУПНОГО ЖИЛЬЯ В СТРАНЕ

В статье говорится об основах и реальной технологии экологического строительства доступного по стоимости жилья в стране для всех слоёв её населения. Дано представление о «глиняном доме» как решении данной проблемы. Рассказывается о всех его достоинствах и экономических преимуществах, а также о инновационных идеях при его строительстве. Предлагается онлайн режим его проектирования с учётом желаний и возможностей его заказчика, с оценкой его реальной стоимости.

Ключевые слова: экологичность жилья, строительство жилья, глиняный дом, инновации строительства, экономичность строительства, доступность жилья.

The article talks about the basics and the real technology of ecological construction of affordable housing in the country for all segments of its population. The idea of the "clay house" as a solution to this problem is given. It talks about all its advantages and economic advantages, as well as about innovative ideas in its construction. An online mode of its design is proposed taking into account the desires and capabilities of its customer with an assessment of its real value.

Key words: green housing, housing, clay house, construction innovations, cost-effective construction, housing affordability.

*Воронов Константин Алексеевич
Уральский государственный горный университет
E-mail: art.pallet@bk.ru
Научный руководитель:
Карпов Виктор Константинович,
кандидат технических наук, доцент*

Введение

Одной из наиболее серьезных социально-экономических проблем современной России является жилищный вопрос. Доходы населения не позволяют всем улучшить жилищные условия и приобрести собственное жилье требуемого качества и комфорта. А если люди не обеспечены жильем, то это может привести к серьезным проблемам российского общества: кризису института семьи, снижению рождаемости и здоровья населения.

В «Майском указе» Президента Российской Федерации «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» говорится, что особое внимание нужно уделить обеспечению доступным жильем семей со средним достатком [1].

Решением данной проблемы может стать строительство жилья из глины, глиноматериалов и древесины в качестве его каркасов, что обеспечит высокие технические, экологические и экономические показатели. Они являются наиболее массовыми и доступными практически повсеместно, а также имеют наиболее низкую стоимость. Они также легко обрабатываются, строительство из них требует минимума энергетических затрат. Так обожжённый кирпич превосходит по затраченной энергии на его производство, доставку и укладку в стену дома эквивалентного количества глины в 100 раз. Аналогично дело обстоит и с древесиной. Строительство при их использовании может выполняться самостоятельно застройщиками или малыми организациями сельского бизнеса.

Основная часть

Глиняные дома (рис. 1) обеспечат самое высокое качество жилья, его комфорт и высокую экологичность. При строительстве будут использованы в качестве основных строительных материалов глина и пилломатериалы для каркаса дома, стропильных конструкций крыши

и балок перекрытий пола и потолка. В качестве теплоизоляционного слоя стен наряду с минераловатными плитами может использоваться инновационный материал «геокар» из торфа [2]. Он также является местным, недорогим и высокоэкологичным материалом. В южной части страны для этого может использоваться традиционный для них саман [3]. Использование глины в качестве заполнителя стен, перекрытий и штукатурки стен позволяет удешевить строительство и одновременно автоматически обеспечить круглогодичную стабилизацию относительной влажности воздуха в помещениях на требуемом уровне в 45–65 %, что не может сделать ни один другой известный стройматериал [4]. При них влажность воздуха в отапливаемых помещениях становится ниже требуемого уровня с наступлением отопительного сезона, что отрицательно сказывается на здоровье его жителей, особенно людей пожилого возраста, больных и малоподвижных, а также детей.

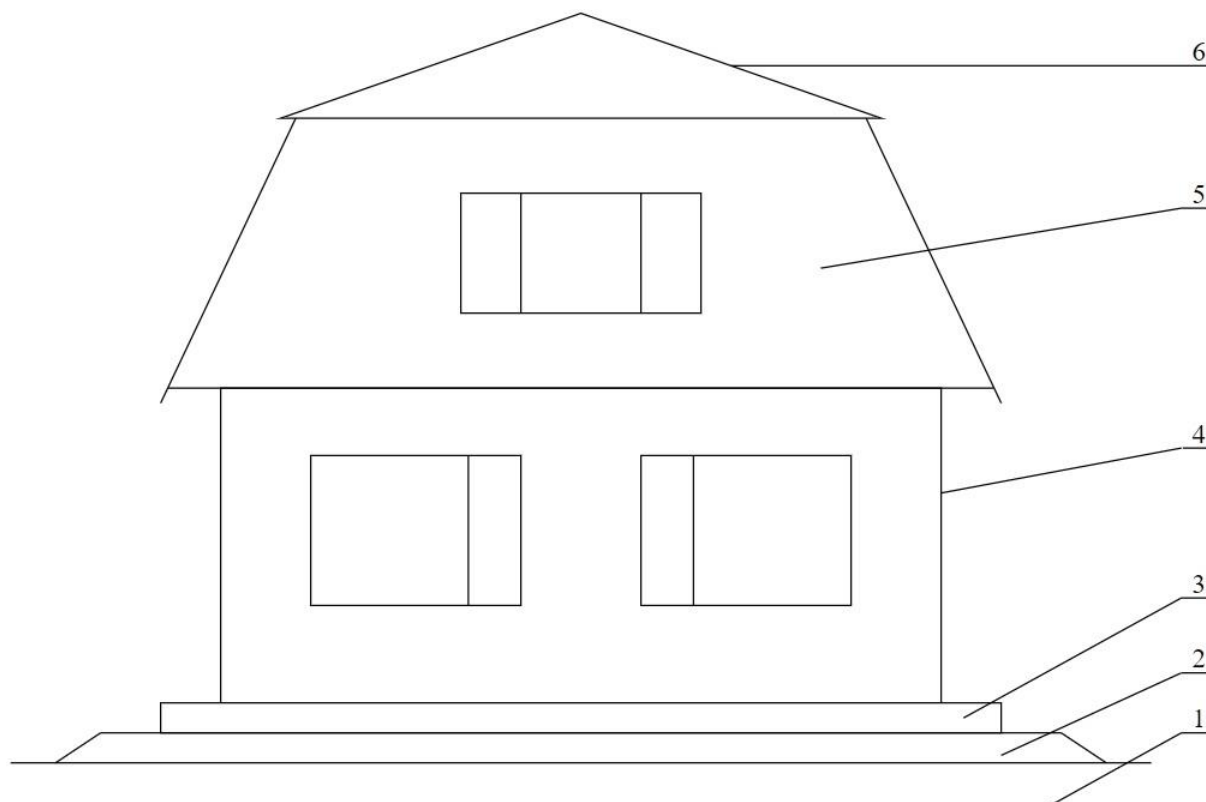


Рисунок – Схема глиняного дома: 1 – почва; 2 – грунтовое основание; 3 – теплоизоляционное основание арболит (или другое); 4 – каркас дома; 5 – мансарда; 6 – кровля

Стоимость 1 кв. м. общей площади жилого дома по расчётам составляет не более 15 тыс. руб., но она может быть на стадии проектирования оптимизирована практически на любую стоимость, в том числе и ниже указанной, приемлемую для заказчика. Более того, проектирование индивидуального жилого дома в данном случае сопровождается его одновременным осмечиванием и контролем его конечной цены заказчиком. Это должно стать обычным стандартным решением при современном индивидуальном жилищном строительстве – проектирование «онлайн». Оно позволит оценить и рассчитать начальную цену проекта, её развитие по величине во времени по мере поэтапного его строительства и определить полные затраты по его завершению.

Дом для семьи площадью до 100 и более кв. м необходимо и целесообразно строить с мансардой, что даёт на том же основании и под той же крышей в два раза большую жилую площадь. Это, соответственно, и значительно сокращает стоимость строительства в расчёте на 1 кв. м общей площади, а также позволяет вести его поэтапно по мере роста семьи.

Использование необработанной глины, пиломатериалов и эффективных теплоизолирующих материалов, включая «геокар» из торфа, позволяет снизить энергопотребление при строительстве и при эксплуатации дома. При этом его тепловые потери при эксплуатации не будут превышать 20–25 Вт·час/кв. м, что обеспечивается проектным решением дома по вы-

бору параметров его тепловых режимов и используемой теплоизоляции. Применение местных строительных материалов в виде глины, пилломатериалов, торфа с минимальной их обработкой позволяет минимизировать вредное энергетическое воздействие на природу, а также выбросы отработанных газов работающей строительной и транспортной техники, и затраты энергии на последующую утилизацию строительных конструкций в конце их срока эксплуатации. На территориях с жарким климатом также актуальна проблема кондиционирования помещений и снижения температуры в них днём. Глина внутри дома и эффективная теплоизоляция его снаружи позволяет существенно облегчить решение и этой проблемы.

Дом предлагаемой конструкции устанавливается на бесфундаментное основание, выполненное в виде уплотнённого грунта, включая те же глиноматериалы, или оно заливается монолитным армированным арболитом пониженной плотности толщиной 0,25–0,4 м, на который устанавливается его каркас. Такое основание не требует рытья траншей для традиционного ленточного заглублённого фундамента или сверления ям для свай с учётом глубины промерзания грунта и его обводнённости. Это значительно сокращает затраты на строительство дома и отрицательное воздействие на окружающую природу, включая энергетическое.

Обеспечивается достижение высокой огнестойкости конструкций дома, включая его полы и перекрытия, за счёт использования глины в качестве их заполнителей.

Глина имеет высокую плотность и в связи с этим хорошие теплонакопительные свойства ограждающих конструкций дома, что обеспечивает его температурную стабильность при резких колебаниях погодных условий снаружи.

Использование автономных скважин для водоснабжения и автономных (локальных) систем водоотведения бытовых стоков с биоочисткой их и сливом непосредственно в грунт. Такой водооборот исключает необходимость строительства централизованных сетей водопровода и канализации, дополнительных затрат на это и отрицательного воздействия на природу по всему комплексу их: энергетическому, материальному, трудовому и экологическому.

Электроснабжение жилья может производиться от центральной энергосети с использованием дополнительных автономных источников электроэнергии от ветро- и солнечных генераторов с её накопителями или с полным обеспечением от них без централизованной сети, т. е. автономно. Это важно для сельской местности, при застройке ранее не освоенных участков застройки.

Дорожное строительство и обустройство жилых участков и в целом территории поселения проектируется на основе технологий строительства подъездной дороги к нему, улиц, автостоянок и тротуаров из песчано-гравийных и гравельных смесей с полным отказом от асфальтобетонных (твёрдых) их покрытий и соответствующих традиционных материалов. Это делает их максимально экологичными и экономичными по опыту их строительства как ранее, так и сейчас в Башкортостане, со стоимостью, начиная от 0,5 млн. руб./км, при их строительстве, так и минимальных затратах при эксплуатации и ремонте [5]. Низкая стоимость строительства таких дорог в качестве подъездных к новым посёлкам и отсутствие необходимости в централизованных коммунальных сетях позволяет строить их в новых местах с хорошими природными условиями и независимо от имеющейся сети дорог.

Заключение

Строительство индивидуального жилья с широким использованием глины и древесины требует минимальных материальных затрат и обеспечит самое высокое качество жилых помещений и их комфорт с соблюдением установленных санитарных и коммунальных норм. Это также обеспечивает высокую экологичность как при строительстве, так и при эксплуатации жилья и последующей его утилизации. Опора на инновационные решения и комплексная схема проектирования строительства жилых домов в целом позволит эффективно обеспечивать ими все слои населения, тем самым значительно повысить качество его жизни.

Список источников

1. Указ Президента Российской Федерации № 204 от 7 мая 2018 года «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года»

[Электронный ресурс]. – URL: <http://xn--80aavcebfcmбсза.xn--p1ai/napravleniay/zhile-i-gorodskaya-sreda/> (Дата обращения: 30.10.2019).

2. Глина и глинобетон. Удивительные свойства и их применение [Электронный ресурс]. – URL: <http://svobodaiznutri.ru/glina-i-glinobeton/> (Дата обращения: 30.10.2019).

3. Саман [Электронный ресурс]. – URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%B0%D0%BC%D0%B0%D0%BD> (Дата обращения: 30.10.2019).

4. Глина [Электронный ресурс]. – URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D0%BB%D0%B8%D0%BD%D0%B0> (Дата обращения: 30.10.2019).

5. Преимущества глиносырцовых материалов [Электронный ресурс]. – URL: <https://samstroy.info/ecodom/glinobit/1415281969.htm> (Дата обращения: 30.10.2019).

ПЛАНИРОВАНИЕ КАК НЕОТЪЕМЛЕМАЯ ЧАСТЬ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

В данной статье рассматривается роль планирования в создании бизнес-проекта. Автор детально описывает этапы разработки инвестиционного проекта, а также отмечает виды бизнес-плана, применяемые на сегодняшний день. В работе содержатся не только особенности при разработке плана, но и перечисление составляющих успеха бизнеса.

Ключевые слова: планирование, бизнес-план, успех, управление, рыночные отношения, инвесторы, прибыльность.

This article discusses the role of planning in creating a business project. The author describes in detail the stages of development of the investment project, as well as notes the types of business plan used today. The work contains not only features in the development of the plan, but also a list of components of business success.

Keywords: planning, business plan, success, management, market relations, investors, profitability.

*Воропаева Дарья Александровна
Тульский государственный университет
E-mail: Darja.voropaeva@rambler.ru
Научный руководитель
Ермоленко Анна Игоревна,
кандидат экономических наук, доцент*

В современных экономических условиях, стремительно изменяющихся с каждым днем, вероятно сложно получить положительный эффект от результатов деятельности предприятия, не проводя планирование своих операций и не затрагивая оценку возможных последствий.

Само определение «планирование» содержит в себе целеполагание развития объекта, создание методологии, разработку не только методов решения поставленных задач, но и долгосрочных и краткосрочных программ деятельности предприятия.

Планирование в организации выступает предпосылкой оптимального управления процессом производства. Именно поэтому данный процесс позволяет прогнозировать весь спектр действий в перспективе деятельности компании, тем самым оценивая необходимость и целесообразность операций, совершенных фирмой.

В коммерческой деятельности потребность в планировании возрастает по причине необходимости долгосрочного прогноза и предварительных ориентиров, которые нужны для формирования начальных стадий проекта. Также стоит отметить, что разработка плана развития и его реализация в практической деятельности являются непрерывным процессом, находящимся в постоянной динамике и требующим актуального обновления.

Предпринимательство – это сложный процесс, включающий принятие решений, последующую их реализацию и оценку результатов, полученных во внедрении своих идей в реальность. Кроме того, план действий объекта создаст базу для принятия рациональных и оптимальных решений [1, стр. 53].

Проделанная колоссальная работа без предварительно разработанного плана действий будет выступать запоздалой реакцией на происходящие в жизненном цикле фирмы события. Соответственно, при наличии плана операций деятельность организации является прогнозируемым ответом на ожидаемые явления.

На сегодняшний день экономическая ситуация взаимосвязана со стремительным развитием рыночных отношений и предлагает фирмам новейшие подходы в планировании внутри организации.

Одним из наиболее прогнозируемых и оптимальных способов достижения поставленных целей является бизнес-план.

На данный момент наиболее важными составляющими успеха бизнеса являются следующие положения:

1. Общая точка зрения состояния дел в текущий момент;
2. Осмысление того уровня, на который нацелена компания и наличие тех имеющихся средств, необходимых для выполнения действий;
3. Планирование возможных операций по осуществлению перехода с одного уровня на другой.

Один из главных залогов успеха в бизнесе – это наличие хорошо продуманного бизнес-плана, который упростит жизнь и позволит найти путь к решению многих проблем. Данное высказывание можно доказать с помощью рисунка, на котором представлена оценка финансовых положений организаций, критерием дифференциации которых является наличие бизнес-плана. Очевидно, что более высокие показатели у предприятий, имеющих бизнес-план, нежели у организаций с его отсутствием [2].

Итак, бизнес-план включает [2]:

- анализ внутренней среды предприятия;
- анализ внешней среды предприятия, в том числе среды реализации проекта;
- детальную разработку продукции (услуг);
- разработку целей и задач, намеченных предприятием на краткосрочную и долгосрочную перспективы;
- оценку экономических явлений и анализ текущей ситуации дел на рынке;
- поиск потенциальных клиентов и сведений о них;
- анализ рынка сбыта продукции (услуг) фирмы;
- разработка маркетинговой политики;
- оценку рисков и возможности страхования;
- финансовое планирование проводимых операций;
- контроль за реализацией проекта в практической деятельности;
- контроль за процедурой внесения изменений в проект.

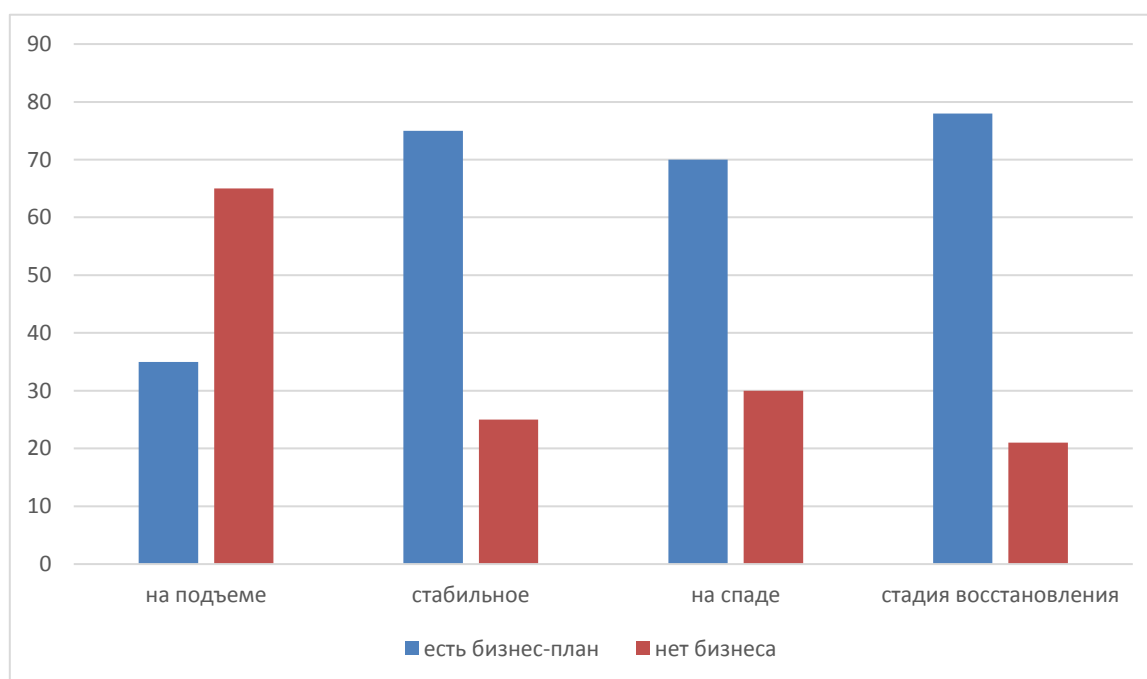


Рисунок – Оценка финансовых положений организаций, имеющих и не имеющих бизнес-план

В бизнес-плане содержится подробная оценка ресурсов, необходимых для достижения поставленных задач, а также занятия лидерских позиций в конкурентной борьбе.

Бизнес-план иллюстрирует прибыльность того или иного инвестиционного проекта, а также помогает привлечь потенциальных инвесторов и возможных контрагентов. Грамотно

разработанный бизнес-план позволит оказать положительное влияние на финансовых партнеров: он показывает возможные пути для реализации проекта в практической сфере.

Однако организация должна иметь эффективную последовательную программу осуществления поставленных задач плана. Инвесторы будут руководствоваться следующим принципом вложения своих средств в бизнес-план: наиболее высокая степень вероятности получения максимальной прибыли.

По критерию продолжительности бизнес-проекты делятся на:

- план текущего года (срок – 1 год);
- перспективный бизнес-план (срок – 3–5 лет).

На рисунке 1 представлена диаграмма популярности использования бизнес-планов в практической деятельности.

Отметим строго определенную последовательность составления бизнес-плана:

1. Принятие решения о создании нового предприятия или внедрении мероприятий по совершенствованию действующего объекта;
2. Анализ собственных возможностей по реализации задуманных целей;
3. Осуществление выбора вида продукции (услуг), производство (оказание) которых являются целью компании;
4. Исследование возможных рынков сбыта продукции (услуги);
5. Составление прогнозирования объемов сбываемой продукции (периодичность данного процесса: первый год – каждый месяц, для второго и последующего – по кварталам);
6. Выбор места для создания фирмы, осуществляющей коммерческую и производственную функции;
7. Разработка плана производства;
8. Создание намеченных маркетинговых мероприятий;
9. Решение вопросов, связанных с бухгалтерской отчетностью;
10. Устранение проблем по поводу страхования;
11. Проектирование финансового плана;
12. Написание резюме к уже разработанному бизнес-проекту.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что бизнес-план является определенной моделью деятельности компании, который содержит в себе элементы традиционного планирования к разным сегментам рыночной структуры российской экономики.

Список источников

1. Соколов, Д.В. Базисная система риск-менеджмента организаций реального сектора экономики: монография/ Д.В. Соколов. – М. : Инфра, 2014. – 126 с.
2. Современные формы предпринимательской деятельности в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bibliotekar.ru>. – (Дата обращения: 26.10.2019)

СООТНОШЕНИЕ ПУБЛИЧНОГО И ЧАСТНОГО ПРАВА НА РЕЗУЛЬТАТЫ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Интеллектуальная собственность была известна еще древнеримскому и древнегреческому праву. С течением времени это понятие уточнялось и расширялось, претерпевало различные трактовки. Но даже в наши дни судебная практика, касающаяся интеллектуальной собственности, неоднозначна. Более того, развитие общества и экономики нередко создает конфликт между публичной собственностью и исключительными правами автора или иного правообладателя. В настоящей статье Гаврюшкин С. Н. рассматривает некоторые аспекты соотношения публичного права и результатов интеллектуальной деятельности. Не секрет, что правильное выявление такого соотношения позволяет четко разграничить, где заканчиваются публичные интересы и начинаются частные. В данной статье на основании глубокого анализа судебной практики автор рассматривает, возможен ли четкий баланс между публичными и частными интересами в сфере возникновения и защиты объектов интеллектуальной собственности, особенно в тех случаях, когда правообладателями на различные результаты интеллектуальной деятельности становятся муниципальные образования, субъекты Федерации или государственные органы.

Ключевые слова: интеллектуальная собственность, публичная собственность, исключительные права, изобретение, творческий труд, рыночные отношения, промышленная собственность, средства индивидуализации, муниципальные образования, субъекты Федерации, муниципальный контракт, государственный контракт, публично-правовое образование.

Intellectual property was still known in ancient Roman and Greek law. Over time, this concept was refined and expanded, underwent various interpretations. But even today, the jurisprudence regarding intellectual property is ambiguous. Moreover, the development of society and the economy often creates a conflict between public property and the exclusive rights of the author. In this article, the author considers some aspects of the correlation of public law and the results of intellectual activity. It is no secret that the correct identification of such a ratio makes it possible to clearly distinguish where public interests end and private ones begin. In this article, on the basis of an in-depth analysis of judicial practice, the author considers is there a clear balance between public and private interests in the field of the emergence and protection of intellectual property, especially in cases when municipal entities, subjects of the Russian Federation or the bodies of state become owners of various results of intellectual activity.

Key words: Intellectual property, public property, exclusive rights, invention, creative labor, market relations, industrial property, means of individualization, municipal entities, subjects of the Russian Federation, municipal contract, state contract, public law constitution.

*Гаврюшкин Сергей Николаевич
ФГБОУ ВО «Челябинский государственный университет»
E-mail: info@patent-law.ru
Научный руководитель:
Лушникова Татьяна Юрьевна,
кандидат экономических наук, доцент*

Понятие интеллектуальной собственности и, в частности, авторского права, появилось уже во времена Древней Греции. Творения писателей и поэтов должны были доводиться до публики в неискаженном виде. В римском праве существовало понятие гонорара как формы оплаты творческого труда.

Однако в целом юридическому оформлению экономической стороны творчества долгое время не придавалось особого значения, так как не было потребности торговать результатами интеллектуальной деятельности.

Безусловно, важно понимать, что государство, субъекты Российской Федерации и муниципальные образования являются носителями публичной собственности, которая подразумевает ее использование всяким и каждым. Но есть и ограничения, установленные в силу действующего законодательства: например, вещи, оборот которых ограничен или полностью запрещен, а также объекты интеллектуальной собственности, запрещенные к использованию в силу наличия исключительных прав [5, с. 4].

С точки зрения Э. Гаврилова, «самая главная проблема, с которой мы все время сталкиваемся, – соотношение частных интересов владельца исключительного права и публичных интересов» [7, с. 2.].

Сторонники патентования и иного оформления прав на различные результаты интеллектуальной деятельности утверждают, что охранные грамоты выступают в качестве сильного стимула для инноваций, в то время как другие обеспокоены тем, что они сдерживают инновации. В какой-то мере роль и влияние патентов зависят от конкретной технологии.

А. Ворожевич указывает: «Патентное право явилось точкой приложения публичного и разнонаправленных частных интересов: получение конкурентных преимуществ за счет усовершенствований существующих разработок; блокирование деятельности конкурентов, в том числе в целях получения от них денежных средств и т. п. При пресечении подобных интересов возможны конфликтные ситуации. Инструментом согласования указанных интересов, превенции конфликтов должны выступать пределы осуществления исключительного права патентообладателя, которые до сих пор не получили надлежащего доктринального рассмотрения» [8, стр. 12–15].

Результаты интеллектуальной деятельности могут применяться в публичных отношениях. Россия как государство может быть владельцем исключительных прав, что в силу специфики деятельности вытекает из контрактов на государственные нужды. Итак, история интересная и довольно показательная.

Военная прокуратура Западного округа проверила, как исполняется законодательство при регистрации прав Российской Федерации на результаты интеллектуальной деятельности (РИД), созданные по государственным контрактам, заключенным с Минобороны России. Выяснился один факт.

В 2008 году Минобороны и НПО «Стрела» заключили государственный контракт. В ходе его выполнения был получен результат интеллектуальной деятельности, подлежащий правовой охране в качестве объекта интеллектуальной собственности. В этой связи 23 октября 2015 г. НПО направило уведомление в Минобороны. Затем НПО зарегистрировало на свое имя в Государственном реестре изобретений патент на антенное устройство. Прокуратура и Министерство обороны сочли, что исключительные права Российской Федерации нарушены и обратились с иском в суд.

Роспатент сразу же заявил, что при рассмотрении заявок неправомерно выяснять, обоснованно ли в документах указано лицо, на которое будет оформляться патент.

В соответствии со статьей 1398 Гражданского кодекса РФ патент на изобретение может быть признан недействительным полностью или частично в случае выдачи патента с указанием в нем в качестве автора или патентообладателя лица, не являющегося таковым. В 1998 году было принято Постановление Правительства Российской Федерации № 1132 «О первоочередных мерах по правовой защите интересов государства в процессе экономического и гражданско-правового оборота результатов научно-исследовательских, опытно-конструкторских и технологических работ военного, специального и двойного назначения» [1]. Этот документ определяет, в каких случаях права на результаты интеллектуальной деятельности принадлежат государству:

- результаты интеллектуальной деятельности имеют военное, специальное и двойное назначение;
- результаты интеллектуальной деятельности созданы при выполнении научно-исследовательских, опытно-конструкторских и технологических работ за счет средств федерального бюджета.

В Гражданском кодексе РФ [6] прописано: право на получение патента и исключительное право на изобретение, полезную модель или промышленный образец, созданные при выполнении работ по государственному или муниципальному контракту для государственных или муниципальных нужд, принадлежат организации, выполняющей государственный или муниципальный контракт (исполнителю), если государственным или муниципальным контрактом не предусмотрено, что это право принадлежит Российской Федерации, субъекту Российской Федерации или муниципальному образованию, от имени которых выступает государственный или муниципальный заказчик, либо совместно исполнителю и Российской Федерации, исполнителю и субъекту Российской Федерации или исполнителю и муниципальному образованию.

Суд указал: в заключенном между Минобороны и НПО контракте сказано, что все полученные при выполнении опытно-конструкторских работ результаты, включая созданные и (или) использованные при выполнении ОКР объекты интеллектуальной собственности, подлежат отражению в отчетной документации; права на результаты, полученные при выполнении ОКР, принадлежат Российской Федерации, от имени которой выступает заказчик.

Как следует из представленных суду документов, заказчик принял и оплатил все работы. В соглашении о расторжении контракта в связи с его выполнением указано, что права на результаты опытно-конструкторских работ, включая права на результаты интеллектуальной деятельности, принадлежат Российской Федерации, от имени которой выступает заказчик.

В материалах дела есть уведомление 2015 года от НПО в адрес Минобороны о получении результата интеллектуальной деятельности «Антенное устройство», способного к правовой охране в качестве объекта интеллектуальной собственности. Пятого июля 2016 года в Роспатент поступила заявка на изобретение «Антенное устройство», а в апреле 2017 года был выдан соответствующий патент.

Как пояснило в суде НПО, с момента направления уведомления о создании изобретения и в течение шести месяцев с даты его направления заказчик не предпринимал никаких мер по оставлению за собой права на созданное изобретение. А значит, по мнению НПО, заказчиком не был соблюден шестимесячный срок на подачу заявки на получение патента. Как следствие, заказчик утратил свое право на получение патента в соответствии с пунктом 2 статьи 1373 Гражданского кодекса. В свою очередь, Минобороны России указало, что данное уведомление оно официально не получало.

Итак, два основных момента в этом деле:

- изобретение по патенту Российской Федерации № 2620778 «Антенное устройство» разработано исключительно за счет средств федерального бюджета в рамках выполнения опытно-конструкторских работ по государственному контракту, заключенному с обществом, финансирование которого осуществлялось исключительно за счет средств федерального бюджета;
- все результаты интеллектуальной деятельности зарегистрированы в соответствии с требованиями действующего законодательства, поскольку внесены в раздел единого реестра Минобороны России.

Суд по интеллектуальным правам отметил, что постановление Правительства № 1132 не связывает факт принадлежности Российской Федерации прав на данные результаты интеллектуальной деятельности с датой выдачи свидетельств, а внесение в Единый реестр сведений о принадлежности Российской Федерации прав на указанные результаты интеллектуальной деятельности только с 10 апреля 2013 года не означает отсутствие указанных прав у Российской Федерации в предшествующий, а также последующие периоды времени: «Выданное свидетельство не является актом возникновения результата интеллектуальной деятельности, однако подтверждает проведение государственного учета результата интеллектуальной деятельности, устанавливает правообладателя, а также объем его прав» [2].

Как отмечает В. Кастальский, «роль патентного права заключается в том, что в случае создания РИД в научно-технической сфере именно с помощью механизмов патентного права такие результаты получают статус изобретений/полезных моделей. Иными словами, именно с помощью патентного права указанные результаты представляют обладателю легальную

монополию». Безусловно, научно-технический прогресс зависит от различных причин, включая социально-экономические. Развитое патентное право само по себе не является гарантией научно-технического прогресса, его следует рассматривать как его необходимое, но недостаточное условие. При этом данную функцию патентное право может выполнять только при условии соблюдения баланса частных и публичных интересов. [9, с. 74].

Отсутствие должного внимания особенностям защиты интеллектуальной собственности нередко приводит к тому, что интересам субъектов или муниципалитетов наносится ущерб. И пример тому – недавнее дело в Самаре. Аукционная документация, размещенная администрацией Самарского городского округа в электронном виде, содержит изображение примерного внешнего вида топиарной фигуры «Самара в сердце». Автор спорного изображения не был указан. Он обратился в суд с иском. При этом автор утверждал, что изображение создано его работниками по трудовому договору в порядке служебного задания. И истцу как работодателю принадлежит исключительное право на служебное произведение. Суд по интеллектуальным правам подтвердил право истца на компенсацию за нарушение его прав [3].

Как мы видим, вполне возможно возникновение конфликта публичной собственности муниципалитетов, государственных субъектов и исключительных прав на интеллектуальную собственность ее создателей. Да, существуют определенные публичные материалы, которыми может пользоваться каждый желающий по своему усмотрению. В качестве примера – устав любого городского округа. Он доступен каждому, и любой гражданин может даже организовать продажу этого документа. А есть результаты интеллектуальной деятельности со своими правами: например, фотографическое изображение со своим автором и соответствующими исключительными правами. И нужно об этом помнить, дабы не нарушить чужие права.

«Публичные интересы – это интересы всего общества и государства, а частные интересы – это интересы конкретных физических и юридических лиц либо их групп [10, стр. 340].

При этом ставится знак равенства между публичными и общественными интересами. В. Яковлев писал: «Публичные интересы – это не только и не столько интересы государства, а интересы граждан, общества, которые государство выражает [11, стр. 194].

Результаты интеллектуальной деятельности выступают носителями определенной информации. Сама по себе информация имеет нематериальный характер, но когда она воплощается в форму материальную (текст, символ, графический знак и т. д.), то может участвовать в гражданско-правовом обороте в качестве интеллектуальной собственности. Эта специфика интеллектуальной собственности определяет отличие законодательного регулирования отношений, связанных с применением, созданием и защитой интеллектуальной собственности, т. к. общегражданские нормы собственности в этом случае не применяются.

Результаты интеллектуальной деятельности могут быть предметом трудовых контрактов, договоров купли-продажи, передачи прав для использования другими субъектами. Но и здесь существуют свои тонкости. Снова обратимся к судебной практике.

В рамках муниципального или государственного контракта подрядчик выполнил инженерно-геодезические изыскания, в составе которых был технический отчет. Сославшись на нарушения, генеральный проектировщик не принял его работу, поэтому подрядчик решил, что исключительные права на отчет у него сохранились. Узнав, что проектировщик направил этот отчет заказчику, подрядчик потребовал компенсации. Суд по интеллектуальным правам подтвердил его правоту [4].

Заключение

Защита интеллектуальной собственности – вопрос очень сложный и многогранный. И несмотря на то, что само это понятие появилось довольно давно, юридическая практика еще не самая обширная. Более того, определенные нюансы требуют доработки и шлифовки на законодательном уровне. Но одно бесспорно: и правообладателям результатов интеллектуального труда, и различным уровням власти, и обычным гражданам необходимо действовать аккуратно, чтобы и свои права не отдать другим, и чужие права не нарушить.

Публичные интересы в области интеллектуальной собственности заключаются в том, чтобы обеспечить научно-техническое и иное творческое развитие общества и государства. Для достижения этой цели государство, например, в патентном праве требует раскрыть суть

технического решения и предоставляет патентообладателям временную монополию, позволяющую им компенсировать произведенные затраты либо путем внедрения, либо путем распоряжения исключительным правом.

Тем не менее публично-правовое образование иногда само становится участником конфликта и претендует на исключительные права, что также благоприятно влияет на развитие общества.

Именно поэтому в юридической литературе справедливо указано: «Исторический опыт свидетельствует, что частное право и основные частноправовые начала (принципы), например, такие, как неприкосновенность частной собственности или свобода договоров, нигде и никогда не действовали в чистом виде, наоборот, они всегда подвергались тем или иным публично-правовым ограничениям» [12, стр. 56].

Очевидно, что наличие четкого разграничения частного и публичного права на результаты интеллектуальной деятельности приводит к минимизации конфликтов и развитию интеллектуальной собственности как института гражданского права в целом.

Список источников

1. Постановление Правительства РФ от 29 сентября 1998 г. № 1132 «О первоочередных мерах по правовой защите интересов государства в процессе экономического и гражданско-правового оборота результатов научно-исследовательских, опытно-конструкторских и технологических работ военного, специального и двойного назначения» [Электронный ресурс] // URL: <https://base.garant.ru/179469/> (дата обращения 18.07.2019).
2. Суд по интеллектуальным правам. Решение от 19 июля 2018 г. по делу № СИП-292/2018 [Электронный ресурс] // URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=SIP&n=41338#015245035854131006> (дата обращения 18.07.2019).
3. Арбитражный суд Самарской области. Решение от 6 ноября 2018 г. по делу № А55-10786/2018 [Электронный ресурс] // URL: <https://sudact.ru/arbitral/doc/fRpNVf4IhBNq/> (дата обращения 18.07.2019).
4. Постановление Суда по интеллектуальным правам от 12 апреля 2019 г. № С01-768/2018 по делу № А51-28052/2016 [Электронный ресурс] // URL: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/72121856/?prime> (дата обращения 18.07.2019).
5. Рахматулина Р.Ш. Аспекты публичности в праве интеллектуальной собственности // Образование и право, 2012. № 12.
6. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 г. № 230-ФЗ. Парламентская газета, 2006. № 214-215.
7. Павлов В.П. Исключительное право правообладателя и интересы общества: пути достижения баланса // Патенты и лицензии, 2018. № 5.
8. Ворожевич А.С. Пределы осуществления исключительного права патентообладателя // Безопасность бизнеса, 2013. № 2.
9. Кастальский В.Н. Баланс частных и публичных интересов в патентном праве // Хозяйство и право, 2019. № 9.
10. Проблемы реализации принципов права в предпринимательской деятельности: монография / В.К. Андреев, Л.В. Андреева, К.М. Арсланов и др.; отв. Ред. В.А. Вайпан, М.А. Егорова. М.: Юстиционформ, 2016.
11. Яковлев В.Ф. Правовое государство: вопросы формирования. М.: Статут, 2012.
12. Российское гражданское право: учебник: в 2 т./Отв. Ред. Е.А. Суханов. Т.1: Общая часть. Вещное право. Наследственное право. Интеллектуальные права. Личные неимущественные права. М.: Статут, 2011 // СПС «КонсультантПлюс».

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ

Статья посвящена анализу современных методов оценки качества гостиничных услуг. Целью данного анализа является изучение процессов оценки качества, выявление актуальных тенденций в данном направлении. Результатом данного анализа является доказательство эффективности внедрения на предприятия новых методик.

Ключевые слова: гостиничная индустрия, сервис, методы оценки сервиса, гостиничные услуги.

The article is devoted to the analysis of modern methods for assessing the quality of hotel services. The purpose of this analysis is to study the processes of quality assessment, to identify current trends in this direction. The result of this analysis is a proof of the effectiveness of introducing new techniques into enterprises.

Key words: hospitality, service, service evaluation methods, hotel services.

*Гераськин Захар Анатольевич
Омский государственный технический университет
E-mail: pontiakb3@gmail.com
Научный руководитель:
Карасев Игорь Евгеньевич,
кандидат филологических наук, доцент*

Для того, чтобы начать рассматривать вопрос совершенствования управления качеством услуг, предоставляемых в гостиничных предприятиях, необходимо понять, что есть качество гостиничной услуги. Итак, качество гостиничной услуги – это совокупность критериев и характеристик, делающих такую услугу способной удовлетворить конкретные потребности конечного потребителя в той или иной мере [1]. Таким образом, в зависимости от того, насколько услуга качественна, будет зависеть уровень удовлетворенности потребностей гостя. Однако помимо этого, качество услуг гостиничного предприятия должно соответствовать мировым стандартам. Поэтому для того, чтобы уровень качества услуг оставался всегда на высоком уровне, необходимо осуществлять постоянный контроль.

Далее следует рассмотреть саму концепцию осуществления контроля и оценки качества гостиничных услуг [2]. Данный процесс можно поделить на три этапа. Первый этап заключается в определении объемов, необходимых для измерений параметров качества обслуживания. Для этого этапа характерно применение всех форм стандартизации, относящихся к качеству и связанных с уровнем подготовки сотрудников, условиями труда. Данные характеристики должны быть реалистичными, а по своему уровню быть достижимыми, так как это будет являться основой для оценки качества. На втором этапе осуществляется постановка вопросов, необходимых для проверки уровня качества сервиса. Для этого составляются опросники для гостей, позволяющих узнать мнение потребителей. Для оценки деятельности неконтактных отделов составляются специальные листы качества, так называемые внутривидовые стандарты. На третьем этапе происходит изучение полученных данных, которые станут основой для создания программ по улучшению деятельности и профессиональной подготовки персонала. Результатом данных программ должно являться максимальное удовлетворение потребностей гостей, с учетом прошлых недоработок.

Для рассмотрения и предложения инноваций в рамках данного исследования наиболее подходящим является второй этап процесса оценки качества услуг, так как именно здесь применяются различные методики для сбора необходимой информации. Самыми распространёнными методами являются: осуществление надзора за работой персонала; документационный анализ; периодическое проведение планерок; повышение уровня квалификации персонала. Так же очень часто для получения информации используется обратная связь с гостями, для этого применяются различные опросники, анкеты, телефонные интервью. Но в данной ситуации следует учитывать субъективность полученной информации, так как она будет основываться на личном мне-

нии гостя, воспользовавшегося той или иной услугой. Поэтому специалистами постоянно разрабатываются новые методики, позволяющие получать наиболее объективные данные.

Методика «тайный покупатель» применяется для анализа и оценки деятельности сотрудников [3]. Данный прием считается достаточно эффективным. Так как благодаря данному методу можно успешно сопоставить уровень предоставляемых услуг и обнаружить слабые звенья. Также с помощью «тайного покупателя» можно определить качество подготовки кадров для последующего улучшения качества выполняемых ими работ, основываясь на существующих стандартах. Данный метод заключается в подписании договора с компанией, занимающейся подготовкой «тайных покупателей», после чего специалист осведомляется о сотрудниках и выполняемой ими деятельности, которую ему необходимо оценить. После этого специалист заселяется в гостиницу как обычный гость. После заселения «тайный покупатель» начинает пользоваться услугами, которые ему необходимо изучить, попутно записывая свои наблюдения. После того, как специалист выселяется из отеля, ему необходимо написать подробный отчет, в котором должны быть подробно изложены все наблюдения и замечания о работе персонала, качестве предоставляемого ими сервиса. Данная информация является очень ценной, так как никто из сотрудников не предупреждается о проверке, поэтому их взаимодействие будет таким же, как и с обычным гостем отеля. Данная информация позволяет увидеть скрытые нюансы в рабочем процессе и принять меры по их устранению.

Еще одним современным методом является расчет индекса удовлетворенности потребителей [4]. Данный метод возможно реализовать, если в гостинице функционирует отдел менеджмента качества. Это обусловлено тем, что источниками информации, получаемой при данной методике, являются анкеты, которые должны заполняться непосредственно специалистами службы управления качеством. Концепция методики заключается в расчете индекса, который будет основываться на информации, полученной из интервью с сотрудниками. Данный индекс используется как один из критериев для долгосрочного прогнозирования прибыльности предприятия, с выявлением причин, влияющих на удовлетворенность потребителей. Интересно, что анкетирование проводится среди сотрудников, а не гостей отеля, так как чаще всего потребитель не заинтересован в результате исследования, и поэтому более халатно отнесется к данному мероприятию.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в современной гостиничной индустрии процессы по оценке качества сервиса являются немаловажным аспектом деятельности. Действительно, данному вопросу уделяется достаточное внимание, так как от качества предоставляемых услуг будет зависеть конкурентоспособность заведения. В ходе анализа было выяснено, что мероприятия по оценке можно разделить на два типа: которые проводятся исключительно среди сотрудников, либо с помощью привлечения гостей отеля. К первому типу относится составление индекса удовлетворенности потребителей, так как в данном процессе участвуют только сотрудники гостиницы. Методом второго типа является «тайный покупатель», так как в данном случае привлекается сторонний специалист, играющий роль среднестатистического гостя. Подводя итог, можно сказать, что эти два метода по оценке качества сервиса, действительно, можно считать современными и инновационными, так как их концепция учитывает актуальные тенденции гостиничной индустрии, а также мировой экономики в целом.

Список источников

1. Студопедия. Качество гостиничной услуги [Электронный ресурс] URL: https://studopedia.su/8_29349_kachestvo-gostinichnoy-uslugi.html (Дата обращения 01.11. 2019)
2. Studref. Методы оценки качества гостиничных услуг [Электронный ресурс] URL: https://studref.com/333880/turizm/metody_otsenki_kachestva_gostinichnyh_uslug (Дата обращения 01.11. 2019)
3. Wikipedia. The free encyclopedia. Mystery shopping [Электронный ресурс] URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Mystery_shopping (Дата обращения 01.11. 2019)
4. Записки маркетолога. Индекс удовлетворенности потребителей [Электронный ресурс] URL: http://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_i/customer-satisfaction-index/ (Дата обращения 01.11. 2019)

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ФАСТФУДА ПЕРМИ (НА ПРИМЕРЕ «MACDONALD'S PERM TSUM»)

Статья посвящена деятельности предприятий фастфуда Перми. Предоставлена характеристика состояния рынка общественного питания, уделено внимание понятию перенасыщенности рынка, выделены основные критерии выбора предприятий питания и их соответствие сравнительным преимуществам фастфуда. Проанализирована экономическая эффективность деятельности «Macdonald's Perm Tsum» и сделаны выводы.

Ключевые слова: общественное питание, фастфуд, экономическая эффективность.

The article is devoted to the activities of Perm fast food enterprises. The characteristic of the state of the public catering market is given, attention is paid to the concept of market oversaturation, the main criteria for choosing food establishments and their compliance with the comparative advantages of fast food are highlighted. The economic performance of Macdonald's Perm Tsum is analyzed and conclusions are drawn.

Key words: catering, fast food, youth, economic efficiency.

Гирш Юлия Дмитриевна

ФГБОУ ВО «Пермский государственный национальный исследовательский университет»

E-mail: yuliya.girsh@mail.ru

Научный руководитель:

Харитонова Нина Викторовна,

кандидат экономических наук, доцент

Современный рынок общественного питания представлен многочисленными форматами, рассчитанными на самые разные целевые аудитории потребителей, и имеет тенденцию к количественному росту. Так, в Перми число объектов общественного питания быстро возрастает. По данным Пермстата их число составило 176 на 100 тысяч населения и превышает этот показатель для таких городов, как Казань – 142 объекта и Красноярск – 135. В Москве на такое же количество человек приходится лишь 95 точек общепита [7; 8]. По оценкам экспертов сегмент общественного питания в Перми в количественном отношении перенасыщен. Соответствует ли это действительности?

Перенасыщенность этого рынка проявляется в сокращении клиентской базы и спонтанных посещениях гостями заведений общепита, вынужденном, не отражающем реальные затраты, снижении цен и, в конечном счете, в падении экономической эффективности всей деятельности предприятия.

Сравнивая перечисленное с реалиями последнего времени, можно увидеть, что в краевом центре наблюдается тенденция оттока посетителей из ресторанов высокого уровня. Происходит это из-за роста цен на блюда и напитки, провоцируемого повышением издержек на аренду, коммунальные услуги, меры по обеспечению безопасности и других причин. Количество статусных ресторанов уменьшилось на треть. Закрылись рестораны «Les Marches», «Монтенегро», «Живаго», в текущем году – «Тануки», «Ёрш», два ресторана «Subway» и др. До сих пор нет ни одного ресторана ранга люкс [2, стр. 74]. На этом фоне быстрыми темпами растёт количество посетителей демократичных заведений casual и фастфуд, что свойственно и стране в целом. За последние годы количество заведений данного формата увеличилось на 20 % [6]. К немногочисленным заведениям, которые можно отнести к фастфуду («Сковородка», «БлинСити», «Уральские Посикунчики» и др.), добавилось больше 6-ти десятков новых с самыми экзотическими названиями. Динамика проявляется не только в увеличении количества, но и в его уменьшении. Не все вновь открытые заведения выдерживают конкуренцию

по расходам и закрываются, не успев окупить первоначальные вложения. В 2019 г. закрылись «Тануки», «Ёрш», два ресторана «Subway» и десяток мелких заведений общепита.

Наиболее устойчивыми и быстро развивающимися продолжают оставаться предприятия быстрого обслуживания. На данный момент фастфуд занимает самый большой сектор на рынке общественного питания, который охватывает 30 % всех ресторанных сетей по стране [7]. В чём причина популярности и действительно ли высока планка экономической выживаемости таких заведений?

В общем понимании фастфуд трактуется как еда, приготовленная и съеденная за короткий промежуток времени. Однако точного определения данному термину ещё не дали. Как отдельное направление в общественном питании фастфуд имеет ряд отличительных особенностей, делающих предприятия быстрого обслуживания сильными игроками на рынке. К сервисным особенностям следует отнести высокую технологичность и скорость обслуживания. К экономическим – относительно низкую себестоимость продукции из-за большого объема закупок пищевого сырья, свойственных сетевым заведениям, быстрое обновление ассортимента, частое появление новых продуктов за счет варьирования уже используемых ингредиентов. Не пугают такие заведения и высокая арендная плата за расположение предприятий преимущественно в центре города. К маркетинговым преимуществам – быструю реакцию на изменяющиеся потребности местных жителей в сочетании с политикой «гость на первом месте».

По данным исследователей фастфуда главная целевая аудитория предприятий быстрого обслуживания – это молодёжь [4]. Чтобы выяснить, что привлекает молодых людей в предприятиях быстрого питания, нами был проведён интернет-опрос населения Перми в возрасте от 18 до 35 лет, в котором приняли участие 175 человек. Основное внимание было уделено выявлению основных критериев выбора заведений общественного питания (рис. 1).

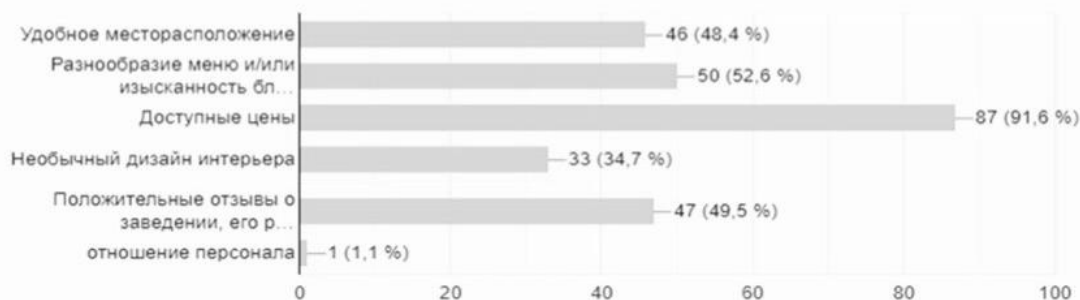


Рисунок 1 – Распределение ответов на вопрос «Ваши критерии выбора заведения общественного питания?»

Как следует из ответов, для 92 % респондентов наиболее важный фактор, определяющий выбор – это доступные цены. Весомыми критериями являются разнообразие меню (53 %) и удобное расположение (около 48 %), имеют значение при выборе и положительные отзывы в социальных сетях тех, кто уже побывал в заведении. Наименее важным фактором оказалось отношение персонала, однако при выборе желаемой формы обслуживания молодёжь предпочла бы обслуживание официантами, нежели самообслуживание (рис. 2).

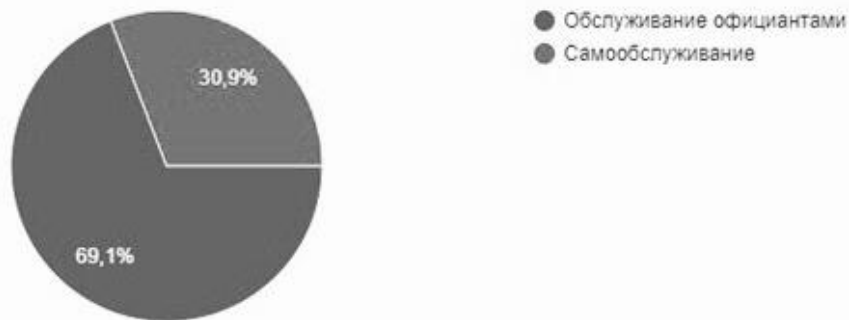


Рисунок 2 – Предпочтение формы обслуживания в общественном питании

Сравнивая результаты опроса с изложенными сравнительными преимуществами фаст-фуда, можно сделать вывод: то, что считается особыми его характеристиками и привлекает посетителей, выступает критериями их выбора. Отметим ещё одно подтверждение такой отличительной черты предприятий фастфуда как быстрое реагирование на меняющиеся потребности потребителей: сеть ресторанов Macdonald's с 2019 г. ввела обслуживание официантами за столами, осознав необходимость такого сервиса для современного клиента.

Рассмотрев привлекательные стороны деятельности предприятий фастфуда, которые позволяют им достаточно уверенно сохранять свои рыночные позиции, остановимся на их экономической эффективности, рассмотрев это на примере ресторана «Macdonald's Perm Tsum». Высокая проходимость является одним из наиболее важных показателей деятельности предприятий быстрого обслуживания, так как в таких точках общественного питания основной упор делается не на высоком среднем чеке, а на большом количестве заказов, что и обеспечивает его доходность.

На основе анализа финансового отчёта предприятия за 2018 г. было установлено, что в «Macdonald's Perm Tsum» за год сделана 485481 покупка, что соответствует средней покупке более 1000 гостей в день. Для сравнения: проходимость точки общественного питания в центре Москвы с такой же площадью зала (200 кв. м) составляет 400 человек [5].

Более точное представление об экономическом положении предприятия даёт маржинальный анализ деятельности [3, стр. 67–69], состоящий в расчете и оценке показателей: критический объём производства, критический объём выручки, запас финансовой прочности, а также анализ рентабельности по показателям текущей деятельности.

Маржинальный анализ деятельности ресторана в 2018 г. дал следующие результаты:

- критический объём производства (точка безубыточности) составил 142081 покупки, фактически реализовано было 485481, что превышает критический объём в 3,4 раза;
- критический объём выручки равен 32350930 руб., что в разы меньше фактического – 109718751 руб.;
- запас финансовой прочности составил 71 %, что свидетельствует о высокой способности предприятия выдержать существенное снижение спроса и выручки без значительного ущерба финансовому состоянию.

Результаты анализа рентабельности текущей деятельности:

- рентабельность реализации по валовой прибыли равна 46 %, по чистой прибыли – 37 %, что свидетельствует о высокой прибыльности предприятия;
- рентабельность затрат производства по валовой прибыли за год равна 85 %, что намного превышает отраслевые показатели (30–35 %). Рентабельность затрат производства по чистой прибыли составила 68 %, что также превышает отраслевые показатели (20–28 %) [1, стр. 98].

Рассчитанные показатели дают основание для вывода, что «Macdonald's Perm Tsum» является предприятием высокой экономической эффективности и имеет устойчивое финансовое положение на пермском рынке фастфуда.

Подводя итог, вернемся к вопросу о перенасыщенности рынка общественного питания г. Перми. Результаты представленного исследования на примере конкретного предприятия говорят, что, во-первых, не следует обобщенно судить о состоянии рынка в целом, т. к. он представлен разными видами и формами питания и очень сегментирован. Положение каждого предприятия как субъекта рынка определяется его способностью добиваться устойчивого спроса и высокой экономической эффективности в изменяющихся условиях хозяйствования. Во-вторых, количество предприятий общепита на 100 тысяч населения нельзя считать основанием для вывода о состоянии рынка, это статистический, констатирующий показатель. Для оценочного вывода нужен социологический и экономический анализ каждого сегмента, с тем, чтобы прийти к обоснованному обобщению и выводу об уровне насыщенности всего рынка.

Список источников

1. Соболева Е.А., Соболев И. И. Финансово-экономический анализ деятельности туристской фирмы: учеб.-метод. пособие. М.: Финансы и статистика, 2007. 126 с.
2. Харитоновна Н.В. Факторный подход к изучению спроса в общественном питании. // Курорты. Сервис. Туризм. Науч.-метод. и информ. журнал. №2 (39) 2018. С. 71-80.
3. Харитоновна Н.В. Экономика и предпринимательство в туризме: учеб. пособие. Пермь: Перм. гос. нац. исслед. ун-т, 2013. 199с.
4. Аверьянова А. Франшиза фаст-фуда//БИБОСС. [Электронный ресурс] URL: <https://www.beboss.ru/journal/analytic/274-franshiza-fast-fuda> (дата обращения: 27.10.2019)
5. Житкова В. Как это работает: сколько приносит семейный ресторан в Москве. [Электронный ресурс] URL: https://www.rbc.ru/own_business/28/03/2016/56f94ebc9a7947aa494453b0 (дата обращения: 01.10.2019)
6. Пермский край: фаст-фуд и сетевой ресторанный бизнес захватывают рынок Ресторанов. [Электронный ресурс] URL: http://www.restoranoff.ru/actual/hottopics/issledovaniya/permsky_kra_fast_fud_i_setevo_restoranny_biznes_zahvatyvaut_rynok/ (дата обращения: 15.10.2018)
7. Российский рынок общественного питания [Электронный ресурс] URL: <http://marketing.rbc.ru/research/562949975048126.shtml> (дата обращения: 27.09. 2019).
8. Пермьстат: рынок общественного питания в Прикамье перенасыщен. [Электронный ресурс] URL: <https://www.rbc.ru/perm/freenews/5a37c2f39a79474df76f86c1> (дата обращения: 27.10.2019).
9. Потребителей фастфуда в России стало больше/vestifinance. [Электронный ресурс] URL: <https://www.vestifinance.ru/articles/111330> (дата обращения: 23.10.2019).

СОВРЕМЕННЫЕ МОДЕЛИ И МЕТОДЫ ОЦЕНКИ СТОИМОСТИ БИЗНЕСА

В современном мире при подходе к оценке стоимости бизнеса обязательно применение доходного сравнительного и затратного подхода. При выборе метода оценивания компании необходимо выбрать приемлемую модель, ведь выбор непригодной модели оценки может привести к переоценке или недооценке бизнеса. Актуальность данной статьи состоит в том, что большинство подходов не используются или используются редко, в результате чего формируется не соответствующая рыночным условиям стоимость капитала. Данная статья будет направлена на рассмотрение моделей и методов оценки стоимости бизнеса.

Ключевые слова: модели, методы, подходы, оценка стоимости, предприятие.

In today's world, the approach to assessing the value of business is required to use a profitable comparative and cost-effective approach. When choosing a valuation method, the company must choose an acceptable model, because choosing an unsuitable valuation model can lead to overestimation or underestimation of the business. The relevance of this article is that most of the approaches are not used, or are used very rarely, resulting in incomplete and not corresponding to market conditions, the cost of capital. This article will focus on the models and methods of business valuation.

Keywords: models, methods, approaches, valuation, enterprise.

Гущина Олеся Сергеевна

Самарский государственный экономический университет

E-mail: Miss-olesya-g@yandex.ru

Научный руководитель:

Измайлов Айрат Маратович,

кандидат экономических наук

Под оценкой стоимости бизнеса понимается расчет и обоснование стоимости предприятия на определённую дату [1, стр. 544]. Оценка стоимости бизнеса представляет собой процесс определения величины стоимости объекта с учетом факторов, влияющих на него в конкретный период времени с учетом конъюнктуры рынка.

Каждый предприниматель, собираясь открыть предприятие, не может предугадать, какие риски его могут настичь в тот или иной период развития, а также невозможно предугадать размер будущей прибыли, так как все это уникально. Поэтому для оценки стоимости бизнеса существуют различные методы и подходы оценки. Каждый из них имеет свои положительные и отрицательные стороны.

Для оценки стоимости предприятия выделяют 3 подхода [2, стр. 382]:

- сравнительный;
- затратный;
- доходный.

Сравнительный подход основан на принципе замещения. Он проводится путем анализа продаж сопоставимых компаний или ценных бумаг акционерных обществ. Для применения данного метода необходим поиск компаний аналогов. Точность оценки зависит от качества собранной информации, она должна быть достоверной.

Затратный метод чаще применяется для оценки объектов специального значения, нового строительства для определения наилучшего варианта эффективного использования земли, а также страхования. Для применения данного метода необходима информация, которая включает в себя [3, стр. 56]:

- цены на землю;
- строительную спецификацию;
- стоимость материалов;

- данные об уровне затрат;
- расходы на оборудование;

Необходимая информация зависит от специфики объекта. Преимущество данного подхода заключается в том, что он основывается на достоверной информации, а недостаток в том, что он не учитывает будущие возможности бизнеса.

Доходный подход, как правило, является наиболее подходящим для оценки стоимости бизнеса и определяет стоимость будущих доходов, которые возникнут в результате использования собственности, и возможность дальнейшей ее продажи.

Доходный подход включает два метода [4, стр. 299]:

- метод капитализации доходов;
- метод дисконтированных будущих потоков.

Метод капитализации доходов подходит для оценки стоимости капитала, если текущая деятельность может быть показателем будущей деятельности.

Данный метод используется, если:

- имеются достоверные и точные данные для составления прогноза чистой прибыли или чистого денежного потока;
- высота дохода существенна;
- текущий доход будет практически равен будущему.

Метод капитализации является самым простым для расчета и дает возможность определить конъюнктуру рынка.

Метод дисконтирования будущих потоков основывается на прогнозировании потоков. Он позволяет определить будущие доходы в настоящее время.

Данный метод используется, если:

- будущие доходы будут существенно отличаться от доходов в настоящее время;
- доходы организации за последний прогнозируемый период значительно положительны;
- можно точно оценить будущие доходы.

Затратный подход включает два метода:

- метод чистых активов;
- метод ликвидной стоимости.

Метод чистых активов – часто используемый метод затратного подхода для расчета рыночной стоимости бизнеса предприятия.

Метод чистых активов применяется, если:

- предприятие имеет значительные активы;
- часть активов предприятия составляют финансовые активы;
- предприятие зависит от контрактов.

Метод ликвидной стоимости основывается на разнице между стоимостью имущества и издержками на ликвидацию.

В последние годы оценщики стали обращаться к таким методам оценки стоимости бизнеса, которые сложно отнести к одному из 3-х подходов. К таким методам можно отнести модели Ольсона и Блэка-Шоулза.

Модель Ольсона (ЕВО) является одной из наиболее развивающихся моделей оценки стоимости бизнеса. Данная модель объединяет в себе преимущества использования доходного и затратного метода, тем самым способствует минимизации недостатков одного из методов отдельно.

Модель ЕВО разделяет доходы на нормальные и аномальные. Нормальные доходы – это те доходы, которые ожидаются исходя из стоимости активов организации и ставки средней доходности.

Наличие избыточных доходов связано с положением организации на рынке и соответственно должно увеличивать или уменьшать стоимость организации по сравнению с величиной стоимости активов предприятия.

Для применения данной модели необходимо понимать, какая стоимость активов имеется в виду и что понимают под аномальными доходами.

Модель Блэка-Шоулза (ОРМ) основывается на применении опционов.

Под опционами понимается контракт, дающий право покупателю продать или купить актив по определенной цене и до определенного времени.

Модель ОРМ разработана для оценки стоимости акций на фондовом рынке. Данная модель основывается на том, что цена опциона для покупки актива должна быть такой, что доходность хеджированного портфеля акций была равна доходности по безрисковым активам.

В целом модель Блэка-Шоулза может применяться для оценки различных объектов, среди которых:

- опционы на различные активы;
- акции;
- полезные ископаемые и некоторые другие природные ресурсы;
- инвестиционные проекты;
- долгосрочные контракты;
- лизинговые сделки;
- арендные договоры.

Данная модель может быть использована в сфере имущественного страхования, в управлении финансами, при анализе эффективности процесса слияния и присоединения компаний.

Выбор подходящего подхода для оценки стоимости бизнеса способствует наиболее эффективному использованию собственности предприятия.

Список источников

1. Грязнова А.Г., М.А. Федотова, М.А. Эскиндаров, Т.В. Тазихина, Е.Н. Иванова, О.Н. Щербакова. Оценка стоимости предприятия (бизнеса) М.: ИНТЕРРЕКЛАМА, 2003. 544 с.

2. Бусов В. И, Оценка стоимости предприятия (бизнеса): учебник для академического бакалавриата / О. А. Землянский / под общ. ред. В. И. Бусова. – 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2016. 382 с.

3. Вирячева Е.В., Колесникович Е.А Оценка стоимости предприятия (бизнеса): учебное пособие/ ВШТЭСПБГУПТД. Санкт-Петербург, 2017. 56 с.

4. Спиридонова Е. А. Оценка стоимости бизнеса: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. А. Спиридонова. Москва: Издательство Юрайт, 2016. 299 с.

Жигарь Александра Николаевна

ОБ ОСОБЕННОСТЯХ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО КОНСАЛТИНГА В ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ СИСТЕМАХ

В статье рассматриваются актуальные вопросы консалтинговой деятельности в производственных системах. Автор выделяет особенности использования консультационных услуг в производстве. Указаны причины, по которым руководители производственных структур обращаются к консультантам. Обозначены основные проблемы производственного консалтинга. Итогом исследования становится выявление рекомендаций по совершенствованию управленческого консалтинга в производственной сфере.

Ключевые слова: консалтинг, управленческое консультирование, производственный консалтинг, предприятие, бизнес-процессы, реинжиниринг.

The article deals with actual issues of consulting activity in production systems. The author highlights the features of the use of consulting services in production. The reasons for which the heads of production structures turn to consultants are indicated. The main problems of industrial consulting are outlined. The result of the study is the identification of recommendations for improving management consulting in the production sector.

Key words: consulting, management consulting, production consulting, enterprise, business processes, reengineering.

*Жигарь Александра Николаевна
Московский государственный технический университет им. Н. Э. Баумана
(Национальный исследовательский университет)*

E-mail: ovzigar@rambler.ru

Научный руководитель:

Иванова О. В.,

старший преподаватель

Динамичный темп развития современной российской экономики диктует руководителям предприятий все более жесткие условия деятельности и требует от них умения своевременно разрабатывать профессиональные управленческие решения. Такие решения должны приниматься на предприятии с максимальной оперативностью и эффективностью. Это объясняет стремительное и активное развитие сегмента профессиональных консультационных услуг [1, стр. 75], основная цель которых – повышение результативности деятельности компании за счет проведения изменений в ней [3, стр. 101].

Успех любой организации, независимо от рода ее деятельности, напрямую зависит от эффективности ее работы и конкурентоспособности продукции или услуги. Для успешной деятельности предприятия руководителю зачастую необходима консультация специалистов в различных областях знаний, поэтому содержание термина «консалтинг» сегодня начинает выходить за границы традиционного процесса информирования, привлеченные консультанты способны помочь с решением различного рода проблем, с выбором инструментов повышения эффективности работы организации или оптимизации структуры [1, с. 76].

Даже крупные предприятия, задающие тон на промышленном рынке, понимают, что без консалтинговых услуг при внедрении новой системы они рискуют поставить под угрозу производственный процесс в целом. Производственный консалтинг – это серия процедур, направленных на повышение эффективности производства на предприятии посредством механизации, автоматизации, проектирования устройств, разработки (реинжиниринга) производственных технологий и т. д.

Среди многочисленных отраслей консультирования производственный консалтинг является наиболее сложным, поскольку на любом предприятии есть определенная последова-

тельность применения технологий и обработки сырья, своя микроэкономика, которая включает в себя следующие компоненты: логистику, как складскую, так и транспортную; регламент работ по обслуживанию и ремонту; структуру и эффективность кадров; степень совершенства технологий, применяющихся на заводе; закупки сырья и материалов и многое другое. Основными управленческими бизнес-процессами, характерными для производственных предприятий, являются:

1. Управление складской логистикой (запасами, хранением и перемещением материальных ценностей).
2. Управление транспортной логистикой.
3. Управление планированием производства (загрузка линий и оборудования, выпуск продукции по видам, управление персоналом).
4. Управление закупками сырья и материалов.
5. Управление регламентными работами (работы по обслуживанию техники и оборудования).
6. Управление ремонтными работами.
7. Управление пуско-наладочными работами.
8. Управление техническими разработками и усовершенствованиями;
9. Выполнение контрольных функций (выпуска, расхода сырья, отгрузки, документооборота, рабочего времени, выполнения регламентных работ, производственной дисциплины и гигиены труда (на пищевых производствах), качественно-количественных характеристик поступающего сырья, качества выпускаемой продукции и др.).
10. Учет сырья, материалов, заготовок, готовой продукции, брака и др.;
11. Нормирование труда.
12. Управление персоналом (управление работой, обучением, аттестация персонала, ротация персонала и др.).
13. Учет результатов труда.
14. Система мотивации сотрудников и др.

Консалтинг производственных предприятий требует от специалистов большого опыта и знаний в области узкой направленности, так как сфера их работы определяет эффективную стратегию модернизации бизнес-процессов и улучшения деятельности. Задачей производственного консалтинга является не предоставление готовых схем модернизации бизнес-процессов, а разработка плана их улучшения [4, стр. 115]. После разработки плана проводится оценка рисков, и проект модернизации дорабатывается с учетом экономического состояния клиента. План обычно ставит следующие цели:

1. Улучшение логистики и планирования производства;
2. Поиск более подходящих поставщиков сырья и клиентов предприятия;
3. Оптимизацию регламентов работ по ремонту, обслуживанию и диагностике оборудования;
4. Изменение системы мотивации кадров;
5. Повышение производственных мощностей при внедрении новых технологий;
6. Избавление от специфических проблем [4, стр. 118].

Зачастую к консалтингу прибегают те компании, которые сами прошли длинный путь реорганизаций и по итогу не получили желаемый результат. В этом случае организации обладают человеческими, финансовыми, временными ресурсами, но с отсутствием результата. Именно на этой стадии у собственников компании или управляющих возникают мысли пригласить консультантов.

К другому виду потребности в консультационных услугах можно отнести заказчиков, которые тоже прошли длительный путь по самосовершенствованию, но у них есть отрицательный опыт работы с консалтинговыми компаниями. Ожидания заказчика от сотрудничества с консультантами можно описать как устойчиво отрицательные, и какие бы аргументы специалисты по консалтингу не приводили об эффектах от реализации проекта, заказчик убежден, что они не смогут сделать компанию эффективнее. Ожидание заказчика меняется

только тогда, когда проект начинает давать реальные результаты (экономия средств, снижение уровня запасов, увеличение уровня логистического сервиса и т. п.) [2, стр. 70].

Еще один вид потребности в консалтинговых услугах – это заказчики, у которых нет опыта работы с консультантами. При взаимодействии с такими предприятиями основное недопонимание происходит в отношении объемов работ и ожидаемого результата от проекта, поскольку заказчики уверены, что имеют представление о трудоемкости мероприятий, сроках реализации и эффектах, которые достижимы в эти сроки.

Перед консультантами в сфере управления производственными предприятиями для решения ставятся следующие проблемы, возникшие в деятельности предприятия:

1. Снижение производительности (мощности) производства за счет снижения выработки персонала;
2. Высокая себестоимость производства продукции;
3. Отсутствие планирования трудового процесса;
4. Отсутствие производственного учета (учет, отражающий фактические результаты производства на всех уровнях в соответствии с технологией производства);
5. Неоправданно замороженные средства в производственном запасе;
6. Отказ от инноваций и новой продукции на производстве;
7. Недостаточная квалификация персонала и специалистов-технологов по инструментам производственного анализа [3, стр. 105].

Разработка решений проблем заключается в поиске современных технологий производства. В этом смысле основной задачей производственного консалтинга является решение технических и технологических проблем в области создания определенной продукции для повышения конкурентоспособности товаров на рынке.

Для решения выявленных проблем на предприятии консультанту в ходе консалтингового проекта необходимо ставить и решать следующие задачи:

1. Расчет производительности производства и производственной мощности с целью повышения выработки с минимальными человеческими ресурсами.
2. Снижение себестоимости производства продукции за счет многофакторного и сценарного анализа статей и элементов затрат, особенности конструкции.
3. Планирование трудового процесса: составление карты производственного процесса, карты операций, схемы технологического процесса, диаграммы взаимодействий рабочий-машина, работы бригады.
4. Измерение и нормирование трудового процесса: элементные нормативы, нормы времени.
5. Расчет и проектирование рабочих мест и оборудования. Размещение оборудования и планировка помещений, склада.
6. Управление оперативным производственным планированием: система рационального планирования на производстве, позволяющая точно формировать суточный, декадный, месячный план и корректировать его в соответствии с наличными ресурсами.
7. Постановка и совершенствование производственного учета.
8. Управление производственными запасами на предприятиях:
 - устранение неоправданно замороженных средств в производственном запасе: сырье, готовая продукция, комплектующие, вспомогательные материалы, незавершенное производство;
 - определение резервного запаса: страхового, текущего, технологического.
9. Управление качеством на производстве:
 - контроль процесса по качественным и количественным признакам;
 - определение участников контроля качества, процедур и плана-графика мероприятий.
10. Внедрение инноваций и новой продукции на производстве.
11. Повышение квалификации персонала и специалистов-технологов по инструментам производственного анализа.
12. Совершенствование учётной политики в разрезе материальных запасов: организация учётной политики должна стремиться максимально правильно и в полном объёме отразить

те методы учёта, которые она использует, и те, которые ей подходят ввиду особенностей деятельности; это позволит зафиксировать методы в единый перечень, который обязателен для применения при операциях с материальными запасами, также это повысит скорость и качество ознакомления сотрудников с особенностями учётного процесса внутри организации.

Таким образом, для эффективного решения проблем предприятий консультанту в сфере производственных систем необходимо:

- внедрять на предприятии культуру постоянного совершенствования, в том числе через эффективное решение проблем. Устраненная причина проблемы делает работу эффективнее, это должно становиться стандартом;
- обучить менеджеров и персонал методикам решения проблем;
- внедрить формальный процесс решения проблем, в этот процесс должны быть вовлечены 100 % сотрудников, включая рабочих;
- постоянно убеждаться, что процесс работает;
- постоянно обучать сотрудников и повышать квалификацию персонала в отношении деятельности, связанной с решением проблем.

Список источников

1. Грабоздин Ю. П. Сущность и специфика консультационных услуг // Вестник Самарского муниципального института управления. – 2014. – № 2 (29). – С. 74-80.
2. Дейнега В. Н. Ключевые изменения подхода к консалтинговым услугам // Экономика: теория и практика. – 2014. – № 3 (35). – С. 69-73.
3. Калюжнова Н. Я., Мрочковский Н. С. Консалтинг как институт новой экономики. – Иркутск: ФГБОУ ВПО «Иркутский государственный университет», 2014. – 132 с.
4. Солодяшкина Ю. Е. Современные подходы и методы организации управленческого консалтинга [Текст] / Ю. Е. Солодяшкина // Известия Волгоградского государственного технического университета. – 2015. – № 7. – С. 118–124.

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ УЧАСТНИКОВ ИНДИВИДУАЛЬНОГО (ПЕРСОНИФИЦИРОВАННОГО) УЧЕТА В СИСТЕМЕ ОБЯЗАТЕЛЬНОГО ПЕНСИОННОГО СТРАХОВАНИЯ В РФ

В статье рассматриваются основные взаимодействия участников индивидуального (персонифицированного) учета в системе обязательного пенсионного страхования в РФ, в том числе с точки зрения организации электронного и бумажного документооборота и состояния их информатизации. Взаимодействия также отображены в виде функций персонифицированного учета, что позволяет оценить возможности их дальнейшего перевода на электронный документооборот.

Ключевые слова: Пенсионный фонд России, индивидуальный (персонифицированный) учет, застрахованное лицо, страхователь, страховщик, информатизация пенсионного обеспечения.

The article considers the main interactions of participants of individual (personalized) accounting in the system of mandatory pension insurance in the Russian Federation, including from the point of view of the organization of electronic and paper document circulation and the state of their Informatization. Interactions are also displayed in the form of personalized accounting functions, which allows you to assess the possibility of their further transfer to electronic document management.

Key words: Pension Fund of Russia, individual (personalized) accounting, insured person, policyholder, insurer, Informatization of pension provision

*Казакова Ольга Ильинична
ФГБОУ ВО «Челябинский государственный университет»
E-mail: olya.kazakova2013@mail.ru
Научный руководитель:
Алтацкая Елена Геннадьевна,
кандидат экономических наук, доцент*

Пенсионный фонд Российской Федерации (ПФРФ) обеспечивает расчет и выплату пенсий, пособий, сбор и аккумуляцию страховых взносов, выполняет организацию пенсионных прав и множество других функций. В системе обязательного пенсионного страхования отражаются необходимые сведения для назначения, выплаты и перерасчета пенсии: о стаже, периодах и местах работы, о страховых взносах, уплаченных работодателем и поступивших в ПФР. В системе задействовано 3 субъекта: застрахованные лица (лица, за которых страхователи уплачивают страховые взносы); страхователи (работодатели: организации, предприниматели, физические лица); страховщик (ПФРФ или негосударственный пенсионный фонд).

Индивидуальный (персонифицированный) учет – организация и ведение учета сведений о каждом застрахованном лице для реализации пенсионных прав в системе обязательного пенсионного страхования в соответствии с законами РФ. При персонифицированном учете фиксируются платежи и отчеты работодателей (страхователей) в интересах своих работников.

Целями индивидуального (персонифицированного) учета являются [3]:

- создание условий для назначения пенсий в соответствии с результатами труда каждого застрахованного лица;
- обеспечение достоверности сведений о стаже и заработке (доходе), определяющих размер пенсии;
- создание информационной базы для назначения пенсий, а также для оценки обязательств перед застрахованными лицами по их выплате;
- развитие заинтересованности застрахованных лиц в уплате страховых взносов в ПФР;
- создание условий для контроля уплаты страховых взносов застрахованными лицами;

- информационная поддержка прогнозирования расходов на выплату страховой и накопительной пенсий, определения тарифа страховых взносов в ПФР, расчета макроэкономических показателей пенсионного страхования;
- упрощение порядка и ускорение процедуры назначения пенсий, что связано с развитием информационных технологий и возможности получать и предоставлять сведения через Интернет (удаленно).

Большинство целей связано, таким образом, с информационной поддержкой застрахованных, с передачей информации в том или ином виде или с использованием информационных технологий для упрощения и ускорения взаимодействий. Это объясняется происхождением термина «учет» с экономической точки зрения как составной части управления экономическими процессами и объектами, т. е. фиксации их состояния и параметров, сборе и накоплении сведений об экономических объектах и процессах, и отражении этих сведений в учетных ведомостях [1].

Взаимодействие участников (субъектов) индивидуального персонифицированного учета представим в виде следующей схемы (рис.).



Рисунок – Взаимодействие участников обязательного пенсионного страхования (цифры – основные взаимодействия, буквы – соответствующие функции персонифицированного учета)

Страхователи – работодатели, организации, предприниматели, физические лица. Страхователь и застрахованный могут совпадать, когда предприниматель самостоятельно осуществляет оплату страховых взносов [5]. Страхователи имеют право на (см. рис.):

- участие в системе обязательного пенсионного страхования (1);
- отстаивание своих прав в суде;
- информационную поддержку от страховщика по вопросам пенсионного страхования (4).

Страхователи обязаны:

- быть зарегистрированными в ПФР (1);
- своевременно и достоверно предоставлять сведения в ПФР (2);
- перечислять взносы на страхование (3).

Застрахованные лица – собственники пенсионных накоплений, за которых страхователи уплачивают страховые взносы. Они имеют право на:

- ознакомление с данными об уплаченных страховых взносах (6, 11);
- самостоятельное распоряжение пенсионными накоплениями (9, 10);
- на реализацию страхового обеспечения из средств ПФР (13).

Застрахованные лица обязаны:

- предоставить страховщику документы с достоверными данными, на основании которых устанавливается и выплачивается пенсионное обеспечение (7);

- предоставить страховщику информацию о всех изменениях, которые влияют на выплаты обязательного страхового обеспечения (8).

Страховщик – ПФР РФ либо негосударственный пенсионный фонд. Страховщик имеет право на:

- проведение документальных проверок страхователей (и требование устранения нарушений в случае их выявления) (5);
- обмен информацией с органами налогового контроля (12);
- распоряжение бюджетом пенсионного фонда и пр.

Страховщик обязан устанавливать перерасчет и выплату пенсий.

К основным функциям персонифицированного учета [4], которые также отражены на нашей схеме взаимодействий участников обязательного пенсионного страхования, относятся [2]:

- а) регистрация застрахованных лиц, страхователей (а) – см. рис.;
- б) сбор сведений о страховом стаже, заработной плате и доходе, начисленных, уплаченных и поступивших страховых взносах застрахованных лиц за период работы после регистрации и внесение их в лицевые счета (б). Контроль за своевременностью и достоверностью предоставляемых сведений направлен на устранение сокрытий от начислений в ПФР;
- в) сбор сведений о включаемых в трудовой (страховой) стаж периодах работы и (или) иной деятельности, которые приобретены застрахованными лицами до их регистрации в системе обязательного пенсионного страхования, и внесение их в лицевые счета (в);
- г) информационное обеспечение процесса установления и корректировки размера трудовых пенсий (г).

Таким образом, деятельность отдела можно охарактеризовать как работу с разного рода информацией (сбор, сортировка, хранение, обеспечение достоверности и своевременности данных), которая подается и обрабатывается как в электронном, так и в бумажном виде. Представленные на рис. взаимодействия в большинстве своем также относятся к информационным, т. е. представляют собой движение информации.

Оптимизация деятельности отдела персонифицированного учета происходит путем перехода на электронный документооборот. Цель электронного документооборота – создание условий для мобильности и удобства работы сотрудников ПФР, а также сокращение времени ожидания страхователей в очереди в отчетный период. Ранее все формы отчетности сдавались в печатном виде и хранятся в архиве, никто не застрахован от неверных сведений трудового стажа давних времен, такая подача сведений на сегодняшний день, при условии увеличения количества застрахованных лиц в связи с пенсионной реформой 2018 года, неактуальна. Обработка сведений с бумажных носителей занимает больше времени на внесение в программы и проверку. Однако не все страхователи готовы перейти на телекоммуникационные каналы связи, это стоит больших денег, чем отправить отчетность письмом либо принести самому. ПФР старается шагать в ногу со временем и постепенно переходит на электронные технологии.

Для информатизации пенсионного обеспечения, удобства и увеличения скорости работы ПФР создал несколько специальных программ:

1. Программный комплекс PESRO позволяет загружать формы электронной отчетности, проверять подготовленные документы отчетности (проверка ФИО, даты и года рождения, СНИЛС и ИНН застрахованных лиц), выявлять ошибки при сверке данных из отчетов, составлять пакеты документов и протоколы с результатами обработки документов, предоставляет отчетности, сведения об ошибках и протоколы в региональный ПФ. Комплекс направлен на автоматизацию взаимодействий 2, 5, 7, 8 (рис.).

2. Автоматизированная информационная система (АИС ПФР). Представляет собой организационно-технологическую систему, состоящую из комплекса средств автоматизации (программно-технологических комплексов) и персонала. Программно-технологические комплексы предназначены для автоматизации деятельности фонда, снижения уровня «ручного труда», повышения скорости оказания государственных услуг гражданам и предоставления информации другим органам власти, которая используется для предоставления ими государственных и

муниципальных услуг. Цель создания этой системы – формирование многоуровневого единого информационного пространства и системы управления процессами, гарантирующей эффективную реализацию всех функций ПФР. При создании АИС ПФР нового поколения важнейшим приоритетом является обеспечение информационной безопасности и защиты персональных данных граждан. Данная система автоматизирует взаимодействия 4, 6, 11 (рис.).

3. Программно-технический комплекс «Администрирование страховых взносов» обеспечивает автоматизацию по администрированию страховых взносов. С его помощью возможно найти сведения о регистрации/ликвидации, постановке/снятии с учета в ПФР плательщиков страховых взносов; использовать выписки с лицевого счета, платежные документы; обеспечивается прием и регистрация отчетности страхователей в соответствии с законодательством РФ; контроль за достоверностью и своевременностью уплаты страховых взносов; проведение камеральных проверок; контроль взыскания пеней и штрафов с плательщика. В этой системе существуют организации, которые «потерялись», давно не сдавали отчеты на своих работников, никаких сведений о них нет, но на ликвидацию не подавали. Невозможно выяснить судьбы таких страхователей, несмотря на прогрессивные программные комплексы, и это огромный минус в работе отдела персонифицированного учета. Система автоматизирует взаимодействия 2, 3, 5, 12.

4. Программно-технический комплекс системы персонифицированного учета позволяет вести централизованную базу данных лицевых счетов о стаже и заработке застрахованных лиц, являющихся основой для назначения пенсий. Комплекс направлен на автоматизацию взаимодействий 6, 11.

5. Электронный журнал материнского семейного капитала, где фиксируется и ведется учет обращений по вопросам материнского капитала, что касается взаимодействий 6, 11, 9, 10, 13.

6. Программно-технический комплекс «Назначение и выплата пенсий» – взаимодействия 6, 11, 9, 10;

7. Оренбургская программа «Spu_orb» упрощает подготовку сдачи отчетности в ПФР. Программа намного проще в использовании, чем «1С», она позволяет загружать, вводить, выгружать и распечатывать пачки документов для ПФР: анкеты застрахованных лиц, заявления об обмене страхового свидетельства, заявления о выдаче дубликата страхового свидетельства, сведения о рождении и смерти, индивидуальные сведения, их сопроводительная ведомость, сведения о трудовом стаже, сведения об иных периодах стажа, сведения о застрахованных лицах, заявление на дополнительные страховые взносы, реестр застрахованных лиц на страховые взносы, расчет страховых взносов. Автоматизирует взаимодействия 4, 2, 5.

Наиболее автоматизированными и переведенными на электронный документооборот являются функции а, в, г из вышеперечисленного списка. Если же следовать логике рис., то наиболее автоматизированными являются взаимодействия: своевременное и достоверное предоставление сведений от страхователей в ПФР (2), проведение документальных проверок страхователей Пенсионным фондом (и требование устранения нарушений в случае их выявления) – (5), ознакомление застрахованных лиц с данными об уплаченных страховых взносах у страховщика и страхователей (6, 11). Наименее автоматизированы взаимодействия, касающиеся: регистрации страхователей в ПФР (1); перечисления страхователями взносов на страхование (3); предоставления страховщику застрахованными лицами документов с достоверными данными, на основании которых устанавливается и выплачивается пенсионное обеспечение (7), а также информации об изменениях, влияющих на выплату обязательного страхового обеспечения (8). Обобщая данный анализ, можно сказать, что первичное предоставление сведений, а также контроль страхователей со стороны ПФР автоматизированы достаточно, а вот регистрация, предоставление документов и изменений – недостаточно, что связано также и с вопросами соблюдения закона о персональных данных и относительной недоступности подачи документов в ПФР для граждан через Интернет (как это делается, например, в налоговой инспекции). Что касается регистрации страхователей, то эти сведения передаются из налоговой инспекции в электронном виде.

С каждым годом программные комплексы совершенствуются, добавляются функции, упрощается их использование. Возможно, через несколько лет Пенсионный фонд совсем откажется от бумажных носителей (пример – отказ от бумажных СНИЛС, взамен – присвоение индивидуального номера-счета). Однако на данный момент ни сотрудники, ни страхователи, ни застрахованные лица не готовы полностью перейти на электронный документооборот, так как привычку к бумажным документам, присвоенную годами, сложно преодолеть. Кроме этого, разработка программных комплексов движется медленно, не все новшества идут на улучшение работы, старая электронная техника не выдерживает такой нагрузки, возложенной на нее. Часто из-за обновлений программы могут не работать какое-то время, что сказывается на темпе и качестве работы специалистов. Также создает сложности то, что некоторые взаимодействия автоматизируются 3–4 программами, и необходимо отладить координацию между ними. Однако прогресс не стоит на месте, следовательно, новшеств не избежать и системе ПФРФ и есть куда стремиться.

Список источников

1. Учет. //Викисловарь. Многоязычный открытый словарь. – Режим доступа URL: <https://ru.wiktionary.org/wiki/учет>. (дата обращения: 04.11.2019)
2. Представление сведений индивидуального (персонифицированного) учета // Пенсионный фонд РФ. – Режим доступа URL: http://www.pfrf.ru/strahovatelyam/for_employers/preds_sved_pers_uchet (дата обращения: 04.11.2019).
3. Персонифицированный учет в России в 2018 году//Юрист-протект.ru. – Режим доступа URL: <http://jurist-protect.ru/personificirovannyj-uchet> (дата обращения: 04.11.2019).
4. Сапожникова, Н. И. Индивидуальный (персонифицированный) учет и его роль в реализации пенсионной реформы / Н. И. Сапожникова // Вестн. Челяб. гос. ун-та. – 2015 – №17(372). – Право. Вып. 43. – С. 58-62. – Режим доступа к журн. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/individualnyy-personifitsirovannyy-uchet-i-ego-rol-v-realizatsiipensionnoy-reformy> (дата обращения: 04.11.2019).
5. Шарифьянова, З.Ф. Социальное страхование в России: проблемы и перспективы развития // Международный научный журнал «Инновационная наука». – 2015. – № 12. – С. 350–351.

Кайкова Ольга Денисовна

ВЛИЯНИЕ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ НА ЭКОЛОГИЮ

Изучено современное влияние человека на экологию в городской среде. Рассмотрены факторы ухудшения окружающей среды и проблемы, нанесенные городской деятельностью. Ключевые слова: экология, город, среда, загрязнение.

The modern human impact on the environment in the urban environment has been studied. Consideration of environmental factors and problems, application of urban activity. Keywords: ecology, city, environment, pollution.

*Кайкова Ольга Денисовна
Омский государственный технический университет
E-mail: Cool.adv.kod@gmail.com
Научный руководитель:
Карасев Игорь Евгеньевич,
кандидат филологических наук, доцент*

В современном мире города играют ключевую роль в жизни большей половины населения Земли. Они возникали исходя из политических, экономических, религиозных потребностей общества. Их существование и развитие было неразрывно связано с судьбой проживающих в них людей.

Города являются крупнейшими потребителями всех видов природных ресурсов и важнейшими источниками загрязнения окружающей среды. Существует множество более или менее значимых факторов, приводящих к росту антропогенного воздействия на все элементы окружающей среды крупных городов. К ним можно отнести, например, увеличение асфальтовых покрытий городских территорий; изменение почвенных вод из-за нарушения режима фильтрации поверхностного стока, влияния крупных зданий и обилия подземных коммуникаций и многое другое [1].

Городская среда – это совокупность компонентов природной среды и антропогенных объектов. И в последние десятилетия с большим прогрессом в обществе одновременно обострились проблемы в экологической среде как в городах, так и за их территорией. К ним относятся: химическое, физическое и биологическое загрязнение атмосферного воздуха, поверхностных и подземных вод, почв и растительного покрова. Важной проблемой является уничтожение и переработка городского мусора, отходов производства, которых с каждым годом становится все больше.

В наше время город является аккумулирующей экосистемой. На своей территории и за ее границами он накапливает внушительные отходы как в материальном, так и в нематериальном плане. Все этому напрямую способствуют жители и их потребности. Население определяет, в каком количестве энергии, чистой воды, продуктах питания и сырье будет нуждаться город. Все это делает город зависимой экосистемой, где главные роли принадлежат людям и экологии.

Территории многих городов и численность их жителей постоянно растут, от мегаполисов урбанизированные территории перешли к следующей стадии роста – к урбоареалам. Часть городов Земли пока не обеспечена даже минимально необходимым качеством жизни [2].

Идеям экологизации противоречит целый ряд кризисных явлений: невозможность сохранения экологического равновесия между городскими и прилегающими естественными территориями, из-за чего снижается качество среды в городах, уменьшается биоразнообразие, утрачивается способность природной среды к абсорбции загрязнений и самоочистке, гибнет природа.

Множество предположений и прогнозов ученых говорят, что в ближайший век человечество может лишиться всех качественных ресурсов и благ нашей планеты. Экологии уже бьют тревогу и предлагают разные мероприятия по снижению летальной угрозы из-за промышленных зон городов.

Большинство жителей ежедневно подвергают свое здоровье большой опасности и даже не задумываются об этом. Изучая современное общество массового потребления, исследователи подчеркивают, что многие потребности людей в массовом обществе выступают одновременно и в роли псевдопотребностей, которые в свою очередь несут символический характер и несут за собой вредоносные последствия.

К примеру, Бородовская М. А. пишет, что символическое потребление активно спекулирует на чувстве идентичности индивидов, формирует новую мифологию, поощряющую образ жизни, при котором человек следует не собственным желаниям и влечениям, а тем, которые навязываются модой, рекламой, средствами массовой информации, подчеркивает «парадокс удовлетворения псевдопотребностей» в современной культуре: несмотря на свой символический характер они оборачиваются для человека реальным удовольствием и страданием, поскольку направлены на социальное самоутверждение [3].

На сегодняшний день люди все больше устремляются в погоне за удовлетворением собственных потребностей. Несмотря на безграничный доступ ко всевозможному виду информации, большинство игнорирует проблемы, наносимые окружающей среде. Мы часто не понимаем, какой большой вклад несем в экологию местности, в которой обитаем.

Путей решения и улучшения нанесенного ущерба экологии городской средой уже существует не мало. Так, например, необходимо отметить, что использование отходов в качестве сырья позволяет частично решать проблему загрязнения окружающей среды при энергообеспечении городов. Более полно решить эту проблему удастся за счёт развития альтернативной энергетики.

Также каждый житель городской среды может внести свой вклад, начав осознанный образ потребления. Больше разбираться в том, что использует и покупает в пользование. Осознавать, куда впоследствии отправится та или иная вещь после употребления.

Крайне важно для улучшения экологического состояния снижение загрязнений от машин. Для снижения вредных выбросов от автотранспорта необходима реконструкция и преобразование магистралей, модернизация и устройство развязок. На перегруженных магистралях необходимы полосы реверсивного движения. Также уже ведется политика запрета проезда по городу в дневное время крупногабаритного транспорта.

Городская среда, безусловно, очень вредит экологии, и решение экопроблем напрямую зависит от деятельности власти. Администрация городов должна начать контролировать все направления экономики. Проследить, чтобы большинство предприятий, в лучшем случае все, уменьшили выброс вредных веществ в экосреду. А жители городов не молчали и сообщали, в каком районе накапливается смог и плохой запах.

Также уже активно ведется разработка и внедрение экотехнологий. Города могут заимствовать эти разработки и идеи у иностранных разработчиков. Ведь каждый из нас хочет жить в чистом и здоровом мире.

Каждый гражданин своего города должен помнить, что многое зависит от нас самих и все в наших руках. Образ жизни каждого из нас напрямую отражается на экологии окружающей среды. Пока есть спрос на определённые вредоносные товары, которые не перерабатываются много лет, мир не станет чище. К примеру, каждый может выбрасывать мусор, сдавать макулатуру, экономить воду, тушить костер на природе, использовать многоразовую посуду, покупать бумажные пакеты вместо полиэтиленовых, читать электронные книги. Эти небольшие действия помогут вам сделать свой вклад в улучшение экологии.

Список источников

1. Чубик М.П. Экология человека // Учебное пособие. – Томск: Изд-во ТПУ. – 2006. – С. 147
2. Тетио А.Н. Устойчивое строительство, устойчивая архитектура – важнейшая задача для России // Научно-практический журнал «Природообустройство». – М.: ФГОУ ВПО МГУП. – 2008. – С. 57 – 67.
3. Бородовская М.А. Массовая культура: псевдопотребности и удовольствие // Гуманитарные и социально-экономические науки. – 2012

СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В СФЕРЕ ПЕРЕРАБОТКИ МУСОРА

Процесс утилизации мусора представляет собой весьма трудоёмкий и экономически не выгодный процесс, влекущий за собой колоссальные затраты на сжигание и захоронение мусора. Более выгодным с точки зрения экономики будет переработка мусора с целью его вторичного использования, поэтому основной задачей данной статьи является отражение практик, способствующих развитию социального предпринимательства в данной сфере.

Ключевые слова: инфраструктура, рециклинг, переработка, вторичное использование, стартап, отработанное масло.

The garbage disposal process is a very time-consuming and economically disadvantageous process, which entails huge costs for the burning and disposal of garbage. Disposal of garbage with a view to its secondary use will be more profitable from the point of view of the economy, therefore the main purpose of this article is to reflect the practice that promotes the development of social entrepreneurship in the field of waste management.

Key words: infrastructure, utilization, processing, secondary use, start-up, used oil.

*Коротин Никита Сергеевич
Казанский институт (филиал)
ФГБОУ ВО «Всероссийский государственный университет юстиции
(РПА Минюста России)»
E-mail: korotin.nik@bk.ru
Научный руководитель:
Иванова Светлана Ильинична,
кандидат экономических наук*

Рециклинг (переработка отходов) – это процесс переработки отходов с целью нахождения материалов, пригодных для их повторного использования с минимальными затратами природных ресурсов на изготовление продуктов потребления и энергии, необходимых для общества. На федеральном уровне действует ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007 N 209-ФЗ. На основании п. 7 ст. 3 данного Федерального закона, введено понятие социального предпринимательства: «социальное предпринимательство – предпринимательская деятельность, направленная на достижение общественно полезных целей, способствующая решению социальных проблем граждан и общества и осуществляемая в соответствии с условиями, предусмотренными частью 1 статьи 24.1 настоящего Федерального закона» [1].

На основании закона основной целью социального предпринимательства является социальный результат, а получение прибыли является мощным средством его достижения.

Суть переработки состоит в физическом изменении предмета в его биологической или химической структуре для дальнейшего приспособления в изготовлении. Так, к примеру, на сегодняшний день переработке поддаются такие материалы, как железо, бумага (в том числе и картон), пластик, стекло, масла и многое другие предметы обихода.

В экономическом плане развитие социального предпринимательства имеет весьма положительные стороны.

Во-первых, государство заинтересовано в получении налогов от бизнеса, поэтому увеличение числа индивидуальных предпринимателей способствует пополнению бюджета страны.

Во-вторых, цель любого бизнеса – это получение прибыли гражданами, способствующей улучшению их материального благосостояния.

В-третьих, переработка ресурсов способствует экономии ограниченных ресурсов Земли.

В-четвертых, развитие предпринимательских инициатив способствует росту рабочих мест.

В Республике Татарстан в городе Казань с 13 марта 2019 года запущен «пилотный проект для домов, управляемых УК Авиастроительного района. На 109 площадках размещены 428 контейнеров для раздельного сбора мусора. Закупку и установку боксов, а также вывоз мусора организуют компании, которые работают в этой сфере.

Исполком города приобрёл 80 боксов для сбора опасных отходов – батареек, ламп и градусников. Из них 10 установлены в Авиастроительном, ещё 70 – в остальных районах города. Места расположения контейнеров выбраны местной администрацией, чтобы они были доступны для максимального количества людей. Опасные отходы вывозят на переработку на специальные предприятия.

Контейнеры отличаются цветом наклеек с изображением видов отходов, на них размещены названия на русском и татарском языках. Помимо боксов для опасных отходов, во дворах появятся тары для сухого и чистого (с жёлтой наклейкой) и мокрого (с серой наклейкой) мусора. Первые направляют на переработку, вторые – на полигон для захоронения отходов» [2].

Поддержку проектам развития социального предпринимательства в Российской Федерации оказывают центры поддержки социальных инноваций. Такой центр функционирует и в Республике Татарстан [3].

Если брать рециклинг пластика в международной практике, то стоит отметить весьма неожиданное рациональное решение по его переработке в денежные купюры. Несомненно, данное решение позволило снизить нагрузку на природные ресурсы, а именно на дерево, из которого изготавливается материал для эмиссии денег, значительно снизить утилизацию пластика и сохранить природный потенциал стран. Данное решение применяется в таких странах, как Австралия, Мальдивы, Канада, Румыния, Новая Зеландия и другие.

В качестве примера переработки металла стоит сказать о России, где это весьма развитая и крупная отрасль промышленности, находящаяся на одном из ведущих мест экономики страны. Необходимо отметить важность переработки металла с его дальнейшим экономически выгодным использованием предприятиями. Например, при переплавке использованного металла можно зафиксировать значительно меньшую долю затрат на добычу металлических руд, а именно в техническом и денежном ресурсе. Так в дальнейшем переработанный металл можно использовать в изготовлении бытовой электроники, авто- и авиастроительный промышленности и многого другого.

Аналогично переработке металлов можно перерабатывать и стекло. Для этого использованную стеклотару сдают в специальные приёмные пункты, где в свою очередь она поддаётся очистке, вымачиванию в специальных растворителях, уничтожению бактериальных скоплений и прохождению дальнейшей термической обработки. Стоит отметить, что обработка стекла – это отличный шанс заработка для индивидуальных предпринимателей. К примеру, данный вид отходов может быть использован предпринимателями в производстве сантехники из керамики, кирпичей, стеклопорошков, мелкозернистого бетона, теплоизоляторов и т. д.

Следующим материалом, поддающимся переработке, является бумага, сдаваемая с целью сохранения лесов и тем самым сохраняя их свойство как естественных очистителей воздуха. «По оценке Агентства США по охране окружающей среды, при переработке макулатуры на производство новой бумаги загрязнение воды снижается на 35 %, а загрязнение воздуха уменьшается на 74 %» [4]. Но, помимо сохранения природных ресурсов, стоит отметить и сохранение энергии. Так, к примеру, «Государственное управление энергетической информации США утверждает, что экономия энергии благодаря переработке макулатуры по сравнению с производством бумаги из непереработанной целлюлозы снижает затраты энергии на 40 %, в то время как Бюро международной рециркуляции утверждает, что затраты энергии снижаются на 64 %» [4].

Само производство вторичного материала не требует каких-либо затратных технологий, выполняемых за счёт сил людей и техники. Сам процесс переработки включает себя такие стадии, как замачивание материала, измельчение, отбеливание, очистка от запаха и микроорганизмов, изменение химического состава, окрашивание до нужного цвета. Кроме того, стоит подумать о том, сколько деревьев можно сохранить, перерабатывая бумагу для ее вторичного использования в потребительских целях.

В последнее время прибыльным также является запуск стартапа по переработке масел посредством его химической и физической переработки. Данный бизнес не предполагает обладания какими-либо специфическими знаниями для осуществления переработки материала. В Российской Федерации государство оказывает финансовую помощь стартапам путём предоставления ссуд и субсидий, для получения которых необходимо предоставить проработанный бизнес-план. Стоит отметить, что деятельность по переработке масел регулируется прописанными в ГОСТ 21046-2015 «Нефтепродукты отработанные. Общие технические условия» нормами [5]. В нем содержатся технические требования, правила безопасности, правила приёмки, методы испытания и многое другое.

Потенциальными поставщиками «отработанного масла» являются владельцы автомобилей, организации, электростанции и др. Поэтому нахождение материала для переработки не предполагает непосильных затрат. При организации бизнеса можно пойти несколькими путями – бесплатный приём отработанного масла от всех желающих либо его покупка у поставщиков. В первом случае не предвидится никаких трат, максимум – на доставку сырья. Но вряд ли оптовые партии масла сторонние предприятия будут отдавать бесплатно, поэтому покупка отработанного моторного масла у них потребует несколько больших вложений.

Для переработки масел можно использовать следующие технологии.

1. Переработка на нефтеперерабатывающем заводе. Масло, которое является отработанным, используют в процессе переработки нефти для изготовления бензина.

2. Переработка с получением топлива. Переработка, связанная с фильтрацией материала для производства готового жидкого топлива с низким содержанием осадка, низким содержанием воды и для удаления твёрдых частиц.

3. Восстановление на месте использования. В этом случае так же, как и в предыдущем, применяется система фильтрации для удаления примесей непосредственно на месте использования масла, таким образом продлевая срок его службы. Этот метод полезен для заводов или других крупных предприятий, которые производят большое количество отработанного масла, тем самым позволяя сэкономить денежные средства на его покупку и услуги по его замене.

4. Регенерация с получением нового смазочного материала. Разработано множество способов регенерации масла для повторного использования. Процесс регенерации обычно включает в себя предварительную обработку теплом или фильтрацию с последующей вакуумной перегонкой и химической обработкой с гидроочисткой. Полученный продукт практически не отличается от продуктов, полученных из сырой нефти. Регенерация продлевает срок службы масла на неопределённый срок, что делает этот процесс наиболее предпочтительным с экологической и экономической точки зрения, поскольку на регенерацию масла требуется на 70 % меньше энергии, чем на производство его из сырой нефти.

Кроме того, при рассмотрении вопроса полезности переработки масел стоит отметить, что их утилизация является весьма вредной для природы и общества в целом. Так, к примеру, утилизация посредством его сжигания образует вредные выбросы, отравляющие окружающую среду.

Социальное предпринимательство в сфере переработки мусора не имеет активно выраженной формы развития на территории Российской Федерации и её субъектов, но, как и было отражено в данной статье, вводятся законопроекты и закреплённые законодательством положения в данной сфере деятельности.

Реальная поддержка со стороны государства в настоящее время является малопродуктивной в экономическом плане и не приносит желаемого результата. На наш взгляд, она может реализоваться посредством развития системы предоставления грантов, субсидий, дотаций, налоговых и кредитных льгот, а также реализации мероприятий по повышению экологической грамотности населения в вопросах утилизации отходов и переработки мусора.

Список источников

1. Федеральный закон от 24.07.2007 N 209-ФЗ (ред. от 02.08.2019) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» [Электронный источник] / http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_52144/ (Дата обращения 27.10.19)
2. Пилотный проект раздельного сбора отходов в Казани [Текст] / <https://inkazan.ru/news/society/16-07-2018/v-kazani-zapuskayut-pilotnyy-proekt-razdelnogo-sbora-othodov> (дата обращения 27.10.2019)
3. Социальный бизнес – «ЦИСС РТ» [Веб-сайт] / <http://ciss-rt.ru/> (Дата обращения 27.10.19)
4. И. Б. Вороновский, Э. Ю. Школовая Утилизация бумажных отходов [Текст] / http://www.zoology.dp.ua/z15_011.html (Дата обращения 28.10.19)
5. ГОСТ 21046-2015 Нефтепродукты отработанные. Общие технические условия (с Поправками) [Электронный источник] / <http://docs.cntd.ru/document/1200127452> (Дата обращения 29.10.19)

ОСОБЕННОСТИ АУДИТА КРИЗИСНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

В статье рассматриваются особенности проведения аудита предбанкротных организаций, его цели, задачи и этапы проведения.

Ключевые слова: аудит, аудиторская проверка, кризис, антикризисная политика.

The article discusses the features of the audit of pre-bankruptcy organizations, its goals, objectives and stages.

Key words: audit, auditing, crisis, anti-crisis policy.

*Кулигина Наталья Дмитриевна
ФГБОУ ВО «Вятский государственный университет»
E-mail: KyliginaN@yandex.ru
Научный руководитель:
Санович Марина Александровна,
кандидат экономических наук, доцент*

В процессе развития и становления любая организация может столкнуться с угрозой потери своей платежеспособности. Для того чтобы этого избежать, назначается и проводится аудиторская проверка, которая представляет собой процесс накопления информации и ее обработки с помощью специальных методов для оценки причин возникновения кризиса предприятия и его глубины, а также выработки рекомендаций по выходу из кризисной ситуации – разработки антикризисной программы, проведения контроля и оценки ее дальнейшей эффективности. Такой аудит для предприятия может быть внутренним и внешним, а его объектом – кризисное предприятие в целом, а также его внутренняя и внешняя среда.

Под самой же аудиторской проверкой, согласно Федеральному закону «Об аудиторской деятельности», понимается деятельность по проведению аудита и оказанию сопутствующих ему услуг, осуществляемая аудиторскими организациями или индивидуальными аудиторами, а под аудитом – независимая проверка бухгалтерской (финансовой) отчетности аудируемого субъекта в целях выражения мнения о ее достоверности [1].

Цель и задачи аудита кризисной и предкризисной организации могут быть определены ее руководством, арбитражным управляющим или комитетом кредиторов [2, с. 134]. Главная цель в данном случае состоит не только в получении официального мнения аудиторов о достоверности финансовой отчетности, но и в оказании содействия администрации самой организации по выходу ее из кризиса.

Конкретные же цели аудита предбанкротной организации определяются исходя из текущей стадии развития и глубины, сложившейся в ней кризисной ситуации и уже принятых управленческих решений по выходу из таковой, к которым можно отнести выход неплатежеспособного предприятия на уровень безубыточности, постепенное улучшение финансового состояния для возможности удовлетворения требованиям кредиторов или максимизации доходов руководителей.

Успешное достижение этих целей в условиях кризисной ситуации возможно лишь при наличии на предприятии эффективной внутренней информационной системы, которая представляет собой совокупность внутренних и внешних потоков информации, а также методов, средств и специалистов, участвующих в процессе их обработки с целью диагностики текущей кризисной ситуации и подготовки дальнейших управленческих решений в разрезе реализуемой антикризисной политики, контроля ее выполнения и оценки эффективности.

Для выполнения целей антикризисного аудита перед экспертами ставятся следующие задачи [3, с. 85]:

- проведение анализа причин и факторов, повлиявших на финансовую стабильность или приведших к неплатежеспособности организации;

- определение мнения о степени глубины кризисной ситуации на предприятии, в том числе и на перспективу;
- разработка и обоснование антикризисной стратегии дальнейшего управления компанией, а также конкретных мероприятий по выходу ее из кризиса;
- разработка системы текущего контроля за реализацией выработанных антикризисных мероприятий и оценка эффективности выполнения установленной антикризисной программы.

В зависимости от поставленной цели аудита предбанкротной организации, полноты охвата проверяемых им объектов аудиторы при проведении проверок могут использовать разнообразные методы, приемы и способы аудирования, в том числе и аналитические, которые позволяют, в соответствии с положениями МСА «Аналитические процедуры», выявлять существенные искажения.

Уровень существенности аудита в данных условиях определяется как предельная разница между фактическими и запланированными специалистами самостоятельно показателями финансового состояния организации, которые могут быть взяты из прогнозной бухгалтерской и финансовой отчетности, сформированной на основе реализации антикризисной программы [3, с. 86].

Кроме обычных методов и приемов проведения аудиторских проверок предприятий, существенной особенностью аудита кризисной организации является его комплексность и использование методов технического аудита, который проводится независимыми специалистами в области системы организации производства, контроля и управления качеством производства, применяемых технологических решений, с выражением мнения относительно обоснованности их применения, способов управления производством и соответствия их требованиям нормативных актов [2, стр. 135]. Его основной задачей является оценка организационного, технического и экономического уровня работоспособности системы и разработка подробной программы мер для перехода на более качественный этап развития предприятия или его ликвидации.

В ходе проведения технического аудита [2, стр. 136]: подробно изучаются и описываются бизнес-процессы аудируемого предприятия, выявляются области с повышенным риском, производится уточненный расчет существенности и риска в соответствии с состоянием аудируемого лица, анализируется технологическая цепочка производственного процесса, производится оценка квалификации специалистов, выполняется хронометраж рабочего времени, разрабатываются комплекс дополнительных аудиторских аналитических процедур, направленных на сбор необходимых аудиторских доказательств, в том числе из внутренних и внешних источников и рекомендации по оптимизации рабочих процессов.

Кроме того, при проведении аудита кризисной организации необходимо обеспечение единого понимания его основных принципов, достигаемое при наличии определенной структуры самого процесса аудиторской проверки, регламентированного в международных стандартах аудита (МСА), который может включать следующие разделы [4, стр. 261]:

- общие положения;
- понятие и цели аудита кризисной организации;
- особенности планирования аудита предбанкротной организации;
- обобщение и оформление результатов проведенного аудита.

Кроме того, представляется целесообразным выделить следующие этапы аудита кризисного предприятия [3, стр. 87]:

1. Подготовка к проведению аудита, которая включает изучение бизнеса аудируемого лица и оценку существующих систем бухгалтерского учета и внутреннего контроля, в соответствии с МСА. Оценка этих систем позволяет аудитору получить представление о возможных существенных искажениях в отчетности, а также своевременно учесть факторы, которые влияют на риск появления существенных искажений, с последующей разработкой надлежащих аудиторских процедур;

2. Планирование аудита – на данном этапе указываются основные процедуры предварительного планирования, раскрывается содержание процесса составления стратегии и плана

аудита, обосновывается существенность оценки аудиторского риска и определяются условия, при которых привлекаются эксперты;

3. Диагностика состояния исследуемой организации, которая включает в себя обработку показателей деятельности предприятия (годовой финансовой и бухгалтерской отчетности), справочных данных и массивов первичных данных, позволяющих систематизировать достоверную информацию о фактическом состоянии объекта аудита;

4. Разработка антикризисной программы, проект которой может содержать следующие разделы:

- уточнение целей деятельности объекта и выбор стратегии его дальнейшего развития, определение направлений выхода организации из сложившейся кризисной ситуации;
- разработка организационных, инвестиционных и экономических проектов реализации мероприятий в условиях проводимой антикризисной политики;
- оценка уровня существенности и аудиторского риска при проведении аудита организации-банкрота;
- проведение аудиторских процедур и документирование их результатов;

5. Контроль выполнения мероприятий разработанной антикризисной политики и оценка эффективности их реализации с точки зрения степени достижения намеченных целей антикризисного управления;

6. Обобщение данных аудиторской проверки и составление аудиторского заключения, в котором по итогам работы, проведенной специалистами, приводятся результаты анализа финансово-хозяйственной деятельности организации, содержащие выводы о степени развития и глубины кризисной ситуации, разработанная для ее сокращения антикризисная программа, результаты контрольных мероприятий по выполнению антикризисных процедур и плановые бизнес-проекты.

Итак, в контексте указанных данных, антикризисный аудит, или аудит кризисных и предкризисных предприятий рассматривается как процесс независимой и объективной оценки эффективности его функционирования, разработки рекомендаций по ее повышению и выходу организации из кризиса.

Список источников

1. Федеральный закон от 30 декабря 2008 г. № 307 «Об аудиторской деятельности» (в ред. от 23 апреля 2018 г.) [электронный ресурс]: Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_83311/ (Дата обращения: 16.10.19)

2. Галиуллина Л.Х. Разработка внутрифирменного стандарта для проведения аудита предприятий в кризисном состоянии // Новая наука: проблемы и перспективы. 2015. №6-1. С. 241

3. Попов В.П., Кучеренко С.А. Необходимость аудиторской проверки в условиях возможного банкротства или кризисного состояния организации // Сборник материалов XI Международной научно-практической конференции «Производственный менеджмент: теория, методология, практика». Новосибирск. 2017. – С. 173

4. Международные стандарты аудита: учеб. пособие / В.П. Попов и др. – Ростов-н/Д.: Феникс, 2016. – 346 с.

ОСОБЕННОСТИ ПОСТРОЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ МОДЕЛИ КОМПАНИИ, ОРИЕНТИРОВАННОЙ НА БЮДЖЕТИРОВАНИЕ

В данной статье дается понятие бюджетирования. Рассматриваются недостатки системы бюджетирования на предприятии. Рассмотрена «классическая» технология бюджетирования. В данной статье дается определение финансовой модели. Описаны основные элементы финансовой модели бюджетирования. Определен порядок расчетов показателя бюджетных форм. Проиллюстрирована иерархическая интегрированная взаимосвязь в виде бюджетов, являющаяся финансовой моделью бюджетирования.

Ключевые слова: бюджетирование, бюджет, модель, финансовое моделирование, иерархия бюджетных статей.

This article gives the concept of budgeting. The article considers the shortcomings of the budgeting system in the enterprise. The "classical" budgeting technology is considered. This article defines the financial model. The main elements of the financial model of budgeting are described. The order of calculation of indicators of budgetary forms is defined. The hierarchical integrated relationship in the form of budgets, which is a financial model of budgeting, is illustrated.

Key words: budgeting, budget, model, financial modeling, hierarchy of budget items.

*Ложкина Анастасия Андреевна
Вятский государственный университет
E-mail: analozh96@yandex.ru*

*Научный руководитель:
Каранина Елена Валерьевна,
доктор экономических наук, завкафедрой,
доцент кафедры финансов и экономической безопасности*

Управление финансами является ключевой задачей предприятия по улучшению финансового состояния предприятия. Такое управление начинается с составления бюджета, который должен быть включен в стартовый набор инструментов управления бизнесом.

Большая часть предприятий в своей деятельности используют бюджетирование. Оперативное планирование деятельности предприятия, своевременное и обоснованное регулирование работы в зависимости от изменения критериев ведения бизнеса, постоянный контроль за выполнением плановых заданий невозможны без формирования бюджета как главного инструмента гибкого управления, обеспечивающего высшее руководство точной, полной и своевременной информацией о реализации мероприятий по достижению целей развития хозяйствующего субъекта, а среднее и низшее руководство – программой действий [1, с. 43]. Верно составленный бюджет предоставляет руководству компании возможность анализировать и оценивать свою деятельность и корректировать, при необходимости, цели предприятия, с помощью систем мотивации, делая их интересными для реализации с точки зрения персонала.

Однако при всем многообразии преимуществ бюджет имеет и некоторые недостатки:

- бюджетирование может быть излишне жестким и недостаточно гибким, что, соответственно, затрудняет использование бюджетного менеджмента в постоянно меняющейся бизнес-среде;
- сложность процесса внедрения бюджетирования, существует высокая сопротивляемость персонала, который не может понять значение этого инструмента, связывая его с ростом бюрократии в управлении;
- некоторые предприятия считают, что бюджетирование может управлять только текущей производительностью, и это убеждение является причиной того, что исполнение бюджета отделено от выполнения стратегического плана. Основной причиной низкого

уровня реализации стратегических планов, невыполнения стратегических целей и фактором потенциального снижения конкурентоспособности отечественных компаний является именно разрыв между текущим и стратегическим управлением.

Данные проблемы заключаются не в самой технологии бюджетирования, а в неверном подходе к процессу построения системы управления бюджетом. «Классическая» технология бюджетирования в идеале предполагает: наделение руководителей подразделений полномочиями по планированию и достижению контролируемых показателей; группировку статей в функциональные бюджеты, отражающие состояние ресурсов каждого бизнес-процесса и их эффективное использование в масштабах всей компании; неотъемлемое ведение обоснованной управленческой учетной политики; постоянный оперативный план-фактологический анализ во всех необходимых разделах; материальная заинтересованность сотрудников в интересах общества [2, с. 14].

Финансовая модель – это своеобразный образ компании, закрепленный во взаимосвязи между всеми показателями ее существования и развития.

Описание финансовой модели бюджетирования [3, с. 53] предприятия должно включать в себя следующие элементы:

- 1) бюджетный классификатор и интегральные схемы передачи информации о состоянии объекта управления, иллюстрирующие, какая информация и из каких источников берется для формирования каждой статьи;
- 2) методы планирования статей бюджета;
- 3) основные принципы признания и оценки типовых хозяйственных операций;
- 4) информационное поле бюджетирования.

Совокупность бюджетов компании и порядок их консолидации определяются 3-мя ведущими факторами: требованиями, предъявляемыми руководством предприятия, спецификой хозяйственной деятельности, сложностью архитектуры предприятия [4, с. 33]. В зависимости от целей бюджетирования и сложности, а также размера предприятия количество бюджетов варьируется от одного до двух-нескольких десятков. Несомненно, чем больше бюджетов, тем сложнее финансовая модель бюджетирования. Таким образом, структура бюджета призвана отражать те сферы хозяйственной деятельности предприятия, контроль над которыми является обязательным для регулярного управления, то есть быть минимально достаточным для успешного управления предприятием.

Разумный бюджетный классификатор позволяет задать нужную иерархию бюджетных статей и сгруппировать в них элементы бюджета. Бюджетный классификатор используется для распределения ответственности структурных подразделений предприятия по конкретным элементам – для этого статьи должны быть детализированы таким образом, чтобы каждое подразделение имело четко определенные элементы [5, с. 59]. В результате выстраивается иерархическая интегрированная взаимосвязь в виде бюджетов, которая и будет являться финансовой моделью бюджетирования (рисунок).

Следует отметить две главные характеристики, которые влияют на полезность финансовой модели:

- целостность и полнота модели, т. е. бюджеты должны содержать все финансово-экономические показатели, отражающие качество деятельности компании;
- сквозная связь финансово-экономических показателей во всех бюджетах, это означает возможность сценарного анализа и обеспечивает прогнозную ценность бюджетирования.

Таким образом, финансовая модель бюджетирования определяет порядок и схему расчетов всех показателей бюджетных форм, которые приняты на предприятии. Финансовая модель применяется для составления бюджетов и обеспечения участников бюджетного процесса необходимой информацией для осуществления управленческого воздействия на конкретный объект.

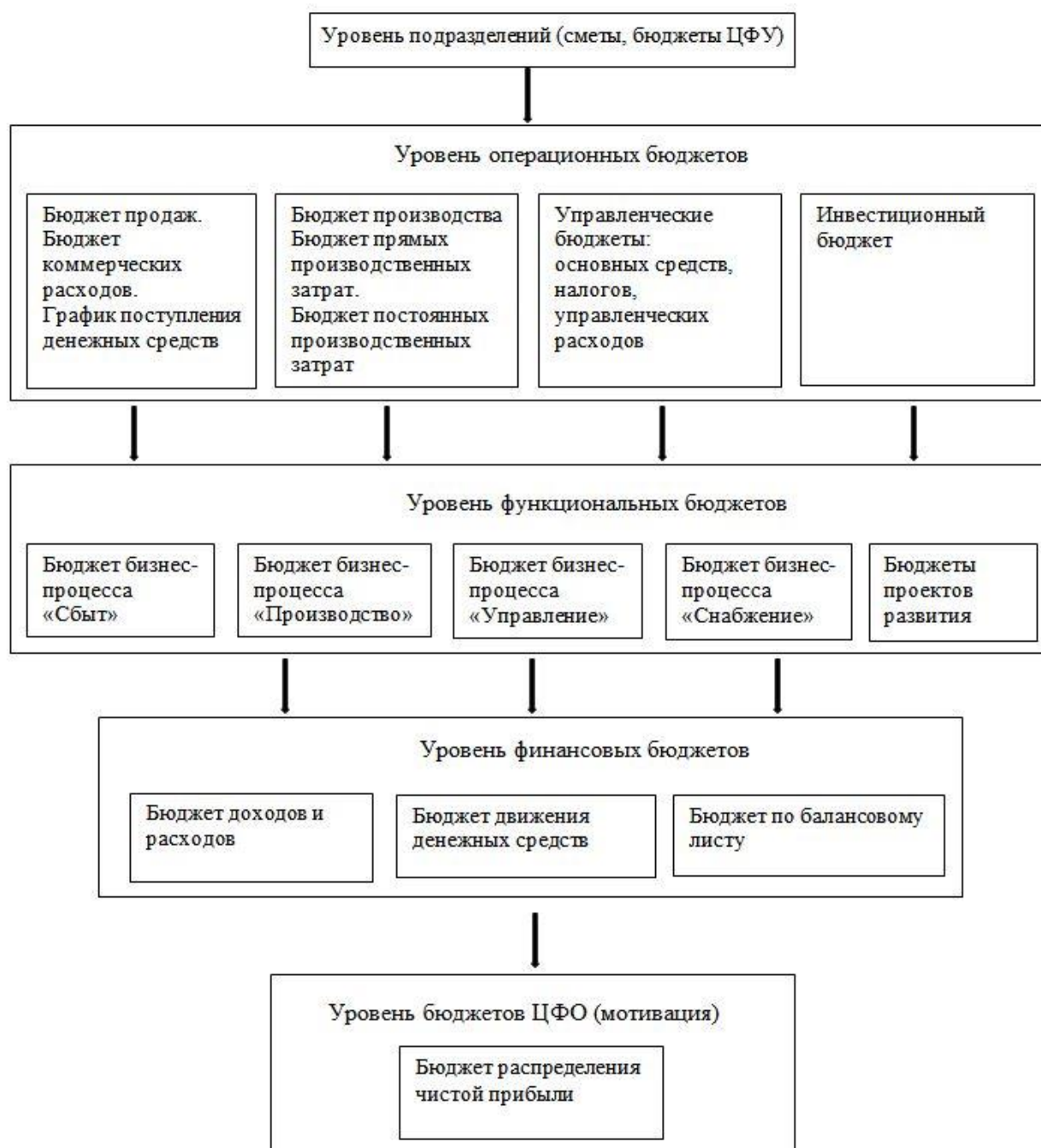


Рисунок – Структура финансовой модели бюджетирования

Список источников

1. Брейли Б., Майерс., Принципы корпоративных финансов. – Москва: ЗАО «Олимп-Бизнес», 1997. 1008 с.
2. Виткалова А.П. Внутрифирменное бюджетирование // А.П. Виткалова// Дашков и Ко. – 2013. – 242 с.
3. Карпов А. Финансовая модель бюджетирования. – 2-е изд. – М.: Результат и качество, 2009, 201 с.
4. Кузина А.Ф. Современная концепция бюджетирования // А.Ф. Кузина, В.Г. Вишневская, Е.И. Кривошеева. - М.: Издательство Светочъ, 2015. – 149 с.
5. Миславский А.В. Центры финансовой ответственности // А.В. Миславский. – КНО-РУС, 2011. – 127 с.

СПЕЦИФИКА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ В ЭКО-ОТЕЛЯХ

Статья посвящена специфике функционирования в эко-отелях. Рассмотрены большинство норм и правил для грамотного строительства отелей и проживания в нем посетителей.

Ключевые слова: специфика, эко-отель, нормы, индустрия гостеприимства, проживание.

The article is devoted to the specifics of functioning in eco-hotels. Considered most of the rules and regulations for the competent construction of hotels and accommodation in it visitors.

Keywords: specifics, eco-hotel, standards, hospitality industry, accommodation.

Малых Мария Ивановна

ФГБОУ ВО «Омский государственный технический университет»

E-mail: malyh_maria@mail.ru

Научный руководитель:

Карасев Игорь Евгеньевич,

кандидат филологических наук, доцент

Зеленое строительство является одним из методов рационального использования утилизации и энергии, сокращения отходов и снижения негативного воздействия на окружающую среду. Экологический дизайн находит свое отражение не только в коммерческой деятельности, но и в гостиничном бизнесе. В качестве примера рассмотрим эко-отели.

Понятие «эко-отель» трактуется иначе. Одни понимают под этим экологически чистый отдых в окружении природы, другие – что строительство и существование данного отеля принесёт наименьший вред этой самой природе (eco-friendly). Тем не менее, в данный момент на отечественном рынке превалирует именно первая трактовка, хотя с развитием эко-туризма, а также увеличением в России количества отелей, соответствующих мировым стандартам и обострением конкуренции между ними и у нас будут расти экологическая ответственность отелей и избирательность гостей [1, с. 82].

Экотуризм, или, как его еще называют, «ответственный туризм» набирает популярность во всем мире. В Интернете есть множество предложений размещения в эко-отелях, которые предлагают остановиться в таких отелях от очень высокого класса до хостела.

Основные аспекты, которые наиболее характерны для эко-отелей, можно разделить на две группы – это эффективное управление отходами (их минимизация и использование) и сокращение. Именно эти направления стали основой экологической политики многих отелей, кроме того, такие отели очень часто соглашаются с действиями, предпринимаемыми клиентами, для этого данное средство проживания стало экологически безопасным [2].

Для участия в программе эко-отелей необходимо соответствовать нескольким критериям:

- 1) высокая экологическая устойчивость;
- 2) зависимость от окружающей среды;
- 3) способствовать охране природы;
- 4) учитывать культурные особенности региона;
- 5) экономическая рентабельность для местного сообщества.

Чтобы соответствовать этим критериям, здание должно иметь следующие характеристики:

- 1) использование нетоксичных моющих средств и стиральных порошков;
- 2) обязательное наличие номеров для некурящих, но лучше их отсутствие;
- 3) простыни и матрацы должны быть изготовлены из натуральных органических материалов (в основном, хлопка);
- 4) использование энергосберегающих технологий;
- 5) производство энергии из возобновляемых источников;
- 6) приготовление пищи из натуральных, выращенных на месте продуктов;

- 7) наличие естественных систем кондиционирования и вентиляции (без использования кондиционеров);
- 8) экономия воды за счет многократного использования для технических нужд и т. д. [5].

Кроме того, с официальной точки зрения, эко-отель является сертифицированным объектом, поэтому здание должно пройти международную сертификацию на соответствие определенным стандартам для оценки эффективности объекта на этапах проектирования, строительства и эксплуатации.

Еще одним основным компонентом организации эко-отеля является использование экологически чистых строительных и отделочных материалов: предпочтение следует отдавать дереву, камню или кирпичу, а не бетону, не рекомендуется использовать асбест, линолеум, древесные частицы и древесноволокнистые плиты (ДСП, ДВП), цинк белый и растворители для краски, содержащие бензол и толуол.

При строительстве эко-отеля следует использовать специальные теплоизоляционные материалы и стены. Поэтому двойные оконные рамы обязательны в горных отелях и коттеджах. Шторы отражают тепло в холодную погоду и предотвращают попадание прямых солнечных лучей в тепло.

Расположение окон и дверей должно быть согласовано с преобладающими направлениями местных ветров (горная долина, фёны, бризы и т. д.), в противном случае сквозняки, разбитое стекло и потеря тепла не могут быть предотвращены. Необходимо шире использовать нетрадиционные природные источники энергии: ветер, термальные воды, солнечные лучи и т. д.

Для освещения наиболее подходят энергосберегающие лампы, работающие от аккумуляторов. Другим вариантом энергосбережения в туристическом бизнесе может быть простая замена стандартных источников света на светодиодные лампы, которые могут сэкономить до 85 % электроэнергии и обеспечить надежное высококачественное освещение [3].

Отопление в домах, зданиях не должно быть центральным, так как нет необходимости отапливать все помещения здания одновременно. Таким образом, автономные обогреватели, различные термостаты и таймеры обогрева хорошо себя зарекомендовали. По итогу, обеспечивается индивидуальное отопление каждой зоны (холл, бар, подсобные помещения), помещений.

Однако эко-отели – это не просто безотходное производство и экологически чистые продукты питания. На самом деле это отели будущего. В то время как эко-отели «растут как грибы» по всему миру, Россия не может этим похвастаться.

Можно сказать, что сегодня в России есть отели, которые позиционируются как эко-отели. Но известно, что для того, чтобы называться «эко», здание должно соответствовать ряду экологических критериев. Нельзя назвать себя эко-отелем без соответствующих параметров и характеристик. Поэтому все эти туристические объекты не являются по праву эко-отелями. В виде примера можно рассмотреть эко-отель «Алтика» (Республика Алтай, Чуйский тракт). Отправляясь на перезагрузку в Горный Алтай, лучше остановиться в эко-отеле «Алтика», стоящем на берегу реки Катунь. «Эко» здесь не просто модная приставка – корпус отеля и коттеджи выполнены из натуральных материалов, а еще у него есть собственная котельная с нулевой нагрузкой на природу, артезианская скважина с чистой водой и локальные очистные сооружения. На территории отеля вы найдете SPA-центр и ресторан – для максимального комфорта среди дикой природы [4].

Известно, что не только недавно построенные здания могут быть «зелеными», практически любое здание может быть модернизировано и в него возможно внедрить экологические технологии, которые помогут оптимально потреблять энергию и снижать вредное воздействие на окружающую среду.

Таким образом, в России наблюдается движение в эко-направлении, хотя и не в соответствии с международными стандартами, такими как BREEAM и LEED, а в соответствии с собственными национальными стандартами, что уже является огромным стимулом для дальнейшего развития.

Принимая во внимание отношение людей к эко-отелям, они более внимательны и уважительны за рубежом. Экологические проблемы наиболее распространены в гостиничном биз-

несе. Согласно недавним исследованиям Международного экологического сообщества, более 60 % американских туристов готовы платить более высокие цены за проживание в отеле, если они участвуют в экологических программах [2]. Такая потребительская деятельность побуждает отели развивать технологии работы, которые не наносят вреда окружающей среде.

Список источников

1. В. В. Кулибанова Сервисная деятельность. Маркетинг: Учебное пособие / М.: Изд-во «Ваш полиграфический партнёр», 2014. – 228 с.

2. Текст научной статьи по специальности «Экономика и экономические науки». Экологические средства размещения как фактор устойчивого развития туристских территорий (на примере гостиничного рынка г. Казани) [Электронный ресурс]:- Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekologicheskie-sredstva-razmescheniya-kak-faktor-ustoychivogo-razvitiya-turistskih-territoriy-na-primere-gostinichnogo-rynka-g-kazani> (дата обращения 02.10.2019 г.)

3. Текст научной статьи по специальности «Охрана окружающей среды. Экология человека». Сущностные характеристики и практические особенности функционирования эко-отелей [Электронный ресурс]:- Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/suschnostnye-harakteristiki-i-prakticheskie-osobennosti-funktsionirovaniya-eko-oteley> (дата обращения 02.10.2019 г.)

4. Единение с природой: 10 лучших эко-отелей России [Электронный ресурс]:- Режим доступа: <https://nfr-travel.com/ru/russia-best-eco-hotels/> (дата обращения 02.10.2019 г.)

5. Сайт Анализ гостиничного рынка 2019 [Электронный ресурс]:- Режим доступа: <https://alterainvest.ru/rus/blogi/analiz-gostinichnogo-rynka-2019/> (дата обращения 02.10.2019 г.)

СПЕЦИФИКА УГРОЗ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ДОМАШНИХ ХОЗЯЙСТВ, ВКЛЮЧАЮЩИХ В СЕБЯ ЛИЦ С ИНВАЛИДНОСТЬЮ

В современном обществе наиболее остро стоят проблемы обеспечения экономической безопасности страны и предприятий. Однако особое внимание, для адекватной оценки этих проблем, необходимо уделять экономической безопасности домохозяйств. В настоящее время эта категория является малоизученной, отсутствует классификация с учетом особенностей домохозяйства. Одной из таких особенностей является наличие в домохозяйстве инвалида.

Ключевые слова: экономическая безопасность, домохозяйства, экономическая безопасность домохозяйств, инвалиды, домохозяйства с инвалидами.

In modern society, the most acute problems are ensuring the economic security of the country and enterprises. However, special attention, for an adequate assessment of these problems, it is necessary to pay economic security to households. Currently, this category is poorly studied, there is no classification taking into account the characteristics of the household. One of these features is the presence of a disabled person in the household.

Keywords: economic security, households, economic security of households, disabled, households with disabled.

*Мельник Надежда Александровна
ФГАОУ ВО «Южно-Уральский государственный университет
(национальный исследовательский университет)»
E-mail: Vladykina999nadena@yandex.ru
Научный руководитель:
Цало Илья Маркович,
кандидат экономических наук*

В настоящее время экономическая безопасность домохозяйств является актуальной проблемой современного общества, однако многими авторами отмечается недостаточная изученность данного направления.

Важно отметить, что точное определение домашних хозяйств в научной литературе отсутствует. В современных исследованиях домохозяйства рассматривают в двух аспектах: широком и узком. Так, в широком смысле под домохозяйством следует понимать систему отношений, в которую могут быть вовлечены не только люди, имеющие родственные связи, но и без таковых. В узком же смысле под домохозяйством понимают только семейные отношения, где лица, входящие в него, объединены родственными связями [2, с. 81–84].

Как правило, все домохозяйства построены на основе общего бюджета, места проживания, общности целей и решаемых задач.

Также важно отметить, что, рассматривая домохозяйства с точки зрения экономической безопасности, невозможно определить единственную и точную методику оценки ее уровня в силу различий конкретных факторов риска для конкретных категорий домохозяйств. Так, риски и угрозы стандартного домохозяйства будут значительно отличаться от рисков и угроз домохозяйств, имеющих в своем составе инвалидов.

С таким разграничением домохозяйств можно говорить о повышении эффективности выполнения целей и задач Указа Президента РФ от 13.05.2017 № 208 «О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года» [1].

В связи с этим особое внимание в данной работе будет уделено именно второй категории – домохозяйствам с инвалидами.

На сегодняшний день термины «домохозяйства с инвалидами», «домохозяйства с людьми, имеющими ограниченные возможности» не нашли широкого применения в научной ли-

тературе. Как правило, они используются в работах, отражающих социальное положение данной категории населения, в сложившейся экономической ситуации в определенной стране.

Так, данный термин применяется в работе Хасановой Р. Р. и Макаренцевой А. О. «Бедность инвалидов и домохозяйств с инвалидами», которые подтверждают факт малоизученности данных слоев населения с точки зрения экономики [6, с. 44–59].

В связи с этим особое внимание необходимо уделить тому, что данная категория граждан никак не выделяется при оценке уровня экономической безопасности домохозяйств, а, следовательно, данное направление остается неизученным. Именно поэтому, по нашему мнению, необходимо рассмотреть вопрос актуальности выделения данных слоев населения в отдельную группу, и на основе полученной информации проанализировать возможные риски и угрозы выделяемых домохозяйств с учетом их особенностей.

Перед тем, как говорить об экономической безопасности «домашних хозяйств с инвалидами», необходимо охарактеризовать данную категорию.

Согласно ст. 1 ФЗ № 181 «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации», инвалид – это лицо, которое имеет нарушение здоровья со стойким расстройством функций организма, обусловленное заболеваниями, последствиями травм или дефектами, приводящее к ограничению жизнедеятельности и вызывающее необходимость его социальной защиты [4].

При анализе открытых источников, с целью установления численности инвалидов, находящихся на территории РФ, было выявлено, что представленная информация не позволяет оценить масштабы данной проблемы, так как данные в различных источниках разнятся. Согласно сведениям, представленным Пенсионным фондом Российской Федерации, на территории нашей страны на 1 января 2019 года было зарегистрировано 11277 тыс. человек с инвалидностью, однако по данным Росстата этот показатель составляет 11947 тыс. человек [5].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в настоящее время отсутствует налаженная система учета людей с инвалидностью, позволяющая оценить реальный масштаб анализируемой проблемы, а, следовательно, это может приводить к неэффективным государственным решениям в социальной сфере. Также важно проанализировать данный показатель в динамике. Для этого воспользуемся данными из Росстата (рисунок 1) [3].

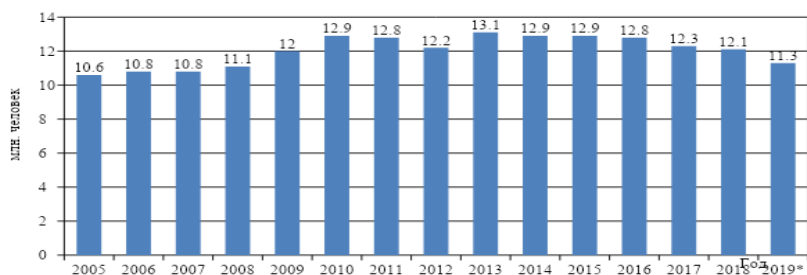


Рисунок 1 – Численность инвалидов в России в период с 2005 по 2019 годы

Важно отметить, что в данной численности не учитываются дети с инвалидностью.

Также для наглядности необходимо определить долю инвалидов в общей численности населения, что представлено ниже, на рисунке 2.

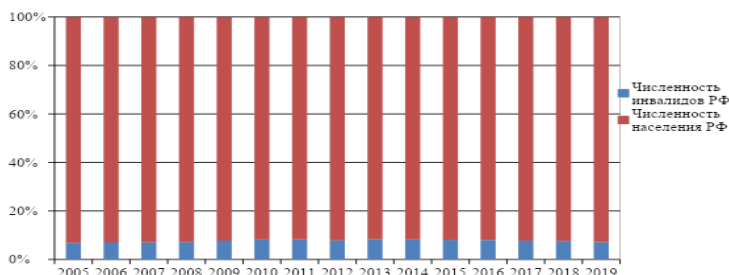


Рисунок 2 – Доля инвалидов в общей численности населения, %

Несмотря на то, что отмечается общее снижение численности инвалидов, особое внимание необходимо уделить детской инвалидности, где цифры являются неутешительными. Ниже, на рисунке 3 будет представлена динамика численности детей-инвалидов.

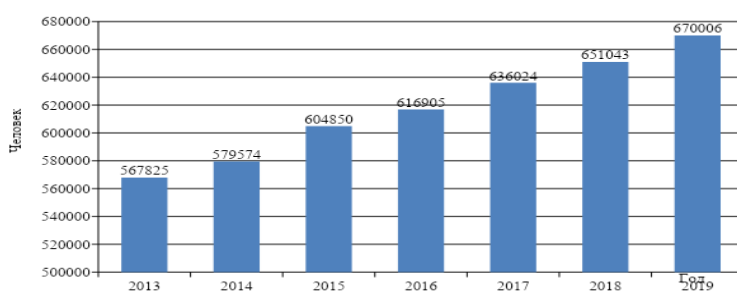


Рисунок 3 – Численность детей-инвалидов в РФ в период 2013–2019 гг.

Как видно из представленного выше рисунка, за анализируемый период количество детей-инвалидов выросло в 2019 году по отношению к 2013 году на 18 %, что является неблагоприятным прогнозом для экономики РФ.

Таким образом, проанализировав представленные выше рисунки, можно сделать вывод о том, что в настоящее время доля инвалидов в общей численности населения составляет от 7 до 10 %, что является достаточно высоким показателем, так как этим слоям населения необходимо оказывать государственную помощь, а также следить за тем, чтобы государство «не забывало» таких граждан.

Также важно проанализировать статистику о том, в каких домохозяйствах по количественному составу находится данная группа. Ниже, на рисунке 4 будет представлена доля инвалидов, находящихся в домохозяйствах с различным количественным составом, согласно всероссийской переписи населения в 2010 году.

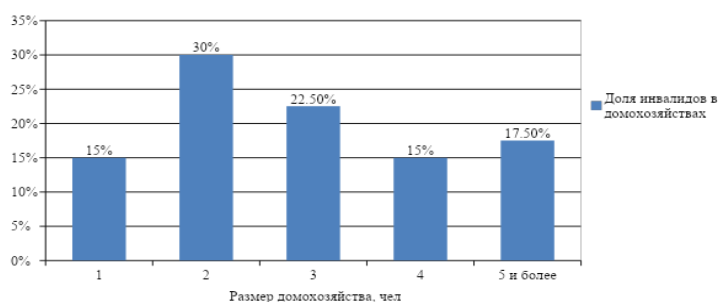


Рисунок 4 – Доля инвалидов в домохозяйствах разного размера

Проанализировав представленный выше рисунок, можно сделать вывод о том, что наибольшая доля инвалидов (30 %) сконцентрирована в домохозяйствах, состоящих из двух человек. На втором месте находятся домохозяйства, состоящие из трех человек (22,50 %), и на третьем – из пяти и более человек.

Также необходимо проанализировать концентрацию инвалидов по возрасту с учетом количественного состава домохозяйств, что представлено ниже, в таблице 1.

Таблица 9 – Доля инвалидов в домохозяйствах разного размера с учетом их возраста

Возраст инвалида	Размер домохозяйств (количество членов)					
	1 чел.	2 чел.	3 чел.	4 чел.	5 чел.	6 и более чел.
Моложе трудоспособного	0,2 %	7,1 %	23,4 %	31,3 %	17,8 %	20,2 %
Трудоспособный	9,5 %	27,3 %	26,6 %	17,8 %	9,2 %	9,6 %
Старше трудоспособного	24,7 %	36,5 %	17,0 %	10,2 %	6,0 %	5,5 %
Не указан	0,0 %	18,8 %	0,0 %	12,5 %	31,3 %	37,5 %

Таким образом, можно сделать вывод о том, что наибольшая доля инвалидов моложе трудоспособного возраста сконцентрирована в домохозяйствах с 4 членами (31,3 %), на вто-

ром месте – с тремя членами (23,4 %). К данной категории следует относить детей, у которых инвалидность либо была врожденной, либо приобретенной.

Инвалиды в трудоспособном возрасте сконцентрированы в домохозяйствах с двумя и тремя членами (27,3 % и 26,6 % соответственно). К данной категории следует относить людей, у которых инвалидность была приобретена в результате несчастного случая, а также людей, у которых инвалидность была врожденной, и они с детства проживают в домохозяйстве, и вероятность их отделения от него крайне низка.

Инвалиды старше трудоспособного возраста сконцентрированы в домохозяйствах с двумя членами (36,5 %) и одним членом (24,7 %). Как правило, это пенсионеры, живущие отдельно от своих детей, а, следовательно, неспособные обеспечивать себя и своих близких.

Таким образом, проанализировав статистические данные, нами был сделан вывод о том, что домохозяйства с инвалидами требуют наиболее тщательного изучения и внимания со стороны государственных органов. Важно отметить, что наибольшая часть инвалидов не способна обеспечивать себя, а, следовательно, эта обязанность перекладывается на других членов домохозяйств, что приводит к ухудшению качества жизни этих домохозяйств, так как увеличиваются их расходы. Наиболее остро стоит данная проблема в домохозяйствах, состоящих из одного человека-инвалида.

Одной из особенностей домохозяйств с инвалидами являются их специфические угрозы.

Стоит отметить, что до настоящего времени в научной литературе такие угрозы не были выделены для анализируемой категории граждан, поэтому нами была предложена собственная классификация угроз экономической безопасности домохозяйств с инвалидами.

Так, особую роль при анализе угроз экономической безопасности домохозяйств с инвалидами играет то, что инвалидность можно разделить на две категории: врожденная и приобретенная.

В первую категорию попадают домохозяйства, члены которых являются инвалидами с рождения. Рождение такого ребенка изменяет весь ход жизни домохозяйства, оказывает влияние на его социальное положение в обществе, заставляет пересмотреть его привычки и интересы.

Под вторую категорию попадают домохозяйства, члены которых являются инвалидами после рождения, в результате болезни или травмы. Если в первом случае члены домохозяйства принимают основные угрозы на себя, то во втором случае под влияние попадают как член домохозяйства, так и сам инвалид. Так, человек с приобретенным в ходе жизни дефектом подвержен изменению личности или социальной изоляции и, как следствие, это может привести к асоциальному поведению.

Также нами было учтено то, что угрозы могут возникать как внутри домохозяйства – угроза исходит от членов домохозяйств, их действий, так и во вне домохозяйства – угроза исходит от внешних факторов, на которые само домохозяйство повлиять неспособно. Ниже, в таблице 2 представлены угрозы экономической безопасности домохозяйств с инвалидами.

Таблица 2 – Угрозы экономической безопасности домохозяйств с инвалидами

	Внутренние угрозы экономической безопасности домохозяйства	Внешние угрозы экономической безопасности домохозяйства
Домохо-зяйства, члены которых являются инвалидами с рождения	<ol style="list-style-type: none"> 1. Снижение доходов семьи (неспособность выхода одного из членов на работу, так как необходимо сидеть с членом-инвалидом). 2. Снижение репродуктивной способности домохозяйства (низкая вероятность того, что член-инвалид сможет продолжить род и оказывать поддержку пожилым членам этого домохозяйства). 3. Увеличение психологической напряженности внутри домохозяйства (напряженные взаимоотношения между членами домохозяйства, увеличение вероятности разводов). 4. Появление барьеров в самореализации членов домохозяйства (неспособность реализовать себя в жизни). 5. Увеличение непредвиденных расходов домохозяйства. 6. Отвлечение денежных средств от более перспективных членов домохозяйства в пользу члена-инвалида. 7. Переложение ответственности за жизнь инвалида на младших членов домохозяйства в случае смерти родителей 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Негативное отношение со стороны общества к членам домохозяйства (высмеивание, унижения). 2. Недостаточный уровень поддержки домохозяйств с инвалидами со стороны государства. 3. Запрет на территории государства жизненно необходимых лекарств для инвалида, либо их замена на менее качественные аналоги. 4. Отсутствие современных адаптационных центров (отставание от зарубежных). 5. Недостаточное осведомление общества о врожденных заболеваниях. 6. Отсутствие обучения государственных служащих для работы с инвалидами (отсутствие специалистов по работе с детьми-инвалидами). 7. Отсутствие финансирования школ для закупки специальных материалов для работы с детьми-инвалидами (специальные учебные пособия, оборудование). 8. Потеря работы членами домохозяйства. 9. Повышение цен на жизненно необходимые препараты
Домохозяйства, члены которых являются инвалидами (приобретенная инвалидность)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Потеря трудоспособности самого инвалида. 2. Повышенный уровень стресса, депрессия, суицидальные мысли, агрессия. 3. Снижение уровня социализации. 4. Невозможность самореализации в жизни. 5. Снижение доходов домохозяйства 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Низкий уровень социальной поддержки инвалидов. 2. Недостаточный уровень адаптированности окружающей среды (отсутствие пандусов). 3. Низкое качество медицинских услуг по адаптации. 4. Отстраненность общества

Таким образом, проанализировав представленные выше угрозы, необходимо отметить, что домохозяйства с инвалидами, с точки зрения экономической безопасности, необходимо выделить в отдельную категорию, так как они обладают специфическими угрозами и особенностями, которые в значительной степени отличаются от стандартных домохозяйств.

Список источников

1. О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года: Указ Президента Российской Федерации от 13.05.2017 № 208.

2. Попов М.В. Сущность и функции домашних хозяйств в современной отечественной экономике // Известия Волгоградского государственного педагогического университета, 2013 г., №3(78), 81-84 с.
3. Федеральная служба государственной статистики [электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.gks.ru/> (дата обращения: 01.11.19)
4. Федеральный закон «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации» от 24.11.1995 N 181-ФЗ
5. Федеральный реестр инвалидов [электронный ресурс] // Режим доступа: <https://sfri.ru/> (дата обращения 01.11.19)
6. Хасанова Р.Р., Макаренцева А.О. Бедность инвалидов и домохозяйств с инвалидами // ЭКО. – 2018. – № 3. – С. 44-59.

ПРОБЛЕМЫ ТРУДОУСТРОЙСТВА СТУДЕНТОВ И ВЫПУСКНИКОВ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ В РОССИИ

В статье рассматриваются проблемы трудоустройства студентов и выпускников высших учебных заведений в России. Анализируются факторы, влияющие на трудоустройство по специальности. Предложены мероприятия, направленные на решение в перспективе проблемы трудоустройства молодых специалистов на рынке труда.

Ключевые слова: студент, выпускник вуза, работодатель, трудоустройство.

The article discusses the problems of employment of students and graduates of higher educational institutions in Russia. The factors affecting employment in the specialty are analyzed. Measures aimed at solving in the future the problem of employing young specialists in the labor market are proposed.

Keywords: student, university graduate, employer, employment.

*Минаева Екатерина Юрьевна
ФГБОУ ВО «Елецкий государственный университет им. И. А. Бунина»
E-mail: e-katerinkaminaewa@mail.ru
Научный руководитель:
Костенькова Татьяна Александровна,
кандидат экономических наук, доцент*

В настоящее время проблема трудоустройства жизненно важна для многих студентов и выпускников высших учебных заведений нашей страны. Большинство предприятий и организаций не стремятся брать к себе на работу молодых специалистов, считая, что у них мало навыков, профессиональных умений и опыта в той или иной сфере. Проходя производственную практику, студенты часто не получают необходимого профессионального опыта и знаний, которые можно применить на практике, а именно на предприятии. Порой эти знания носят лишь теоретический характер.

Проблема трудоустройства студентов и выпускников высших учебных заведений в России актуальна и в современных рыночных взаимоотношениях между выпускником и работодателем. На сегодняшний момент лишь 40 % российских выпускников находят себе работу по специальности, которую они получили в вузе. Другая часть выпускников после окончания обучения проходит профессиональную переподготовку. Главной причиной работы не по специальности, полученной в вузе, является то, что в университете даются лишь теоретические знания, которые бывает трудно применить на практике. В итоге они не имеют практической подготовки, а это в современных рыночных отношениях является одним из ведущих критериев при отборе кадров на предприятиях и в организациях.

На сегодняшний момент многих исследователей в области трудового потенциала современной России интересуют причины, влияющие на эффективное трудоустройство выпускников высших и средних профессиональных учебных заведений, среди которых наиболее важными являются:

- малая доля участия высших и средних профессиональных учебных заведений в дальнейшем трудоустройстве своих выпускников и в профориентационной работе;
- низкая заинтересованность вузов в изучении изменений требований, которые предъявляются к квалификации работников на рынке труда, а также плохая изученность навыков и профессиональных умений, нужных в данный момент для работодателей;
- несовершенство кадровой политики на многих российских предприятиях, которые ориентированы на достижение краткосрочных результатов;

- отсутствие результативного механизма, обеспечивающего взаимосвязь между рынком труда и рынком образовательных услуг;
- завышенная самооценка собственных профессиональных умений у многих выпускников, мешающих найти работу по специальности.

Согласно последним данным Росстата, в 2016–2018 гг. получили диплом 10,7 млн человек. Из них 5,5 млн выпускников (из 7,3 млн искавших работу) столкнулись с трудностями при трудоустройстве, главным образом из-за отсутствия опыта (3,8 млн), низкого уровня заработной платы (2,3 млн), в связи с отсутствием вакансий (1,7 млн) и из-за трудности найти работу по специальности (1,2 млн). В результате в первый год после выпуска трудоустроились 5,9 млн человек из 7,3 млн искавших работу, следовательно, остались без работы в этот период 1,4 млн человек [1].

Стоит отметить тот факт, что в 2016–2018 гг. снизился интерес у работодателей к выпускникам. Так, 91 % потенциальных работодателей заявляет о нехватке у студентов профессиональных навыков по нужным для организаций и предприятий специальностям [1]. Приобретению практических способностей мешает то, что многие высшие учебные заведения не хотят «слышать» бизнес. Также этому способствует низко-профильность материально-технического обеспечения учебных заведений.

Другой причиной, влияющей на низкое трудоустройство студентов по специальности, является перенасыщение рынка услуг. Спрос работодателей не соответствует тому, что предлагают вузы как по качеству подготовки, так и по количеству специалистов. Например, по данным Рособнадзора, юристов и экономистов выпускается в 10 раз больше необходимого количества на рынке труда [1], а по информации ЦБ, наблюдается дефицит квалифицированных кадров в здравоохранении, образовании, науке, технике и информационных технологиях. Получается, что несоответствие рабочей силы запросам рынка труда может быть вызвано распространенностью работы граждан не по специальности.

Еще одной проблемой, прямым образом влияющей на трудоустройство выпускника вуза не по профессии, является низкая оплата труда молодого работника. Работодатель не стремится высоко оплачивать умственный и физический труд специалиста, аргументируя это тем, что у него нет достаточного объема профессиональных знаний и навыков, а самое главное – опыта, отдавая предпочтение более опытным коллегам.

Для многих молодых специалистов оплата его труда является главным фактором при поиске работы. В этой связи они обращают внимание не на специальность работы, по которой собираются трудиться, а на предлагаемую заработную плату.

Стоит отметить тенденцию «старения» кадров на многих российских предприятиях. Средний возраст персонала в организациях составляет 40,3 года. Данная статистика говорит о том, что работодатели будут отдавать предпочтение более квалифицированным специалистам, нежели молодым и не опытным. Однако старшее поколение, в свою очередь, не спешит отдавать свое место для молодых работников, напротив, они всеми силами пытаются удержаться в организации.

Проведенный анализ проблем, которые мешают трудоустроиться студентам и выпускникам высших учебных заведений, позволяет сформулировать ряд предложений по их решению.

Во-первых, надо обратить внимание на взаимосвязь университета с разными предприятиями и организациями, а именно нужно договариваться о стажировках своих студентов в профильных организациях. Теоретические знания, которые получает студент во время учебы в высшем учебном заведении, подкрепленные практическими навыками, – это гарантия успешной подготовки будущего специалиста. Многие вузы должны применять и развивать такую практику, при которой место стажировки студента в дальнейшем может стать местом его постоянной работы по окончании учебы. В список таких студентов могут попасть те, кто проявляет себя с положительной стороны во время стажировки в той или иной организации, и те, кто имеет хорошую успеваемость во время учебы.

Во-вторых, необходимо повышать заинтересованность не только государственных компаний, но и частных организаций в приеме к себе на работу молодых и неопытных работников.

Этому может способствовать применение программы льготного налогообложения для таких предприятий. Не секрет, что большинство работодателей не хотят брать «зеленых» специалистов, аргументируя это тем, что у них нет опыта, необходимого для данной профессии или должности. Этим высказыванием они сами же себе и противоречат, так как лишают выпускников возможности получить тот самый заветный и необходимый опыт работы. А при внедрении в действие такого механизма как льготные ставки по налогам, многие предприятия пересмотрят свое отношение к молодым специалистам и станут охотнее брать их к себе на работу, тем самым удовлетворив свои потребности в новых кадрах и обеспечив занятость молодых людей.

В-третьих, определенную помощь выпускникам вузов в трудоустройстве может оказать принятие закона о квотировании рабочих мест за теми, кто впервые ищет работу по специальности. С таким предложением выступил Российский студенческий союз. Согласно информации, размещенной на его сайте, Союз предлагает улучшить законодательство и принять Федеральный закон «О квотировании первого рабочего места». Предлагается установить следующую квоту на трудоустройство молодежи: 1 % – при списочной численности работников организации до 100 человек; 2 % – при списочной численности работников организации от 100 до 300 человек; 3 % – при списочной численности работников от 300 и более человек» [2]. Трудно не поддержать данное предложение, так как, на наш взгляд, это действительно поможет в решении проблемы трудоустройства выпускников.

Таким образом, в современных рыночных отношениях студент должен сам проявлять активность при устройстве на работу. Не нужно надеяться на то, что, получив диплом о высшем образовании, к выпускнику выстроится очередь из работодателей, которые будут готовы взять его к себе на работу. Следует проявлять себя во время учебы в университете и стажировки в организациях. Нужно понимать, что залог получения профильной и высокооплачиваемой работы в будущем – это наличие ответственности, способностей и компетенций в той области, в которой выпускник хочет быть высококвалифицированным специалистом.

Список источников

1. Официальный сайт Федеральной службы по надзору в сфере образования и науки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://obrnadzor.gov.ru/ru/> (дата обращения: 19.10.2019).

2. Российский студенческий союз. Законопроект «О квотировании первого рабочего места» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://russiansu.ru/publ/novosti/zakonoproekty/zakonoproekt_o_kvotirovanii_pervogo_rabochego_mesta/8-1-0-25 (дата обращения: 20.10.2019).

ОСОБЕННОСТИ ИНВЕНТАРИЗАЦИИ ГОРЮЧЕ-СМАЗОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ В АЭРОПОРТАХ

Статья посвящена подробному рассмотрению процедуры инвентаризации ГСМ в аэропортах. Определена нормативная база, на основании которой производится инвентаризация топлива аэропорта, а также выделены ключевые особенности инвентаризации ГСМ и важность тщательного учета, а также контроля данного вида высоколиквидных активов предприятия.

Ключевые слова: инвентаризация, горюче-смазочные материалы, аэропорт, бухгалтерский учет, нормативное регулирование.

The article is devoted to a detail consideration of the issue of inventory of fuel and lubrications in aviation enterprises. It defines the regulatory framework for the airport's fuel inventory and highlights the key featuring's of the fuel and lubrications inventory and the importance of careful accounting and control of this type of highly liquid assets.

Keywords: inventory, fuels and lubricants, airport, accounting, regulation.

*Мищенко Алина Владимировна
ФГБОУ ВО «Югорский государственный университет»
E-mail: a_mishchenko97@mail.ru
Научный руководитель:
Костина Ольга Владимировна,
кандидат экономических наук, доцент*

Пассажироперевозки и грузоперевозки являются неотъемлемой частью современного мира. Аэропорт представляет собой комплекс объектов, предназначенных для приема, отправки, обслуживания воздушных перевозок и базирования воздушных судов, имеющий для этих целей грузовые терминалы, аэродром, аэровокзал, необходимое оборудование и другие наземные сооружения. Однако, несмотря на специфичность осуществляемой деятельности, аэропорт является коммерческой организацией и, как и любая другая коммерческая организация, в соответствии с законодательством РФ обязан проводить инвентаризацию запасов, в том числе горюче-смазочных материалов. Актуальность исследования обусловлена специфичностью горюче-смазочных материалов как активов организации, а также важностью их правильного хранения, учета и обеспечения сохранности для непрерывности деятельности аэропорта.

В составе служб любого аэропорта существует служба топливного обеспечения полетов. Основным видом деятельности данной службы является организация авиатопливообеспечения воздушных судов в аэропорту. Задачей службы является контроль соответствия деятельности требованиям норм международного права и законодательства РФ, а также требованиям и рекомендациям международного авиационного сообщества на всех стадиях организации процесса топливообеспечения воздушного судна: от процесса поступления и приема топлива на хранение в резервуарный парк топливо-заправочного комплекса аэропорта до подготовки к выдаче на заправку авиатоплива [4].

Следовательно, основным видом активов, имеющихся в распоряжении службы топливного обеспечения полетов, являются горюче-смазочные материалы (далее – ГСМ). ГСМ – это нефтепродукты, к которым относятся различные виды горючего (дизельное топливо, бензин, сжиженный нефтяной газ) и смазочных материалов (пластичные смазки, моторные, специальные и трансмиссионные масла), специальные жидкости (охлаждающие и тормозные) [7, с. 49].

ГСМ являются высоколиквидными активами, которые, благодаря этому качеству, а также своей материально-вещественной форме, часто становятся объектом хищения и растрат. Организация учета и контроля ГСМ является важнейшей задачей бухгалтерской и ревизионной службы аэропорта [6, с. 83]. Применительно к аэропорту, можно выделить две основных групп

пы ГСМ: авиационный керосин, который используется для заправки летательных средств, и бензин – для заправки специального автотранспорта, используемого сотрудниками аэропорта.

Под инвентаризацией понимается проверка наличия имущества и финансовых обязательств на определенную дату путем сличения данных бухгалтерского учета и фактических данных. В первую очередь, обязанность проведения инвентаризации всеми коммерческими организациями провозглашена ст. 11 Федерального закона «О бухгалтерском учете» № 402-ФЗ «Инвентаризация активов и обязательств» [1]. Положение по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в РФ определяет общие ситуации, когда проведение инвентаризации обязательно, например, при смене материально-ответственных лиц, перед составлением годовой бухгалтерской отчетности и т. д. [3].

Инвентаризация ГСМ аэропорта, кроме того, регламентируется инструкцией о порядке ведения учета, отчетности и расходования горючесмазочных материалов в гражданской авиации, утвержденной МГА СССР 28.06.1991 г. П. 7.2., гласит, что для нефти и нефтепродуктов инвентаризация проводится не реже одного раза в месяц [5].

Инвентаризация ГСМ аэропорта преследует следующие цели:

- оценка текущего фактического наличия ГСМ (тонн, литров, кубических метров) по видам, маркам, ответственным лицам и местам хранения;
- соотнесение фактического наличия ГСМ с данными бухгалтерского учета;
- контроль соблюдения условий и порядка хранения.

Инвентаризация должна быть проведена с учетом требований законодательства. В Методических указаниях по инвентаризации имущества и финансовых обязательств описывается процедура инвентаризации. Если требования данного документа, а также отраслевых стандартов не были соблюдены, то результаты инвентаризации не признаются действительными [2]. Инвентаризация ГСМ, как и любого другого вида активов, инициируется руководителем организации через приказ о проведении инвентаризации.

Мероприятие проводится постоянно действующей инвентаризационной комиссией, состав которой утверждается приказом. При большом объеме работ допускается создание нескольких инвентаризационных комиссий. Таким образом, в аэропорту обычно создается инвентаризационная комиссия по ГСМ, в которую входят:

- председатель комиссии – заместитель начальника предприятия, главный инженер или другой представитель руководства организации;
- остальные члены инвентаризационной комиссии – представители бухгалтерии, службы ГСМ, профсоюза, другие структурные подразделения и службы предприятия.

Инвентаризация должна проводиться только при полном составе инвентаризационной комиссии в присутствии заведующего складом ГСМ или другого материально ответственного лица [5].

Кроме вышеперечисленных действий, к подготовительному этапу проведения инвентаризации ГСМ аэропорта относится также заполнение материально-ответственным лицом книги остатков ГСМ на основании журнала складского учета и передача ее инвентаризационной комиссии. Далее материально ответственным лицом составляется расписка о том, что все приходные и расходные документы по движению ГСМ сданы в бухгалтерию, поступившие на склад ГСМ оприходованы, а выбывшие ГСМ списаны.

Следующий этап инвентаризации – измерение фактического остатка ГСМ и составление инвентаризационных описей. Данный этап можно признать самым трудоемким, т. к. измерение остатков ГСМ требует специальных знаний, наличия проектной документации, а также специальных измерительных приборов, которые должны соответствовать требованиям законодательства и быть допущены к участию в инвентаризации. Кроме того, следует учитывать существование норм естественной убыли, а также погрешностей в измерении [9, с. 141].

Фактические остатки горючего измеряются в трубопроводах, средствах заправки с учетом температурного режима и наличия подтоварной воды с использованием специальных измерительных приборов (метрштоки, лазерные измерители уровня топлива). Перед проведением инвентаризации для измерения остатков ГСМ производится полностью освобожде-

ние или наполнение трубопроводов. Контрольные замеры производятся с помощью воздушных кранов, которые установлены на нижних или возвышенных участках трубопровода. После этого определяют уровень заполнения трубопровода горючим, используя специальный измерительный прибор, а также наличие подтоварной воды. Затем по методике ГОСТ 2517-85 и ГОСТ 3900-85 берется проба топлива из специальных резервуаров. Определяется плотность и температура топлива, что непосредственно влияет на объем топлива в резервуаре. На заключающем этапе данные измерения соотносятся с градуировочной таблицей, утвержденной государственными территориальными органами по метрологии, единицы объема (с точностью до литра) пересчитываются в единицы массы (кг).

Остатки топлива в средствах заправки летательных аппаратов (топливозаправщики и маслозаправщики) определяются по той же методике: определение объема ГСМ (с точностью до литра), определение плотности ГСМ и его температуры, пересчет в единицы массы. Фактическое наличие топлива определяется путем его слива из средства заправки в измерительный резервуар.

Учет количества затаренных ГСМ производится по массе, которая указана на таре, при условии, что топливо находится в невскрытой заводской таре, на которой отчетливо видна маркировка, выполненная в соответствии с ГОСТ 1510-84. В акт снятия остатков вносятся данные из книги остатков, естественная убыль, расхождение в количествах ГСМ, фактическое количество ГСМ по ведомости замеров, суммарная погрешность средств измерения и вместимостей по каждой марке ГСМ, и подсчитывают излишки и недостачи.

Под естественной убылью ГСМ понимают потери, связанные с физико-химическими свойствами нефтепродуктов, несовершенством средств защиты нефтепродуктов от потерь при приеме и воздействием погодных условий, отпуском и хранением. Нормы естественной убыли определены законодательно (в т. ч. Приложение 32 Инструкции о порядке ведения учета, отчетности и расходования горюче-смазочных материалов в гражданской авиации), учитывают потери топлива при нормальных условиях хранения [5]. Для определения нормы естественной убыли определяется климатическая зона, тип резервуара хранения топлива, группа нефтепродукта, а также учитывается время года.

В соответствии с ГОСТ 26976-86 принимаются следующие погрешности в измерениях:

- +/-0,8 % – для емкостей, которые содержат до 100 т топлива;
- +/-0,5 % – для емкостей, которые содержат от 100 т и выше и для определения погрешности при расходовании через счетчик [5].

Следующий этап – сопоставление данных бухгалтерского учета и данных акта снятия остатков. После проведения инвентаризации составляется акт, содержащий выводы и предложения, который передается руководителю организации, а книга остатков ГСМ передается в финансовый отдел. К акту снятия остатков ГСМ прикладывают расчет потерь от погрешностей средств измерения, расчет потерь по нормам естественной убыли, ведомость замеров ГСМ и расписку материально-ответственных лиц.

Кроме того, также возможно выявление пересортицы при проведении инвентаризации ГСМ. Взаимный расчет недостач и излишков в этом случае производится только в порядке исключения, а материально ответственные лица должны предоставить подробные объяснительные о причинах возникновения пересортицы [2].

Если в течение нескольких месяцев наблюдается постоянное увеличение расхождения между фактическим количеством ГСМ и данными бухгалтерского учета, в пределах допустимых погрешностей измерений, то комиссия по инвентаризации должна провести квалифицированное расследование причин возрастания расхождений для принятия срочных мер по их устранению, что также указано в акте [5].

Если фактическое наличие ГСМ в результате инвентаризации оказалось меньше, чем данные бухгалтерского учета, то проводится сравнение с погрешностью измерения и нормами естественной убыли. Когда отклонение находится в пределах естественной убыли, под отчет записывается фактическое наличие ГСМ, а данное отклонение списывается за счет естественной убыли. Если же отклонение превысило величину естественной убыли ГСМ, но

разница находится в пределах погрешностей, то под отчет записывается разница между данными учета и естественной убылью.

Недостача ГСМ выявляется при условии, если расхождение превышает нормы естественной убыли и погрешности измерения. Недостача определяется как разница между расхождением и суммарной величиной норм естественной убыли и погрешностей измерения [8, с. 152].

Выявление недостачи требует немедленного разбирательства, определения причин ее возникновения. В том случае, когда выявлены ошибки бухгалтерского учета, которые привели к возникновению разницы между фактическими и учетными данными, они должны быть исправлены (например, когда не учтено списание топлива на производственные издержки, – топливо должно быть списано). Если выявлена недостача, возникшая в результате некомпетентности материально ответственных лиц (например, нарушены правила хранения топлива), а также в результате хищения, необходимо проведение служебного расследования, а также возможно обращение в правоохранительные органы.

Таким образом, инвентаризация ГСМ аэропорта является сложным и одновременно крайне важным процессом. Высокая ликвидность данного вида материальных активов организации, а также его материально-вещественная форма, затрудняющая точный учет и контроль за наличием, повышают вероятность его хищения. Это подтверждает необходимость частых (минимум один раз в месяц) инвентаризаций остатков ГСМ. Соблюдение всех требований, предусмотренных законодательством, требует от сотрудников администрации, бухгалтерии и службы топливного обеспечения аэропорта внимательности и ответственности, что позволяет обеспечить сохранность этого важнейшего для непрерывности деятельности аэропорта актива.

Список источников

1. Федеральный Закон от 06.12.2011 (ред. от 26.07.2019) № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» // Консультант Плюс [Режим доступа]: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_122855/ (Дата обращения: 13.10.2019)

2. Приказ Минфина РФ от 13.06.1995 № 49 (ред. от 08.11.2010) «Об утверждении Методических указаний по инвентаризации имущества и финансовых обязательств» // Консультант Плюс [Режим доступа]: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_7152/ (дата обращения: 13.10.2019).

3. Приказ Минфина РФ от 29.07.1998 №34н (ред. от 11.04.2018) «Об утверждении Положения по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации» // Консультант Плюс [Режим доступа]: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_20081/ (Дата обращения: 13.10.2019).

4. Приказ ФСБТ РФ от 18.04.2000 N 89 "Об утверждении "Федеральных авиационных правил. Сертификационные требования к организациям авиатопливообеспечения воздушных перевозок" // Консультант Плюс [Режим доступа]: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28832/ (Дата обращения: 13.10.2019).

5. «Инструкция о порядке ведения учета, отчетности и расходования горючесмазочных материалов в гражданской авиации» утв. МГА СССР 28.06.1991г. // Консультант Плюс [Режим доступа]: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_107495 (Дата обращения: 13.10.2019).

6. Алисенов, А.С. Бухгалтерский финансовый учет: учебник и практикум для среднего профессионального образования [Текст]. – 2-е изд. – М. : Юрайт, 2019. – 464 с.

7. Дмитриева, И.М. Бухгалтерский учет: учебник и практикум для среднего профессионального образования [Текст]. – 5-е изд. – М. : Юрайт, 2019. – 325 с.

8. Сапожникова Н.Г. Бухгалтерский учет.: учебник для вузов [Текст]. – 2-е изд. – М. : Кнорус, 2019. – 480 с.

9. Швецкая В.М. Бухгалтерский учет: учебник для вузов [Текст]. – М. : Дашков и К, 2017. – 506 с.

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ СТОИМОСТЬЮ КАПИТАЛА КРУПНЕЙШИХ УГЛЕДОБЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ РОССИИ

Цель работы заключается в оценке эффективности управления стоимостью капитала тройки лидеров среди угледобывающих компаний России – АО «СУЭК», ОАО «Кузбассразрезуголь», АО «СДС-уголь», основные производственные мощности которых располагаются в Кемеровской области. Результаты исследования способны существенно повысить эффективность управления стоимостью капитала крупнейших российских угледобывающих компаний, а следовательно, обеспечить коммерческую, бюджетную и социальную эффективность их деятельности.

Ключевые слова: стоимость капитала, структура капитала, управление, оптимизация, угледобывающая отрасль, эффективность.

The purpose of the work is to evaluate the effectiveness of managing the cost of capital of the three leaders among Russian coal mining companies – SUEK, Kuzbassrazrezusgol, SDS-ugol, the main production capacities of which are located in the Kemerovo Region. The results of the study can significantly improve the management of the cost of capital of the largest Russian coal mining companies, and, therefore, ensure the commercial, budgetary and social efficiency of their activities.

Keywords: cost of capital, capital structure, management, optimization, coal mining industry, efficiency.

*Мухачева Анна Валентиновна
ФГБУ ВО «Кемеровский государственный университет»
E-mail: Oblakkko@mail.ru
Научный руководитель:
Морозова Елена Алексеевна,
доктор экономических наук, профессор*

На сегодняшний день Россия входит в пятерку лидеров по производству угля в мире, уступая Китаю, США, Австралии и Индонезии. В недрах находится третья часть мировых запасов данного вида полезных ископаемых, пятая часть – разведанных. На территории страны на начало 2017 года насчитывалось порядка 181 угледобывающего предприятия [1]. Практически все они являются акционерными обществами с преобладанием частного капитала. В добыче угля задействовано 7 федеральных округов и 25 регионов, но особенное место занимает крупнейший в стране Кузнецкий угольный бассейн, на долю которого приходится практически 60 % добытого угля в стране [2].

Эффективное управление стоимостью капитала крупнейших угольных компаний России позволит им выйти на новый уровень развития: существенно повысить свою конкурентоспособность на федеральном и мировом уровне; обеспечить устойчивое социально-экономическое развитие региона, в рамках которого располагаются основные производственные мощности (большинство из них базируется в Кемеровской области [3]); обеспечить занятость высококвалифицированных кадров, выйти в мировые лидеры по продажам угля. Этим обусловлена актуальность данного исследования, его выраженное прикладное значение.

Стоимость капитала – это та наименьшая прибыль (рентабельность), которую должен наработать капитал, чтобы возместить затраты, связанные с его привлечением с тем, чтобы не уменьшить стоимость предприятия. Стоимость капитала используют в самых различных целях: для измерения доходности, выбора объекта инвестирования, измерения рыночной стоимости компании.

Рассмотрим пять основных источников капитала, стоимость которых необходимо знать для расчета средневзвешенной стоимости капитала фирмы: банковские кредиты, облигацион-

ные займы, долевой капитал в виде привилегированных акций, долевой капитал в виде обыкновенных акций, реинвестированная прибыль (т. е. нераспределенная прибыль и прочие фонды собственных средств). Каждый из этих источников имеет разную стоимость, однако логика ее формирования одинакова и в наиболее общем виде может быть описана известной паутинообразной моделью равновесия спроса и предложения на финансовые ресурсы данного типа.

Средневзвешенная стоимость капитала предприятия – показатель, характеризующий относительный уровень общей суммы регулярных расходов на поддержание сложившейся (оптимальной, целевой и др.) структуры капитала, авансированного в деятельность компании, к общему объему привлеченных средств и выраженный в терминах годовой процентной ставки, характеризует стоимость капитала, авансированного в деятельность компании, и носит название средневзвешенной стоимости капитала (Weighted Average Cost of Capital, WACC) [4].

С вопросом структуры и стоимости капитала неразрывно связано понятие «финансового рычага» (англ. «рычаг» – «lever», «действие рычага» – «leverage»). Это финансовый механизм, позволяющий повышать рентабельность собственного капитала компании (РСК) за счёт использования «чужих денег» – заемного капитала (ЗК). Причина возникновения данного эффекта кроется в том, что «чужие деньги» (заёмные) дешевле собственных, т. к. они не облагаются налогом на прибыль. Основной постулат западного финансового менеджмента гласит: прибыль нужно зарабатывать не на своих, а на чужих деньгах.

Показатель, позволяющий измерять степень действия финансового рычага (в европейской трактовке), называется эффект финансового рычага (ЭФР). Данный инструмент показывает, на сколько процентов изменяется отдача каждого доллара (рубля) собственного капитала компании (РСК), по сравнению с отдачей всех работающих активов (ЭРА) при использовании займов с учетом платности последних. Финансовый рычаг имеет ещё одно полезное в практическом отношении качество. Помимо того, что с его помощью можно увеличивать отдачу собственного капитала, он позволяет (при правильном использовании) уменьшать налоговое бремя компании [5].

Эффект финансового рычага зависит от трёх факторов: ставки налога на прибыль (Спп); величины «дифференциала» финансового рычага (ЭРА – СПср); величины «плеча» финансового рычага (ЗК/СК). Между «дифференциалом» и «плечом» финансового рычага существует противоречие: рост займов (увеличение величины плеча) в большинстве случаев ведёт к уменьшению «дифференциала». Это обусловлено тем, что чем большая у компании задолженность по кредитам, тем под больший процент банки дадут такой компании следующие займы [6; 7].

При использовании финансового рычага необходимо учитывать ряд факторов: отраслевые особенности деятельности предприятия, стадию жизненного цикла организации, конъюнктуру товарного рынка, уровень рентабельности операционной деятельности, уровень налогообложения, финансовый менталитет собственников и менеджеров компании [8].

Стоимость капитала тесно связана с его структурой, т. е. соотношением собственных и заемных источников финансирования [9; 10]. В современной науке вряд ли имеет место точный «рецепт» выбора рекомендуемой структуры капитала [11], но разумно осуществлять его на основе анализа стоимости капитала.

В целях определения оптимальной структуры капитала свою эффективность доказала методика «рентабельность / финансовый риск», предполагающая последовательный расчет или определение на основе открытых данных ряда показателей для каждого варианта соотношения собственного и заемного капитала: потребности в капитале, капиталоемкости продукции, безрисковой и средней ставки процента, рентабельности собственного капитала и суммы финансового риска.

Финансово-экономическая характеристика крупнейших угледобывающих компаний России. Первое место в России по объему угледобычи занимает АО «СУЭК». Компания является транснациональной корпорацией с представительствами в 11 странах мира, входит в десятку крупнейших поставщиков угля в мире (в 2017 году – 6-е место в мировых рейтингах по объему производства, 3-е место – по объему продаж, 5-е место – по объему запасов) [12].

ОАО УК «Кузбассразрезуголь» занимает второе место по объему угледобычи в России. Балансовые запасы предприятия составляют 2,5 млрд тонн угля, в структуру включены 16 угледобывающих предприятий, каждый год выходящих на суммарный объем добычи в 40 млн тонн топлива [13, 14].

Третья по объему добычи в России компания – АО «СДС-уголь» так же, как ОАО «УК «Кузбассразрезуголь», находится в Кемеровской области. Компания существует 11 лет, за это время вошла в тройку лидеров по России по объемам добычи угля, а также – крупнейших экспортеров угольной продукции. Общие запасы угля компании составляют 2,4 млрд тонн. За последние шесть лет работы (2010–2016 гг.) объемы угледобычи были увеличены вдвое – с 13,2 млн тонн до 28,6 млн тонн [15].

Определение оптимальной структуры капитала крупнейших угледобывающих компаний России на основе анализа его стоимости. Проведем оценку оптимальной структуры капитала АО «СУЭК» – рассчитаем показатель «рентабельность / финансовый риск» для всех вариантов структуры капитала.

Результаты анализа показали, что для первых двух лидеров рынка – угледобывающих компаний АО «СУЭК» и ОАО «УК «Кузбассразрезуголь» – выгоды от наращивания доли заемных средств превышают риски от утраты платежеспособности вплоть до достижения данным показателем 80 % в общей структуре капитала. На текущий момент у предприятий имеется существенный задел для наращивания доли заемных источников финансирования и улучшения за счет этого показателя деятельности.

В отношении компании АО «СДС-уголь» оптимальную структуру капитала на основе анализа ее стоимости определить не удалось из-за неблагоприятного финансового состояния и крупных убытков. Однако с помощью расчета эффекта финансового рычага можно сделать вывод об избыточном количестве заемных средств и, как следствие, неустойчивом финансовом положении, необходимости снижения доли заемных средств в структуре капитала. Более конкретные рекомендации по корректировке структуры капитала позволит сделать детальный анализ внутренней отчетности предприятия, в частности информации о кредитном портфеле.

Список источников

1. Таразанов И.Г. Итоги работы промышленности России за январь-декабрь 2016 г. // Уголь. – 2017. – март. – с. 36-50
2. Morozova E., Mukhacheva A., Dobrydina T., Usvyat N. (2018) Recessive Social Trends in the Coal-Mining Region (on Example of Kuzbass) as a Barrier for Sustainable Development // 3rd International Innovative Mining Symposium, 41. doi: <https://doi.org/10.1051/e3sconf/20184104029>
3. Мекуш Г.Е., Елгина Ю.М. Экологические затраты в угольных проектах с учетом факторов экосистемных услуг // Региональная экономика: теория и практика. – 2018. – Т. 16. – № 3 (450). – С. 567-578
4. Кириллов Ю.В., Назимко Е.Н. Решение многокритериальной задачи оптимизации структуры капитала // Экономический анализ: теория и практика. – 2013. – № 28 (331). – С. 55-65.
5. Шестакова Е.Д. Структура капитала как основная компонента роста стоимости компании // Новая наука: Современное состояние и пути развития. – 2016. – № 9. – С. 250-257
6. Скороход А.Ю., Рачеева Я.В. Управление капиталом как часть финансовой стратегии компании // В сборнике: Актуальные вопросы экономических наук и современного менеджмента Сборник статей по материалам VI международной научно-практической конференции. – 2018. – С. 23-34
7. Берёзкин Ю.М. Финансовый менеджмент: учебное пособие / Ю.М. Берёзкин, Д.А. Алексеев. – Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2014. – 333 с.
8. Финансовый менеджмент: учебное пособие / Сост. А.И. Максимова, М.И. Мохина, О.Г. Наумкова. – Пермь: АНО ВПО «Пермский институт экономики и финансов», 2010. – 130 с.
9. Basit A., Zubair H. (2017) Impact of Capital Structure on Firms Performance: A Study on the Karachi Stock Exchange (KSE) Listed Firms in Pakistan. *International Journal of Management, Accounting and Economics*, 4 (2), 118-135

10. Yapa Abeywardhana D. (2015) Capital Structure and Profitability: An Empirical Analysis of SMEs in the UK. *Journal of Emerging Issues in Economics, Finance and Banking (JEIEFB)*, 4, 2, 1661-1675
11. Ippolito F., Steri R., Tebaldi C. Levered Returns and Capital Structure Imbalances // *Swiss Finance Institute Research Paper*. – 18-36. doi: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2903515>
12. Официальный сайт компании АО «СУЭК» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.suek.ru/about-us/overview/> (дата обращения 15.08.2018)
13. Официальный сайт предприятия УК «Кузбассразрезуголь» [Электронный ресурс]. URL: http://www.kru.ru/ru/about/us/main_factors/ (дата обращения: 25.08.2018)
14. Бухгалтерская отчетность ОАО «УК «Кузбассразрезуголь» за 2015-2017 гг. Центр раскрытия информации [Электронный ресурс]. URL: <http://www.e-disclosure.ru/portal/files.aspx?id=10488&type=3> (дата обращения 15.08.2018)
15. Официальный сайт АО ХК «СДС-уголь» [Электронный ресурс]. URL: <http://sds-ugol.ru/about-the-company/dinamic.php> (дата обращения 15.08.2018)
16. Бухгалтерская отчетность АО ХК «СДС-уголь» за 2014-2016 гг. [Электронный ресурс]. URL: https://www.audit-it.ru/buh_otchet/4205105080_ao-kholdingovaya-kompaniya-sds-ugol (дата обращения 15.08.2018)
17. Официальный сайт компании БКС [Электронный ресурс]. URL: https://broker.ru/promo/ofz?refid=7141&utm_source=yandex&utm_medium=cpc&utm_campaign=iis_rf&utm_term=%D0%9E%D0%A4%D0%97%202017&utm_content=4987171864&yclid=3332298691569000550 (дата обращения 15.08.2018)
18. Официальный сайт ЦБ РФ [Электронный ресурс]. URL: http://www.cbr.ru/statistics/?PrtID=int_rat (дата обращения: 15.08.2018)

Пеганова Ирина Валерьевна

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ РЕСУРСАМИ

В работе представлены предложения по улучшению учета и использования ресурсов у индивидуального предпринимателя.

Ключевые слова: кассовый бюджет, программный продукт, оборудование, экономическая эффективность.

The paper presents proposals to improve the accounting and use of resources in the individual entrepreneur.

Keywords: cash budget, software product, equipment, economic efficiency.

*Пеганова Ирина Валерьевна
ФГБОУ ВО «Курганская государственная
сельскохозяйственная академия им. Т. С. Мальцева»
E-mail: niksar2002@mail.ru
Научный руководитель:
Никулина Светлана Николаевна,
кандидат экономических наук, доцент*

Для принятия управленческих решений по расходам необходима всесторонняя информация об исполнении обязательств объекта исследования. В целях контроля за расходованием финансовых ресурсов предпринимателю необходимо оперативное планирование и бюджетирование [1, с. 170; 2, с. 225; 3, с. 1021–1037; 8, с. 82–85]. Это связано с тем, что финансирование плановых мероприятий должно осуществляться за счет плановых средств, что требует повседневного эффективного контроля за формированием и использованием финансовых ресурсов. Оперативный план необходим для обеспечения исполнения оплаты возникших обязательств, поэтому при его составлении необходимо использовать объективную информацию о тенденциях экономического развития в сфере деятельности учреждения, инфляции, возможных изменениях в закупочных ценах.

Для оперативного внутреннего анализа, ежедневного контроля за использованием личных средств ИП Быковская О. И., а также для контроля за выполнением платежных обязательств перед поставщиками и прочими кредиторами предлагается составление кассового бюджета средств.

Оперативный кассовый бюджет составляется на основе данных о закупках средств, документов о расчетах по оплате труда, на выдачу авансов работникам, выписок со счетов банков и других. Планирование использования денежных средств должно осуществляться постоянно, скользящим образом, первые два месяца – по понедельно, далее – помесячно (2–3 месяца), затем – поквартально. Процедура планирования на последующие периоды формируется после сопоставления фактических (ожидаемых) результатов предыдущего периода с плановым. Одной из особенностей платежного календаря является его постоянная актуализация. В случае недостатка денежных средств для удовлетворения всех поступивших заявок используются правила ранжирования платежей в зависимости от их вида и уровня приоритета.

План поступления и расходования денежных средств, разработанный на предстоящий год с разбивкой по месяцам (бюджет движения денежных средств), дает только общую основу управления денежными потоками предприятия. Денежные потоки организации в течение одного месяца могут характеризоваться высокой динамикой и нестабильностью. Помочь устранить эти недостатки может оперативное управление финансами.

Плановый кассовый бюджет представляет собой плановый финансовый документ, обеспечивающий ежедневное управление поступлением и расходованием денежных средств предприятия. Перед тем как начинать составлять и обрабатывать заявки, необходимо провести целый комплекс мероприятий по разработке и внедрению платежного календаря.

Первый этап – формирование плановых данных. Этот процесс реализуется в рамках бюджетирования (составления бюджета движения денежных средств) и является обязательным подготовительным этапом. На основании плановых данных (годовых, с ежемесячной разбивкой) происходит углубленная детализация поступлений и выплат у предпринимателя.

Второй этап – определение перечня аналитик (статьи бюджета движения денежных средств, контрагенты, договоры), в разрезе которых будет проводиться формирование кассового бюджета. Это позволит создать инструмент для контроля предстоящих выплат и поступлений.

После определения перечня формируется механизм составления и исполнения кассового бюджета. Поступления и платежи планируются на основании внесенных заявок. После проверки на соответствие установленным лимитам заявленные платежи включаются в кассовый бюджет. Сбалансированный по суммам поступлений и платежей кассовый бюджет является основанием для составления реестра платежей и передачи его для исполнения.

На заключительном этапе внедрения кассового бюджета механизм его составления и исполнения закрепляется в регламентных документах, которые утверждаются внутренним приказом и являются обязательными для исполнения всеми подразделениями и работниками компании. Внутренний документ, определяющий правила функционирования платежной системы компании, должен содержать информацию о порядке прохождения заявок на оплату, сроках, лицах, ответственных за согласование и утверждение, обязанностях и полномочиях сотрудников, последовательности действий.

Цель регистра кассового бюджета состоит в расчете необходимого их объема и определении моментов времени, когда у предпринимателя ожидается недостаток или избыток денежных средств для того, чтобы избежать кризисных явлений и рационально использовать денежные средства. Для повышения точности расчета объема требуемых и поступающих денежных средств ИП Быковской О. И. необходимо знать конкретные статьи поступлений и расходов денег, а также временные параметры этих процессов.

При составлении регистра учета денежных средств необходимо большое количество первичной информации, которая, как правило, существует лишь в разрозненном виде в различных подразделениях предприятия. Предлагается разработать форму кассового бюджета для ИП Быковская О. И., регистр, который необходим для проведения анализа денежных средств по источникам поступления и выбытия денежных средств. Практическая значимость регистра состоит в том, что оценка информации, содержащейся в регистре, позволяет повысить систему аналитического учета расхода средств (таблица 1).

Плановый кассовый бюджет (т. е. планирование притоков и оттоков денежных средств в кассе и на счетах в банках) позволяет: анализировать значительные отклонения по статьям бюджета и оценивать их влияние на финансовые показатели предприятия; получить целостное представление о совокупной потребности в денежных средствах; принимать управленческие решения о более рациональном использовании ресурсов; своевременно определять потребность в объеме и сроках привлечения заемных средств.

Таблица 1 – Плановый кассовый бюджет

Статьи доход / расход, тыс. р.	I неделя	II неделя	III неделя	IV неделя	Июль 2019 г.
Денежные средства на начало периода	380	184	-224	-221	119
Поступление денежных средств					
Торговая выручка магазинов	350	360	380	360	1450
Прочие поступления	67	48	25	13	153
«...»
Денежные средства в распоряжении в плановом периоде	1297	1508	1815	1959	6579
Расходование денежных средств					
На закупку материалов		25		15	40
На оплату труда персонала	44			44	88
На коммунальные услуги	22				22
На аренду				28	28
На социальное обеспечение		22			22

«...»
Всего денежных выплат	150	-177	-201	118	-110
Денежные средства на конец периода	84	-224	-201	31	-207
Избыток (+) / Дефицит (-) денежных средств	84	-224	-201	31	-207
Источники покрытия всего, в т. ч:	-	320	260	-	580
кредит	-	300	180	-	480
растягивание сроков оплаты задолженности поставщикам	-	20	60	-	80
Денежные средства на начало периода	380	184	-224	-221	119
Всего поступлений с учетом источников покрытия	1297	1828	2075	1959	7159
Всего денежных выплат	1593	1916	1792	1707	7008
Остаток денежных средств на конец периода	84	96	59	31	270

Оптимизация или уменьшение затрат предполагает действия с целью остановить снижение прибылей. Очень эффективным механизмом является создание системы по эффективному контролю затрат. Иногда можно сократить расходы, просто начав их учитывать.

ИП Быковская О. И. использует программу «Контур. Бухгалтерия» фирмы ЗАО «ПФ «СКБ Контур», по сути это онлайн-сервис для ведения бухгалтерского учета, расчета зарплаты и отправки отчетности в ФНС, ПФР и ФСС РФ. Однако у данного сервиса высокая оплата за обслуживание, низкий уровень автоматизации расчетов оплаты труда. Обычно отчетность выгружается из программ для ведения бухгалтерского учета («1С: Предприниматель»). Зачастую это сопряжено с рядом проблем, так как форматы электронной отчетности постоянно изменяются и не все программы успевают за этими обновлениями.

Предлагается внедрение в практическую деятельность сервиса «Эльба» фирмы ЗАО «ПФ «СКБ Контур», работа в которой осуществляется в облачных технологиях. «Эльба» предназначена только для предпринимателей, в ней нет бухгалтерского учёта с проводками. Системы электронной отчётности заметно упрощают труд бухгалтеров и позволяют избегать счётных и фактических ошибок. При этом экономится значительное количество времени работника, которое требовалось бы отстаивать в очередях в налоговую. В таблице 2 производится сравнение программ.

Таблица 2 – Сравнение сервисов фирмы ЗАО «ПФ «СКБ Контур»

Показатель	«Контур. Бухгалтерия»	«Эльба»
Онлайн доступ	Сервис доступен в любое время с компьютера, ноутбука или планшета, подключенного к Интернету, и обновляется без участия пользователя	
Отправка электронной отчётности	Федеральную налоговую службу (ФНС), Пенсионный фонд (ПФР), Фонд социального страхования (ФСС) и Росстат автоматически	Федеральную налоговую службу (ФНС), Пенсионный фонд (ПФР), Фонд социального страхования (ФСС) и Росстат автоматически
Стоимость работы в месяц	1000 р.	166,67 р.
Обмен налоговыми накладными между контрагентами	Нет технической возможности	Не нужно ждать регистрации этих документов, чтобы внести информацию в свою отчётность. Доступ к выпискам из ЕГРЮЛ и ЕГРИП. Проверка контрагентов на основе выписки из госреестра
Электронно-цифровая подпись	2500 р. в год	Для ФНС, ПФР и ФСС бесплатно
Сверка с налоговой сданных отчетов, задолженностей по налогам, платежей в бюджет	Нет технической возможности	Существует услуга

Прикладное решение «Эльба» автоматизирует решение следующих задач в части организации первичного учета: исчисление регламентированных законодательством налогов и взносов с фонда оплаты труда и оформление операций первичными документами; отражение

начисленной зарплаты и налогов в затратах предпринимателя; учет кадров и анализа кадрового состава; автоматизация кадрового делопроизводства; сервис автоматически подставляет подписи, печать и логотип в исходящий счет на оплату и акты сверки с контрагентами; отправка первичных документов по электронной почте прямо из сервиса поставщикам. Расчет экономической эффективности обслуживания программ представлен в таблице 3.

Таблица 3 – Расчет экономической эффективности внедрения сервиса «Эльба»

Показатель	«Контур. Бухгалтерия»	«Эльба»
Стоимость обслуживания в год, тыс. р.	12	2
Стоимость ЭЦП, тыс. р.	2,5	-
Итого стоимость за год обслуживания, тыс. р.	12,5	2
Экономическая эффективность предложенного мероприятия, тыс. р. (12,5 – 2)	-	-10,5

Экономическая эффективность предложенного мероприятия составила 10,5 тыс. р. в год, что подтверждает его экономическую целесообразность.

В качестве сокращения издержек обращения предлагается ИП Быковской О. И. приобретение нового кассового аппарата в собственность. Расчет стоимости внедрения онлайн-кассы представлен в таблице 4.

Таблица 4 – Расчет стоимости внедрения онлайн-кассы

Показатель	Стоимость покупки, р.	Стоимость аренды, р.
Аппарат «Эвотор 7.2»	8500	-
Фискальный накопитель на 36 мес.	5500	-
Электронная подпись (ЭЦП)	2500	2500
Постановка в ИНФС на учет	1000	
Арендная плата аппарата в год	-	24000
Итого расходов	17500	26500

Стоимость аренды у ПАО «Сбербанк» за год составляет 24 тыс. р. в год. Общая стоимость расходов составляет 26,5 тыс. р. Тогда при расходах на приобретение онлайн-кассы в размере 17,5 тыс. р. экономическая эффективность составит 9 тыс. р. в год и окупится за полгода. Таким образом, ИП Быковской О. И. экономически целесообразно не арендовать онлайн-кассу, а ее приобрести.

Рассмотрим сокращение издержек на освещение. ИП Быковская О. И. торгует продуктами питания, поэтому без холодильного оборудования не обойтись. На долю охлаждения приходится до 50 % суммарного энергопотребления розничного магазина; при этом возможность отказа от использования холодильного оборудования и экономии электроэнергии только за счет этого пока нереальна.

Существенное влияние на снижение потерь холода оказывает применение стеклянных крышек-бонет и шкафов-бонет и стеклянных фронтов для холодильных горок. Для сокращения издержек обращения предлагается приобрести морозильный бонет производства «Айсберг» г. Красноярск. Низкотемпературная бонета островного типа – «Бонета Айс-1,7». Расчет экономической эффективности представлен в таблице 5.

Таблица 5 – Расчет экономической эффективности замены холодильной витрины на бонет

Показатель	Витрина холодильная гастрономическая VIOLETTA BC 15-160 Г (имеющееся оборудование)	Морозильный бонет «Бонета Айс-1,7» (предлагаемое оборудование)	Отклонение, +/-
Стоимость оборудования, тыс. р.	130	85,69	-44,31
Потребление электроэнергии за сутки, кВт·ч.	18,5	8	-10,5
Стоимость 1 кВт·ч, р.	3,8	3,8	0
Количество дней работы в году, дн.	365	365	0
Стоимость электроэнергии за год, тыс. р.	25,66	11,10	-14,56

Таким образом, общая экономия средств составит 14,56 тыс. р. Цена оборудования VIOLETTA BC 15-160 Г составляет 75 тыс. р., поэтому общие доходы предложения составят 75 + 14,56 тыс. р. = 89,56 тыс. р. Расходы – 85,69 тыс. р. Окупаемость затрат – за 1 год.

Эффект от внедрения предлагаемых мероприятий по совершенствованию учета и управлению ресурсами представлен в таблице 6.

Таблица 6 – Эффект от внедрения предлагаемых мероприятий

Мероприятие	Эффект от мероприятий
Внедрение сервиса «Эльба»	– позволяет избегать счётных и фактических ошибок; – экономия времени работы бухгалтера за счет наличия сверки с ИНФС; – экономический эффект – 10,5 тыс. р.; – обеспечение достоверности данных бухгалтерского учета и отчетности
Покупка собственного оборудования онлайн-кассы	– сокращение документооборота по учету кассовых операций; – избежание штрафных санкций со стороны налоговых органов; – возможный рост выручки за счет рекламы на чеках, внедрения акций; – экономическая эффективность – 9 тыс. р. Окупаемость за 6 мес.
Составление планового кассового бюджета	Внедрение приведет: – к организации учета временной стыковки денежных поступлений и предстоящих расходов организации, формированию информационной базы о движении денежных потоков и оттоков; – к выявлению причин недостатка (избытка) денежных средств, к определению источников их поступлений и направлений использования; – к получению целостного представления о расходах предпринимателя
Приобретение морозильного бонета «Бонета Айс-1,7»	– сокращение расходов предпринимателя на 15 тыс. р.; – повышение эффективности работы бизнеса; – сокращение морального устаревания оборудования
Итого	34000 р.

Данные мероприятия позволят улучшить организацию учета, избежать неплатежей из-за планирования бюджета расхода средств, совершенствовать систему внутреннего контроля [4, с. 301; 6, с. 239], наладить электронный документооборот [5, с. 51], сократить издержки обращения [7, с. 115–118] предпринимателя за счет повышения эффективности управления ресурсами.

Список источников

1. Никулина С.Н. Бюджет управленческих и коммерческих расходов // Современная экономика: обеспечение продовольственной безопасности: сборник научных трудов. – Кинель: РИО СГСХА, 2019. – С. 170–174.
2. Никулина С.Н. Особенности бюджетирования инновационной деятельности // Инновационная деятельность науки и образования в агропромышленном производстве (материалы Международной научно-практической конференции, г. Курск, 27-28 февраля 2019 г., ч. 1) [Текст]. – Курск: Изд-во Курск. гос. с.-х. ак., 2019. – С. 224–229.
3. Никулина С.Н. Форматы и методика расчета показателей операционных бюджетов // Научное обозрение: теория и практика. – 2019. – Том 9. – 7 (63). – С. 1019–1037.
4. Никулина С.Н. Система внутреннего контроля организации // Реальный сектор экономики: проблемы и перспективы развития: материалы Всероссийской (национальной) конференции 28 марта 2019 года. – Орел: ФГБОУ ВО Орловский ГАУ, 2019. – С. 301–310.
5. Никулина С.Н., Гривас Н.В. Организация электронного документооборота в условиях цифровизации // Учет, анализ и аудит в условиях цифровой экономики: материалы Всерос. науч.- практ. конф. (г. Чебоксары, 31 октября 2018 г.). – Чебоксары, 2018. – С. 51–56.
6. Никулина С.Н., Комарских Е.В. Совершенствование системы внутреннего контроля организации // Современные проблемы финансового регулирования и учета в агропромышленном комплексе: Материалы II Всероссийской (национальной) научно-практ. конф. с международным участием (12 апреля 2018 г.) / под общ. ред. д. с.-х. н., проф. Сухановой С.Ф. – Курган: Изд-во Курганской ГСХА, 2018. – С. 239–244.

7. Панасович О.И., Никулина С.Н. Совершенствование учета расходов на продажу // Современные проблемы финансового регулирования и учета в агропромышленном комплексе: Сборник статей по материалам III Всероссийской (национальной) научно-практической конференции с международным участием (14 марта 2019 г.) / под общ. ред. д. с-х. н., проф. Сухановой С.Ф. – Курган: Изд-во Курганской ГСХА, 2019. – С. 112–118.

8. Субботина Л.В., С.Н. Никулина Особенности планирования и бюджетирования в сельскохозяйственных потребительских кооперативах // Аудит и финансовый анализ. – 2018. – № 3. – С. 80–88.

КОРРУПЦИЯ КАК УГРОЗА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

В данной статье рассмотрены основные составляющие коррупции как угрозы экономической безопасности. Проанализированы статистические данные за последние годы, на которые государству необходимо обращать внимание. Также рассмотрены угрозы, возникающие от коррупции, которые влияют на экономическую безопасность.

Ключевые слова: коррупция, экономическая безопасность, виды коррупции, причины коррупции, угрозы, влияние коррупции.

This article discusses the main components of corruption as a threat to economic security. The statistical data for recent years, which the state needs to pay attention to, is analyzed. Threats arising from corruption that affect economic security are also considered.

Keywords: corruption, economic security, types of corruption, causes of corruption, threats, the impact of corruption.

*Позднякова Александра Андреевна
Вятский государственный университет
E-mail: p0zdnyakova@yandex.ru
Научный руководитель:
Каранина Елена Валерьевна,
доктор экономических наук, доцент*

В современном мире построить стабильно развивающееся правовое государство достаточно тяжело, потому что существует ряд факторов, которые мешают стране быть защищенной. Одним из них является коррупция.

Под коррупцией понимают использование должностным лицом своих властных полномочий и доверенных ему прав, а также связанных с этим официальным статусом авторитета, возможностей, связей в целях личной выгоды, противоречащее законодательству и моральным установкам. С каждым годом масштабы этого явления увеличиваются, и необходимо разработать и внедрить комплекс мер по контролю и ликвидации коррупции в стране [1, с. 13].

Ученые предполагают, что основной причиной коррупции является несовершенство в работе политических институтов, которые должны сдерживать изучаемое явление. Но также выделяют и другие причины [5]:

- 1) низкий уровень заработной платы;
- 2) слабость законодательной базы;
- 3) экономическая нестабильность;
- 4) инфляция;
- 5) низкий уровень развития страны;
- 6) профессиональная некомпетентия бюрократии.

Коррупция может проявляться в различных формах и видах. Основные виды представлены на рисунке 1.



Рисунок 1 – Виды коррупции

В деловой коррупции основные отношения складываются между государственными властями и представителями бизнеса, общественными организациями и т. д. Взаимодействуя с должностными лицами, представители организаций отстаивают свои интересы, т. е. интересы своего предприятия. Под бытовой коррупцией принято понимать отношения государственных властей с вузами, медицинскими учреждениями, учреждениями социального обеспечения и т. д. Коррупция верховной власти подразумевает взаимодействие стоящих у власти групп, недобросовестное поведение которых состоит в осуществлении политики в своих интересах и в ущерб интересам избирателей [2, с. 25].

Большая часть ученых выделяет горизонтальную, вертикальную и смешанную коррупцию. Данные виды возникают в намеренно созданных отношениях внутри бюрократической системы, которая создана самими бюрократами.

Многие организации по противодействию коррупции изучают это явление и проводят статистический анализ. Так, в 2018 году иностранная организация Transparency International оценивала мировые государства по степени подкупности, основываясь на непрозрачности бизнеса и наличии свободы слова у СМИ. Согласно этим данным Российская Федерация занимает 4 место по уровню коррупции.

А теперь проанализируем данные «Портала правовой статистики». На рисунке 2 приведены данные за 9 лет по количеству преступлений по ст. 291 УК РФ (дача взятки) [6].

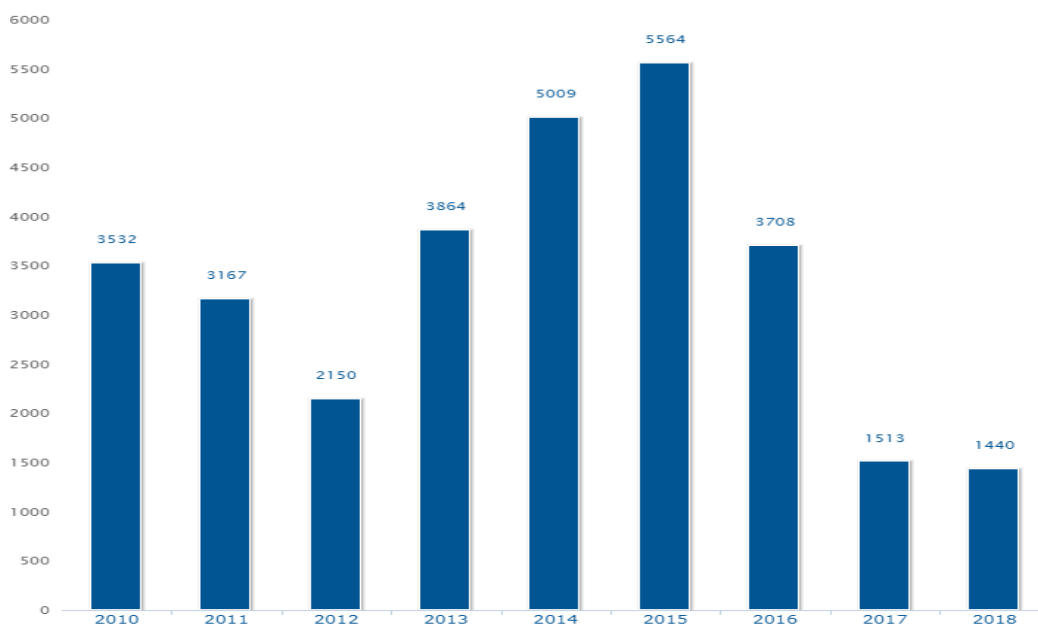


Рисунок 2 – Количество преступлений по ст. 291 УК РФ (дача взятки), по которым уголовные дела направлены в суд

За последние 9 лет количество уголовных дел по даче взятки сократилось на 2092 дел, т. е. на 59,2 %. Самые максимальные значения изучаемого показателя зафиксированы в 2014 (5009 дел) и 2015 годах (5564 дел). В феврале 2019 года этот показатель составляет 278 дел с начала года. В среднем за анализируемый период предварительно было расследовано 4076 преступлений коррупционной направленности. С 2010 по 2018 годы расследование таких правонарушений сократилось на 1774 дел, т. е. на 43,6 %. С начала 2019 года в РФ расследуется 464 преступления. Также можно рассмотреть, сколько преступлений по ст. 291 УК РФ не раскрыто за последние годы. Согласно статистике «Портала правовой статистики» с каждым годом все больше преступлений раскрываются, а виновных наказывают. Данные, приведенные на рисунке 3, показывают, что в 2010 году из 3532 преступлений было не раскрыто всего 104, а в 2018 году – 52 преступления из 1440, что свидетельствует о стабильной работе правоохранительных органов РФ [6].

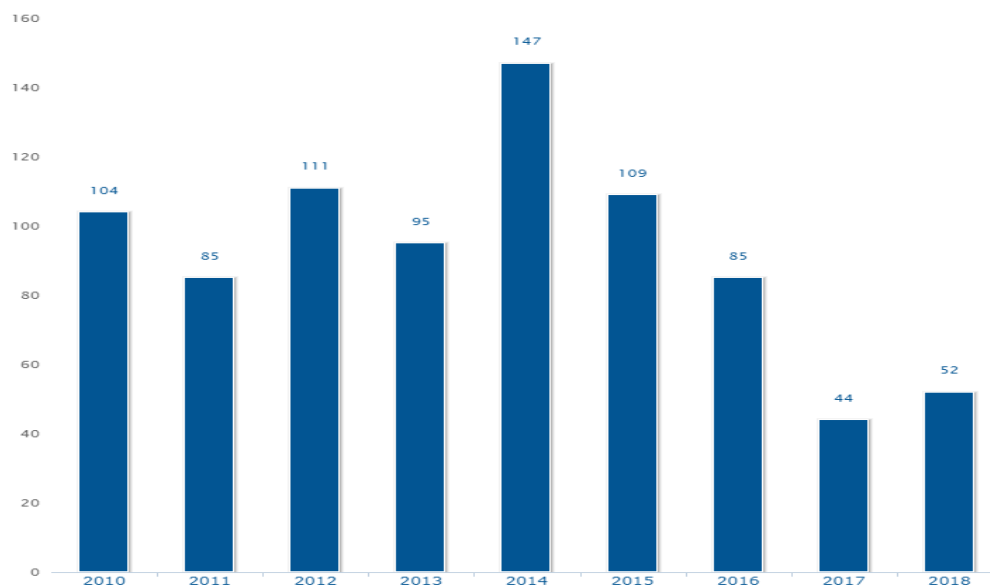


Рисунок 3 – Количество не раскрытых преступлений по ст. 291 УК РФ

Также на данном портале представлены данные по получению взяток в стране. Основываясь на данных, указанных на рисунке 4, можно сделать вывод, что за изучаемый промежуток времени количество преступлений по ст. 290 УК РФ (получение взятки) снизилось на 3731 дела, т. е. на 58 %. Максимальное количество дел по ст. 291 УК РФ было в 2010 (6431 дел) и 2013 (6172 дел) годах [6]. С начала 2019 года было зафиксировано 361 преступление в данной области.

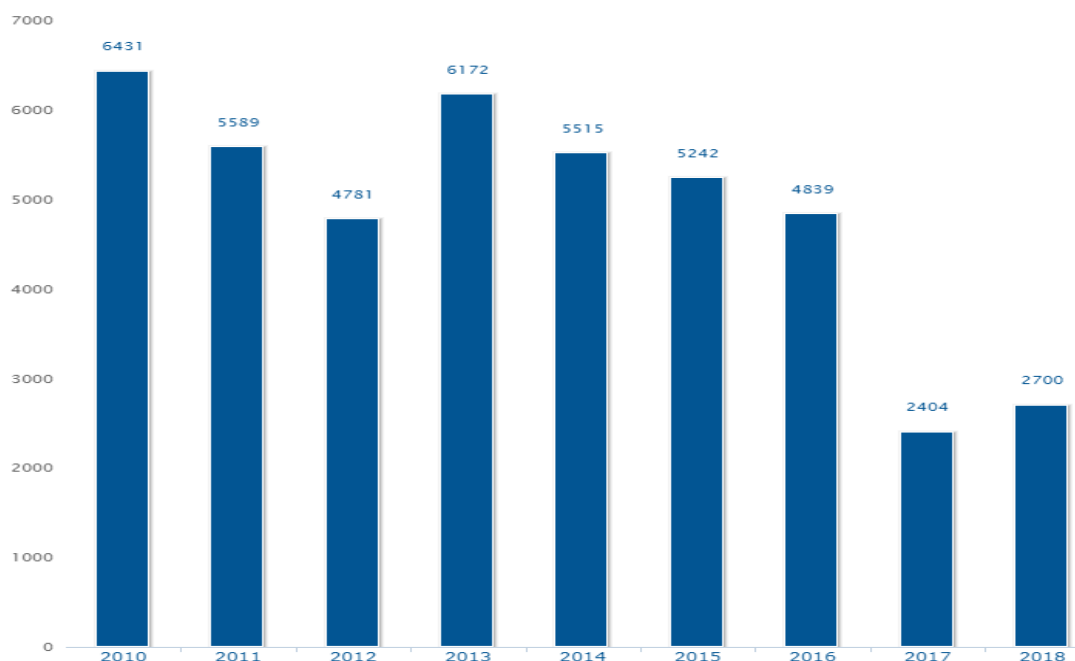


Рисунок 4 – Количество преступлений по ст. 290 УК РФ (получение взятки), по которым уголовные дела направлены в суд

По статистическим данным предварительно в 2018 году было расследовано 2784 преступлений по получению взятки, что на 323 преступления больше, чем в 2017 году. Аналогично, как и по ст. 291 УК РФ, можно проанализировать статистику нераскрытых преступлений из их общего числа. Так, в 2010 году из 6431 преступлений по получению взятки было не раскрыто всего лишь 229, а в 2018 – 51 преступление из 2700 [6].

Коррупция как экономическое явление оказывает влияние на все сферы жизни общества в зависимости от того, где она преобладает. Основные негативные последствия коррупции представлены в таблице.

Таблица – Негативные последствия коррупции

Политическая сфера	Экономическая сфера	Социальная сфера
Невозможность осуществления демократических принципов	Неэффективное распределение и расходование государственных средств и ресурсов	Рост социального неравенства, бедность
Падение престижа страны	Рост теневой экономики, налоговые потери	Неспособность власти решать социальные проблемы из-за «откатов» в ущерб бюджетной сфере
Нарушение принципа верховенства закона	Поиск ренты в ущерб материальному производству	Усиление организованной преступности
Неэффективность политических и судебных институтов	Искажение (повышение) цен	Безнаказанность преступников
Уменьшение доверия к власти, отчуждение ее от общества	Снижение конкуренции в ущерб экономическому развитию	Рост социальной напряженности

Если уровень коррупции в стране будет расти, и государство не будет стремиться ее сократить или вовсе искоренить, то экономическая безопасность всего государства будет под угрозой. Любое явление, которое оказывает негативное влияние на любую из сфер общества, необходимо контролировать и регулировать [3, с. 34–39]. Если же этого не делать, то страна может потерять свою независимость, а также среди граждан будут возникать социальные волнения, которые со временем будет трудно сдерживать, что приведет к разладу в государстве.

Таким образом, можно сделать вывод, что уровень коррупционной преступности в Российской Федерации по сравнению с мировыми показателями увеличивается, но отмечается

тенденция к снижению показателей внутри государства. Преступления в сфере экономики приводят к социальному расслоению, имущественному неравенству, уменьшению доверия к государственной власти, а также некоторые предприятия становятся менее конкурентоспособными по отношению к другим организациям [4]. Государственные власти должны разработать подробную стратегию и комплекс мер по сокращению, а в дальнейшем и уничтожению коррупции в стране. Такие меры помогут государству стабильно развиваться и повышать уровень благосостояния граждан.

Список литературы

1. Горпинченко К. Н. Система статистических показателей оценки уровня экономической преступности / К. Н. Горпинченко, И. В. Завгородняя // Научный диалог: Экономика и менеджмент. Сборник научн. трудов по мат. XII межд. научно-практич. конф., 14 января 2018 г. – Самара: Общественная наука, 2018 – С. 11-14;
2. Лошаков А.С. Обострение угроз экономической безопасности государства в условиях санкционного противостояния / Лошаков А.С., Долбилов А.В. // Экономика и управление: проблемы, решения. 2017 Т. 2 № 1 С. 24—27.;
3. Бондаренко И. А., «Коррупция: экономический анализ на региональном уровне» СПб.: «Петрополис» 2016 г., С. 23-45;
4. Энциклопедия экономиста: экономические преступления [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: <http://www.grandars.ru/college/pravovedenie/ekonomicheskoeprestuplenie.html> (Дата обращения 28.10.2019);
5. Причины экономических преступлений / Мацкевич И. М. // Ведомственная наука МВ [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: https://на.мвд.пф/upload/site128/document_file/Prichiny_ekonomicheskoy_prestuposti.pdf (Дата обращения 28.10.2019);
6. Портал правовой статистики генеральной прокуратуры Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: http://crimestat.ru/offenses_map (Дата обращения 31.10.2019).

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДИК ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ПРОГРАММ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ

В статье анализируются существующие подходы в оценке эффективности государственных программ. Изучен позитивный зарубежный опыт в области оценки госпрограмм. Предложены рекомендации по совершенствованию методики оценки эффективности реализации государственных программ в области культуры.

Ключевые слова: государственная программа, методика оценки эффективности, сфера культуры.

The article analyzes the existing approaches in assessing the effectiveness of government programs. Positive foreign experience in the field of evaluation of state programs was studied. Recommendations on improving the methodology for assessing the effectiveness of the implementation of state programs in the field of culture are proposed.

Key words: state program, methodology for assessing effectiveness, cultural sphere.

*Попов Михаил Павлович
ФГБОУ ВО «Югорский государственный университет»
E-mail: mishon2009@yandex.ru
Научный руководитель:
Костина Ольга Владимировна,
кандидат экономических наук, доцент*

По признанию правительства РФ, порядка трети государственных программ характеризуются неэффективностью их реализации [2]. В ходе их реализации очень часто происходит снижение результативности использования выделенных средств. В связи с чем выявление проблем, касающихся методики оценки эффективности государственных программ, разработка рекомендаций по их улучшению является весьма актуальным исследованием в современных реалиях РФ.

Под государственной программой (далее-ГП) следует понимать систему мероприятий и положений, направленную на достижение приоритетов и вектора целей политики государства в той или иной социально-экономической сфере [4].

Как правило, государственная программа состоит из подпрограмм и целевых программ, которые, в свою очередь, делятся на ведомственные целевые программы и основные мероприятия и воплощаются в виде конкретных действий, реализуемых в рамках государственных (муниципальных) заданий

В таблице 1 обобщен позитивный зарубежный опыт, применяемый в оценке государственных программ. Также стоит отметить, что в рассмотренных выше странах единый подход в оценке эффективности реализации ГП отсутствует. В то же время методики главным образом основаны на фактическом анализе, т. е. на выходе получают характеристику исполнительской дисциплины и анализ заложенных на стадии разработки индикаторов.

Таблица 1 – Обзор положительного зарубежного опыта в оценке госпрограмм

Австралия	Работает в условиях программного бюджета, система индикаторов которого каждый год конкретизируется. Бюджетные программы и эффективность их реализации анализируются системно и глубоко, результаты реализации госпрограмм на постоянной основе представлены в бюджете.
Южная Корея	Оценка государственных программ базируется на результатах социологических исследований, при этом примерно десятая часть от всех программ подлежит ежегодной ревизии и проверке на соответствие ожиданиям общества. Анализ проводится на основе специально сформированного перечня контрольных вопросов.

Франция	Оценка эффективности реализации проводится по трем ключевым критериям: социально-экономическому эффекту, качеству услуг и результативности. Набор конкретных индикаторов для проведения оценки устанавливается на законодательном уровне, при этом за ход реализации ГП устанавливается персональная ответственность.
Канада	Оценка фокусируется на проблеме value-for-money (ценность, польза от затраченных средств). Проведение оценки происходит по двум основным направлениям: релевантности (актуальности) программ и их реализации.
США	Базируется на комплексной системе рейтинговой оценки – PART (Program Assessment Rating Tool), GPRAMA (изменение системы планирования и отчетности). Оценку и анализ выполнения государственных программ проводит Счетная палата США. В качестве двух основных целей оценки фигурируют: сокращение и ликвидация фрагментации целей ГП; ликвидация дублирования целей ГП.

Передовой зарубежной практикой в оценке реализации ГП были сгенерированы такие важные моменты, как:

- рост степени персональной ответственности лиц, реализующих ту или иную программу;
- рост подотчетности и повышение эффективности используемых ресурсов и средств;
- представление конкретной и ясной системы оценочных индикаторов;
- формирование системы оценочных индикаторов в парадигме «гражданин – потребитель – налогоплательщик»;
- широкое использование в оценке ГП внешних экспертных групп.

В ходе проведенного И. В. Туляковой исследования отечественных практик построения, реализации и оценки эффективности ГП было выявлено [4]:

1. Унифицированный подход в оценке эффективности реализации ГП на уровне субъектов РФ отсутствует;
2. Один и тот же субъект РФ может использовать различные подходы в оценке эффективности;
3. Построение математического аппарата методик оценки эффективности ГП также весьма дифференцировано по субъектам РФ.

Помимо этого, в отечественной практике очень слабое внимание уделяется мониторингу хода реализации той или иной государственной программы [3].

Оценка эффективности хода реализации государственной программы «Развитие культуры и туризма» сопряжена со всеми рисками, присущими всей системе бюджетного планирования РФ. Текущая эффективность реализации программы рассчитывается в ходе сравнительного анализа фактических (достигнутых) индикаторов с целевыми (плановыми) показателями, утвержденными программой [1]. Отметим, что данный подход отличается известной простотой, в то же время он имеет достаточно низкую эффективность с точки зрения оценки результатов.

В качестве одного из направлений совершенствования методик оценки эффективности ГП можно рекомендовать использование интегрального подхода в оценке эффективности.

Данный подход базируется на расчете показателя (R), который определяет характеристику ГП с позиций качества. Данный показатель вычисляется по формуле:

$$R = I_{cp} / V_{фин} \quad (1),$$

где I_{cp} – значение интегральной оценки результативности реализации ГП;

$V_{фин}$ – финансовое обеспечение ГП.

Интегральной оценкой результативности реализации ГП выступает достижение установленных программой целевых индикаторов, скорректированное на весовые значения целевых показателей:

$$I_{cp} = \sum_{j=1}^n i_j \quad (2),$$

где i_j – оценка достижения j -го целевого индикатора;

n – число целевых индикаторов.

Оценка достижения целевого индикатора может быть определена как:

$$i_j = I_j \times k_j \quad (3),$$

где I_j – текущий индекс результативности целевого индикатора;

k_j – весовой коэффициент целевого индикатора.

Весовым коэффициентом целевого индикатора выступает параметр, характеризующий степень важности анализируемого индикатора в сравнении с остальными индикаторами.

Расчет текущего индекса результативности можно рассчитать по формуле:

$$I = ((I_{fj} - I_{bj}) / (I_{pj} - I_{bj})) \times 100 \quad (4),$$

где I_{fj} – фактическое значение отчетного периода;

I_{bj} – базовое значение индикатора;

I_{pj} – плановое значение отчетного периода.

Степень финансового обеспечения ГП в отчетном периоде можно рассчитать по формуле:

$$V_{\text{фин}} = (V_f / V_p) \times 100\% \quad (5),$$

где V_f – объем фактических затрат, направленный на реализацию ГП, отчетный период;

V_p – запланированный объем финансирования ГП.

Рассчитанное значение интегральной оценки эффективности реализации государственной программы в дальнейшем сопоставляется с приведенными в таблице 2 значениями для определения качественной характеристики оценки реализации государственной программы.

Таблица 2 – Интегральная оценка эффективности реализации ГП

Диапазоны по R	Оценка качества реализации ГП
$R \geq 0,8$	Эффективная
$0,5 \leq R < 0,8$	Недостаточно эффективная
$R < 0,5$	Неэффективная

Отметим, что данная методика может применяться не только для оценки эффективности ГП в сфере культуры, но и по всему спектру государственных программ.

Список источников

1. Государственная программа Российской Федерации «Развитие культуры и туризма» (утв. постановлением Правительства РФ от 15 апреля 2014 г. N 317). URL: <http://pravo.garant.ru/SESSION/PILOT/main.htm> (дата обращения: 20.10.2019)

2. Голикова: правительство признало треть государственных программ неэффективными. URL: <https://russian.rt.com/business/news/395600-gosudarstvennyye-programmy-effektivnost> (дата обращения: 20.10.2019)

3. Исхакова А. Ф. Анализ методов оценки эффективности реализации государственных программ в России и за рубежом. НИУ ВШЭ, 2016.

4. Тулякова И.В. Оценка эффективности государственных программ: проблемы и перспективы. <http://rufincontrol.ru/article/332551/> (дата обращения: 20.10.2019)

АКТУАЛЬНОСТЬ РАЗРАБОТКИ ДИЗАЙН-ПРОЕКТОВ СТУДЕНТАМИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА РЕГИОНА

Ключевая задача практико-ориентированного дизайн-образования – формирование креативного специалиста, востребованного на региональном рынке труда. Актуальность студенческих дизайн-проектов, ориентированных на развитие малого и среднего предпринимательства региона, определяется их уникальностью, отсутствием зарубежных аналогов, экономичностью в производстве и ценообразовании, растущим спросом на региональном рынке.

Ключевые слова: дизайн, легкая промышленность, малый и средний бизнес, конструирование, модные тенденции.

The key task of practice-oriented design education is eastern creative specialization in the regional labor market. The relevance of student design projects focused on the development of small and medium-sized enterprises is due to their uniqueness, the absence of foreign analogues, the economy in production and pricing, and growing demand in the regional market.

Keywords: design, light industry, small and medium business, technology, fashion trends.

*Сидельникова Анна Николаевна
ФГБОУ ВО «Елецкий государственный университет им. И. А. Бунина»
E-mail: petrickova.an@yandex.ru
Научный руководитель:
Мальцева Виктория Алексеевна,
кандидат педагогических наук, доцент*

Современная экономическая ситуация в Российской Федерации и в ее регионах определила необходимость подготовки высококвалифицированных специалистов, способных реализовать полученные компетенции в сфере малого и среднего предпринимательства. Согласно данным Минпромторга РФ за 2018 г. меры поддержки легкой промышленности и индустрии детских товаров составили менее 4 млрд рублей [9].

В Липецкой области на поддержку малого и среднего предпринимательства было выделено 925,6 млн рублей [8]. Однако предприятия региона ЗАО «Фабрика швейных спортивных изделий «ДИНАМО», ООО «Спецпошив», «Областной центр "Русский стиль"» не могут удовлетворить растущий спрос населения на модную, качественную и экономичную одежду, поскольку решают другие задачи (пошив специальной одежды, изготовление костюмов для музыкальных, танцевальных, народных, эстрадных коллективов, изготовление швейных изделий под заказ) [8].

Проведенный нами опрос показал, что менее 10 % населения Липецкой области регулярно приобретает товары отечественного и регионального производства. Около 80 % отдает предпочтение продукции стран Азии (Китай, Турция, Ливан, Бангладеш, Индия). Только 4 % потребителей смогли назвать региональные бренды одежды («Наследник Выжанова», «Екатерина», «Studio COUTURE») (Рис. 1).

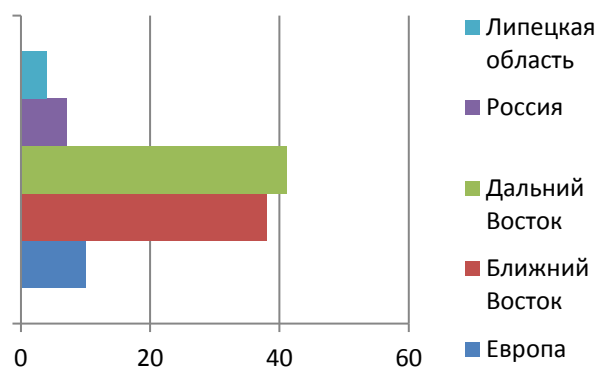


Рисунок 1 – Предпочтения региональных потребителей

Однако статистика свидетельствует о заинтересованности региона в создании и развитии малых и средних предприятий, производящих одежду и текстильную продукцию (Рис. 2).

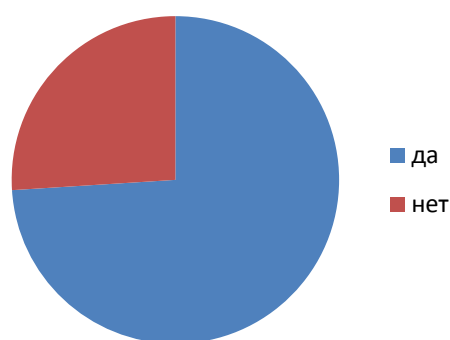


Рисунок 2 – Потребность в развитии регионального рынка

Липецкая область – это активно развивающийся регион с мощной экономической инфраструктурой. Деятельность особых экономических зон требует подготовки кадров, обладающих креативным мышлением и владеющих инновационными технологиями.

Решением этих задач успешно занимается коллектив Елецкого государственного университета им. И. А. Бунина, подготовивший более 50 тысяч специалистов, успешно работающих во многих отраслях науки, техники, экономики Липецкой области, Российской Федерации и в более чем 60 странах мира [11]. С 2003 года вуз осуществляет подготовку дизайнеров костюма, а с 2007 года на базе университета начали свою деятельность малые предприятия по проектированию и изготовлению швейной и сувенирной продукции.

Система подготовки специалиста в области дизайна костюма – сложное структурное образование, компоненты которого функционируют в определенных отношениях и связях и подчинены решению единой задачи – формированию творческой личности, востребованной на региональном рынке труда. Практико-ориентированный подход в подготовке будущих дизайнеров предполагает тесное сотрудничество с потенциальными работодателями и выполнение дизайн-проектов, готовых к внедрению в производство.

Востребованность на современном рынке моды оригинальной, эргономичной одежды определила цель нашего дизайн-проекта – разработка коллекции молодежной одежды в стиле «стрит стайл». Выбор стиля – это выбор акцентов, присутствующих в костюме, продиктованных полом, возрастом, профессией, принадлежностью к субкультуре, социальным статусом, национальностью, личным вкусом, функциональностью, уместностью и образом жизни. Эти акценты расставляются при помощи цвета и фактуры ткани, фурнитуры, деталей отделки, особенностей кроя, комбинаторики, выбора аксессуаров и обуви.



Рисунок 3 – Стилевые предпочтения потребителей одежды

Стиль «Street style» (стрит стайл) – уличный стиль – является сегодня одним из самых актуальных стилей. Согласно проведенному опросу в Липецкой области потребители одежды также отдают предпочтение уличному стилю (46 %) и близким к нему спортивному стилю (14 %) и стилю милитари (12 %) (Рис. 3). Предпочтения основываются на модных тенденциях, эргономичности и экономичности моделей одежды.

Большинство опрошенных (84 %) на первое место поставили удобство, для 46 % стиль стрит стайл – это средство самовыражения, а 53 % респондентов акцентировали внимание на возможности создания эффектного образа с помощью оригинальных сочетаний в костюме.

Творчество дизайнера направлено на проектирование элементов предметной среды, удовлетворяющих материальные и духовные потребности человека. Дизайн костюма всегда немного опережает время. Он ориентируется на новые тенденции, способствует изменению образа жизни, намечает перспективные направления развития моды. Одежда должна быть не только комфортной и практичной, но и выступать средством отражения традиций, ценностей общества или социальной группы, представителем которой является её обладатель.

Приобретая какой-либо предмет одежды, человек не только удовлетворяет свои утилитарные потребности, но и демонстрирует свой статус. Особенно это актуально для молодежной среды, в которой каждая личность стремится к самовыражению, оставаясь в рамках эстетических предпочтений своей формальной или неформальной группы.

Теоретические аспекты моды и ее создания изучаются в трудах таких авторов, как З. Т. Акилова, Е. С. Бадмаева, Б. А. Бузов, В. В. Бухинник, Г. М. Гусейнов, В. В. Ермилова, Д. Ю. Ермилова, А. А. Пацявичюте, Г. И. Петушкова и др. [2], [4], [5], [6].

Работая над дизайн-проектом, мы решали следующие задачи: проведение анализа стиля стрит стайл с использованием литературных и интернет-источников; изучить потребности отечественного рынка швейной продукции; актуализировать модные тенденции 2020 года; классифицировать исторически сложившиеся ассортиментные группы одежды для молодежи; провести образно-ассоциативный анализ моделей-аналогов и источника творчества; разработать образ коллекции средствами стилизации и трансформации, выполнить эскизные ряды коллекции; разработать базовую и модельную конструкцию изделий и выполнить проект в материале с последующим внедрением в малосерийное производство; передать черты современной эстетики, моды, материальной жизни общества в разработанной коллекции.

Проведя предпроектный анализ, мы пришли к выводу, что наиболее актуальной будет разработка мужской коллекции одежды, поскольку мужской гардероб продолжает эволюционировать в сторону большей легкости и непринужденности. Все более важную роль в нем начинает играть функциональность, неотъемлемым элементом которой выступают высокотехнологичные ткани. Разнообразные виды тканей создаются благодаря особенностям исходного сырья и ткацким переплетениям, которые определяют ее структуру, внешний вид и свойства [5]. Для изготовления моделей нами были использованы: плащевые ткани, футер, вельвет, деним, интерлок (Рис. 4).

Сочетая высокую моду и стиль улицы, цветовые темы весны-лета 2020 выходят за рамки сезонности мужской моды. Яркие, не подавляющие оттенки иллюстрируют наше стремление к

аутентичности, постоянную потребность в творчестве и понятном, доступном дизайне. Выбранный нами за основу нео-мятный цвет находится между природой и технологичностью [3].

В 2020 году актуальными будут практические решения и стильные новинки в одежде, удовлетворяющие потребностям современного мужчины. Исходя из этого были отобраны следующие тенденции одежды: шорты, ветровки, толстовки, свободные брюки; декорирующие принты (лозунги, надписи); практичные аксессуары (маленькие сумки, спортивная обувь).



Рисунок 4 – Материалы дизайн-проекта



Рисунок 5 – Технические рисунки модели

Однако одежда должна быть не только комфортной и практичной, но и выступать средством отражения традиций, ценностей общества или социальной группы, представителем которой является её обладатель. Поэтому каждый новый сезон всемирно известные модельеры добавляют в свои творения новые акценты и детали, демонстрируя безграничные возможности современной моды.

В результате дизайнерского поиска рождаются новые идеи костюмных форм и образов. Любое явление или предмет окружающего мира способны вызвать у художника ассоциации, которые он воплощает в проектируемых костюмах.

По мнению М. В. Адамчик, важным является создание образа коллекции средствами графического дизайна уже на стадии фор-эскиза [1]. Использование различных средств выразительности – одно из важнейших условий создания художественного образа. Выполнение фор-эскизов будущей коллекции – это не только показатель уровня освоения графических навыков, но и наглядная демонстрация творческого потенциала студентов.

На основе полученных данных о современных направлениях моды и разработанных стилизаций и трансформаций были выявлены форма и конструктивные членения будущей коллекции. Конструкторско-технологическая часть дизайн-проекта содержала описание моделей, технические рисунки и чертежи конструкции (Рис. 5, 7).

Выполнение швейных изделий включает изготовление отдельных частей одежды с приданием ей требуемой формы и свойств, соединение частей одежды в изделие, окончательную отделку изделия. При изготовлении коллекции были выполнены ручные и машинные работы, а также операции влажно-тепловой обработки. Используемые способы соединения деталей: ниточный и клеевой.



Рисунок 6 – Коллекция мужской молодежной одежды под девизом «Цитадель».
Автор Сидельникова А. Н.

Модные аксессуары были выполнены на высокотехнологичном оборудовании центра молодежного инновационного творчества «PRO-арт» ЕГУ им. И. А. Бунина. Университет постоянно пополняет материально-техническую базу направления подготовки «Дизайн», что позволяет обучающимся демонстрировать в будущей профессиональной деятельности навыки работы в усовершенствованных графических редакторах, владение современным швейным, вязальным, вышивальным оборудованием и 3D-технологиями.

Прошедшая все этапы выполнения проекта в материале коллекция молодежной мужской одежды была апробирована на Международных конкурсах молодых дизайнеров костюма «Губернский стиль-2019» и «Подиум-2019» (Рис. 6). Дизайн-проект был успешно защищен и рекомендован к внедрению в производство представителями малого и среднего предпринимательства («Studio COUTURE», ООО «Кружевной край» и др.).

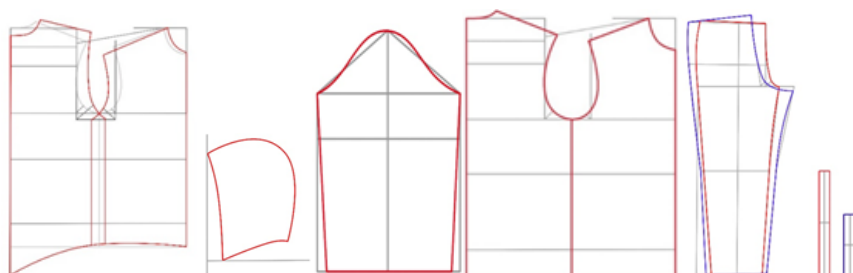


Рисунок 7 – Чертеж базовой и модельной конструкции

Предприятия региона нуждаются в молодых креативных специалистах, обладающих новым взглядом на дизайн-проектирование, конструирование и декорирование костюма. Всего в 2019 году студенты-дизайнеры ЕГУ им. И. А. Бунина разработали более десяти дизайн-проектов. По расчетам авторов и представителей швейных предприятий производство и реализация дизайн-проектов в регионе не вызовет серьезных проблем.

Это подтверждается уникальностью коллекций одежды, отсутствием зарубежных аналогов продукции, замещением импорта при более низком уровне цен, равномерным спросом продукции на региональном рынке. Продвижению дизайн-проекта будут способствовать разработанные изобразительные, визуальные, информационные средства (фирменный стиль), с помощью которых предприятие и товар подчеркнут свою индивидуальность [10].

Таким образом, актуальность разработки дизайн-проектов студентами для развития малого и среднего предпринимательства региона подтверждается их уникальностью, отсутствием зарубежных аналогов, экономичностью в производстве и ценообразовании, растущим спросом на региональном рынке.

Список источников

1. Адамчик, М.В. Дизайн и основы композиции в дизайнерском творчестве и фотографии / М.В. Адамчик. – Минск: Харвест, 2010. – 192с.
2. Акилова, З.Т. Моделирование одежды на основе принципа трансформации / З.Т. Акилова, Г.И., Петушкова, А.А., Пацявичюте. – Москва: Легпромбытиздат, 2003. – 215 с.
3. Алгоритмы имиджа [Электронный ресурс]: сайт. – URL: https://image66.ru/blog/modnyj_slovar/chto-takoe-street-style.html (дата обращения: 25.04.19)
4. Бадмаева, Е.С. Компьютерное проектирование в дизайне одежды / Е.С. Бадмаева, В.В. Бухинник, Л.В. Елинер. – Санкт-Петербург: Издательство «Питер», 2016. – 190 с.
5. Бузов, Б.А. Материаловедение в производстве изделий легкой промышленности: учебник для студентов высших учебных заведений / Б.А. Бузов, Н.Д. Алыменкова. – Москва: Академия, 2008. – 448 с.
6. Гусейнов, Г. М. Композиция костюма: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / Г.М. Гусейнов, В.В. Ермилова, Д.Ю. Ермилова. – Москва: Академия, 2004. – 432 с.
7. Елочкин, М.Е. Информационные технологии в профессиональной деятельности дизайнера / М.Е. Елочкин. – Москва: Academia, 2016. – 396 с.
8. Информация о развитии малого и среднего бизнеса Липецкой области в 2018 году [Электронный ресурс]: сайт – URL: <https://www.admlip.ru/economy/business/> (дата обращения: 17.07.19)
9. Минпромторг России [Электронный ресурс]: сайт – URL: <http://minpromtorg.gov.ru/activities/industry/otrasli/> (дата обращения: 17.07.19)
10. Чихольд, Я. Новая типографика. Руководство для современного дизайнера / Я. Чихольд. – Москва: Издательство Студии Артемия Лебедева, 2018. – 248 с.
11. ФГБОУ ВО «Елецкий государственный университет имени И.А. Бунина» [Электронный ресурс]: сайт – URL: <http://долинамашиностроения.рф/index.php/ru/участники/учебные-заведения/фгбоу-во-«елецкий-государственный-университет-имени-и-а-бунина»> (дата обращения: 14.06.19)

Сизова Лидия Дмитриевна

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПРИМЕНЕНИЯ СМАРТ-КОНТРАКТОВ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Настоящая статья посвящена новому для российского договорного права направлению – смарт-контрактам. Автор анализирует уже фактически существующие отношения в рассматриваемой области, выявляя проблемы и противоречия. При этом отмечаются положительные стороны внедрения нового вида электронных сделок.

Ключевые слова: смарт-контракт, электронные сделки, договорное право, цифровая экономика.

This article is devoted to a new direction for Russian contract law – smart contracts. The author analyzes the existing relations in this area, identifying problems and contradictions. At the same time, there are positive aspects of introducing a new type of electronic transactions.

Key words: smart contract, electronic transactions, contract law, digital economy.

*Сизова Лидия Дмитриевна
Самарский филиал ГАОУ ВО
«Московский городской педагогический университет»
E-mail: li_sizova@mail.ru
Научный руководитель:
Старкова Юлия Михайловна,
ст. преподаватель кафедры гражданского права и процесса
СФ ГАОУ ВО МГПУ*

Цифровизация финансовых технологий кардинальным образом трансформирует существующие принципы и инструменты регулирования финансовых рынков большинства стран мира. Благодаря инновациям и современной инфраструктуре многие операции, которые раньше требовали личного присутствия и занимали много времени, теперь могут быть доступны «в один клик» и выполняются всего за несколько минут.

Впервые идея смарт-контракта была предложена в 1994 г. Ником Сабо (США) – ученым в сфере информатики, криптографии и права. Он описал смарт-контракт как «цифровое представление набора обязательств между сторонами, включающее в себя протокол исполнения этих обязательств» [10]. Таким образом, смарт-контракт может быть определен как договор между двумя и более сторонами об установлении, изменении или прекращении юридических прав и обязанностей, в котором часть или все условия записываются, исполняются и/или обеспечиваются компьютерным алгоритмом автоматически в специализированной программной среде.

Современным примером идеи смарт-контракта можно назвать формат работы компаний Uber и Яндекс.Такси. Данные компании играют роль посредника и арбитра, который обеспечивает выполнение соглашения между водителем такси и клиентом: клиент выражает согласие оплатить поездку по стоимости, заранее определенной системой-посредником, а водитель, в свою очередь, обязуется выполнить услугу по перевозке клиента до заранее определенного места.

В мировой практике смарт-контракты активно вводятся и успешно применяются в финансовом секторе, в том числе в банковской сфере и в сфере страхования, в государственном секторе и иных сферах, например, в сделках пари и лотереях. Например, немецкая страховая компания Allianz использует смарт-контракты для автоматизации страховых выплат в случае природных катаклизмов. Также кадастровая служба Швеции использует систему смарт-контрактов, созданную стартапом ChromaWay, которая позволяет производить регистрацию передачи права собственности на недвижимость в электронном виде.

Смарт-контракты, безусловно, обладают значительными преимуществами по сравнению с традиционными бумажными формами заключения соглашений. К ним можно отнести:

- 1) ускорение процесса исполнения условий контракта за счет автоматизации процессов, а также моментальное выполнение необходимых проверок, расчетов и других действий в нужной последовательности;
- 2) возможность отказа от доверенных посредников, что позволяет участникам работать на более выгодных условиях, что также влечет за собой сокращение временных и финансовых затрат;
- 3) высокий уровень защищенности сторон соглашения друг от друга, так как условия контракта записываются в электронном виде, а сам контракт хранится в распределенной сети;
- 4) появление новых бизнес-моделей, что оказывает влияние на повышение конкуренции и развитие новых сервисов на финансовом рынке.

При этом стоит учитывать, что, насколько бы ни была совершенна технология, всегда присутствует риск уязвимостей в IT-системах, а также ограничение времени и ресурсов на принятие решений и неполнота или недостаточность данных [6].

В 2017 г. Министерством финансов РФ был представлен проект Федерального закона «О цифровых финансовых активах», а в марте 2018 г. – проект Федерального закона № 424632-7 «О внесении изменений в части первую, вторую и четвертую Гражданского кодекса РФ». Оба проекта ставят задачу ввести в систему правового регулирования смарт-контракты и механизмы включения их в договорную практику России.

В перечне поручений Президента РФ Правительству РФ совместно с Государственной Думой Федерального Собрания РФ по реализации Послания Президента Федеральному Собранию указано обеспечение принятия в весеннюю сессию 2019 г. федеральных законов, направленных на развитие цифровой экономики, в том числе определяющих порядок совершения гражданско-правовых сделок в электронной форме, а также предусматривающих регулирование цифровых финансовых активов и привлечение финансовых ресурсов с использованием цифровых технологий [4].

Помимо этого, соответствующие положения включены в состав национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации», в рамках которой предусмотрена реализация федерального проекта «Нормативное регулирование цифровой среды». Среди мероприятий в данном федеральном проекте, в частности, указано принятие федерального закона, предусматривающего «урегулирование статуса» совершаемых в письменной (электронной) форме сделок, а также автоматизированных договоров.

Проект «О цифровых финансовых активах» предлагает определение смарт-контракта как договора в электронной форме, исполнение прав и обязательств по которому осуществляется путем совершения в автоматическом порядке цифровых транзакций в распределенном реестре цифровых транзакций в строго определенной им последовательности и при наступлении определенных им обстоятельств [5]. Изменения, внесенные Федеральным законом «О внесении изменений в части первую, вторую и статью 1124 части третьей Гражданского кодекса Российской Федерации» [2], уточняют понятие формы сделки, приравнивая к простой письменной форме сделки выражение лицом своей воли с помощью электронных или иных аналогичных технических средств.

Для целей исполнения сделок с цифровыми правами авторы проекта в ст. 309 Гражданского кодекса РФ вводят единственное требующее закрепления в законе правило: факт совершенного компьютерной программой исполнения сделки не оспаривается (за исключением случаев вмешательства в действие программы). Проект «О цифровых финансовых активах» устанавливает, что защита прав участников смарт-контракта осуществляется в порядке, аналогичном порядку осуществления защиты прав сторон договора, заключенного в электронной форме, хотя в классическом гражданском праве именно электронная форма договора не выделяется в качестве самостоятельной. Все эти условия дополняют друг друга, но, к сожалению, не дают осознания в полной мере юридической природы смарт-контракта.

Анализ современной практики позволяет нам выделить проблемы, связанные с заключением и использованием смарт-контрактов:

- возможность защиты прав, возникших после заключения смарт-контрактов, в суде. Так как смарт-контракт направлен на передачу цифрового актива, проблемы вызывает отсутствие определенности в части правового статуса такого актива. Анализ судебной практики позволяет сделать выводы о том, что в настоящий момент судебная система в Российской Федерации практически не защищает интересы лиц, использующих криптовалюты, по причине отсутствия соответствующего законодательного регулирования [7, с. 86].

Так, в рамках одного из дел о банкротстве суд первой инстанции отказал во включении криптовалюты в состав конкурсной массы. Апелляционная инстанция в последующем отменила определение суда первой инстанции и обязала должника передать финансовому управляющему доступ к криптокошельку для пополнения конкурсной массы, оценив криптовалюту как иное имущество;

- использование смарт-контракта в качестве доказательства при разрешении споров в судебном порядке. Смарт-контракт может подтвердить действительные намерения сторон, которые невозможно было установить исходя из текста основного договора, если данный договор был составлен в письменной форме. Однако доказательная база в таком случае должна неизменно сопровождаться уточнениями: каким доказательством может быть признан смарт-контракт, что может подтвердить представленное доказательство и т. д.;
- вопросы применимого права и проблемы подведомственности и подсудности споров по смарт-контрактам и т. д.

Помимо этого, в научной литературе озвучена проблема «самоисполнения» смарт-контрактов. Так, А. И. Савельев пишет: «В «умном» контракте воля сторон выражается единожды: в момент его заключения. Впоследствии компьютерная программа сама исполнит все запрограммированные условия такого контракта. Никаких действий по исполнению договора, никаких дополнительных распорядительных сделок от сторон договора не требуется» [9, с. 5].

На наш взгляд, договорная работа, особенно в отношениях юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, может быть существенно усложнена особыми обстоятельствами и условиями, которые невозможно перевести в программный код, а значит, классические договоры не теряют своей актуальности и в современной ситуации.

При всех достоинствах и недостатках разработанных проектов федеральных законов невозможно недооценить их значение, так как подобная разработка позволит осуществлять автоматизированное исполнение гражданско-правовых обязательств, что в свою очередь обозначит начало нового периода в правовом регулировании цифровых финансовых активов и цифрового права.

Список источников

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 г.) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 г. №6-ФКЗ, от 05.02.2014 г. №2-ФКЗ, от 21.07.2014 г. №11-ФКЗ) // СПС «Консультант Плюс».
2. Федеральный закон от 18.03.2019 № 34-ФЗ «О внесении изменений в части первую, вторую и статью 1124 части третьей Гражданского кодекса Российской Федерации» // СПС «Консультант Плюс».
3. Паспорт национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации» (утв. президиумом Совета при Президенте РФ по стратегическому развитию и национальным проектам, протокол от 04.06.2019 N 7) // СПС «Консультант Плюс».
4. Перечень поручений по реализации Послания Президента Федеральному Собранию, утвержденный Президентом РФ 27.02.2019 № ПР-294 // СПС «Консультант Плюс».
5. Проект Федерального закона № 419059-7 «О цифровых финансовых активах» (ред., принятая ГД во II чтении 20.03.2019 г.) // СПС «Консультант Плюс».

6. Аналитический обзор Центрального Банка России по теме «смарт-контракты». [Электронный ресурс]. URL: http://www.cbr.ru/content/document/file/47862/smartkontrakt_18-10.pdf (дата обращения: 27.10.2019.)
7. Долгиева М.М. Правовое регулирование экономических отношений в современных условиях развития цифровой экономики // Современное право, 2018. № 12. С. 85-88.
8. Родионова О.М. Гражданско-правовая природа последствий заключения смарт-контрактов // Пробелы в российском законодательстве, 2017. № 6. С. 183 – 185.
9. Савельев А.И. Договорное право 2.0: «умные» контракты как начало конца классического договорного права // Вестник гражданского права, 2016. № 3. С. 5 – 7.
10. Szabo N. A formal language for analyzing contracts. [Электронный ресурс]. URL: <https://bitcryptonews.ru/kripto-lichnosti/nik-sabo-nick-szabo> (дата обращения: 27.10.2019).

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ СТРОИТЕЛЬСТВА И ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ НА СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЯХ

В статье говорится о социальной проблеме на селе и сельских территориях. Дано представление о купольном помещении как средства решения данной проблемы. Оно имеет конструктивные достоинства и экономические преимущества при строительстве и эксплуатации. Предлагается использовать их инновационно, развивать далее и использовать эти качества для сохранения и развития социальной сферы села. Показан пример использования экономичных купольных помещений в системе образования и воспитания детей. Также предложен комплексный подход с объединением образования с внешкольной его сферой, спортивной, культурной работой на селе и с подготовкой соответствующих специалистов.

Ключевые слова: социальная сфера села, купольные помещения, строительные инновации, экономичность, глина.

The article talks about the social problem in rural areas and rural areas. The idea of the dome room as a means of solving this problem is given. It has structural advantages and economic advantages during construction and operation. It is proposed to use them innovatively, develop them further and use these qualities to preserve and develop the social sphere of the village. An example of the use of efficient domes in the system of education and parenting is shown. A comprehensive approach is also proposed with the combination of education with its out-of-school field, sports, cultural work in the countryside and with the training of relevant specialists.

Key words: social sphere of the village, dome premises, construction innovations, profitability, clay.

Толмачева Анна Ивановна

Уральский государственный горный университет

E-mail: ait-99@mail.ru

Научный руководитель:

Карпов Виктор Константинович,

кандидат технических наук, доцент

Введение

В настоящее время социальная сфера села и сельских территорий находится в кризисе и упадке. Такие заведения, как сельский клуб, библиотеки, творческие кружки, малокомплектные школы и детсады закрываются ввиду «оптимизации», т. е. сокращения затрат на них. Именно поэтому жители покидают свои села, особенно молодежь, потому что им негде полноценно обучать детей, обеспечивать их внешкольное воспитание и полноценный досуг.

Экономическими причинами такого нежелательного процесса являются высокие расходы бюджета на ремонт и реконструкцию старых школ или на новое их строительство, а также на их содержание. Малочисленность сельского населения, детей, т. е. их низкая востребованность, ведет к высоким «удельным расходам» на эти цели общества в целом.

В «Майском указе» Президента Российской Федерации «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» говорится, что особое внимание нужно обратить на сферу культуры в малых городах и на селе. Например, создать культурно-досуговые организации клубного типа на территориях сельских поселений, а также развивать муниципальные библиотеки [1].

Важными средствами повышения общественной эффективности социальной сферы на селе и возможности ее развития являются:

- создание искусственной (изолированной) среды в помещении, независимо от того, какие погодные условия и какой климат снаружи, для занятий и отдыха детей, спорта и досуга населения в целом;

- экономия или более эффективное использование средств сельских бюджетов на эти цели за счет строительства купольных помещений для данных нужд;
- экономия средств на содержание и обслуживание данных объектов и помещений в них, включая оплату труда их сотрудников и технического персонала.

Основная часть

Купольные помещения (рис. 1) могут стать решением данной проблемы, став центром образовательной, воспитательной и культурной жизни сельских поселений.

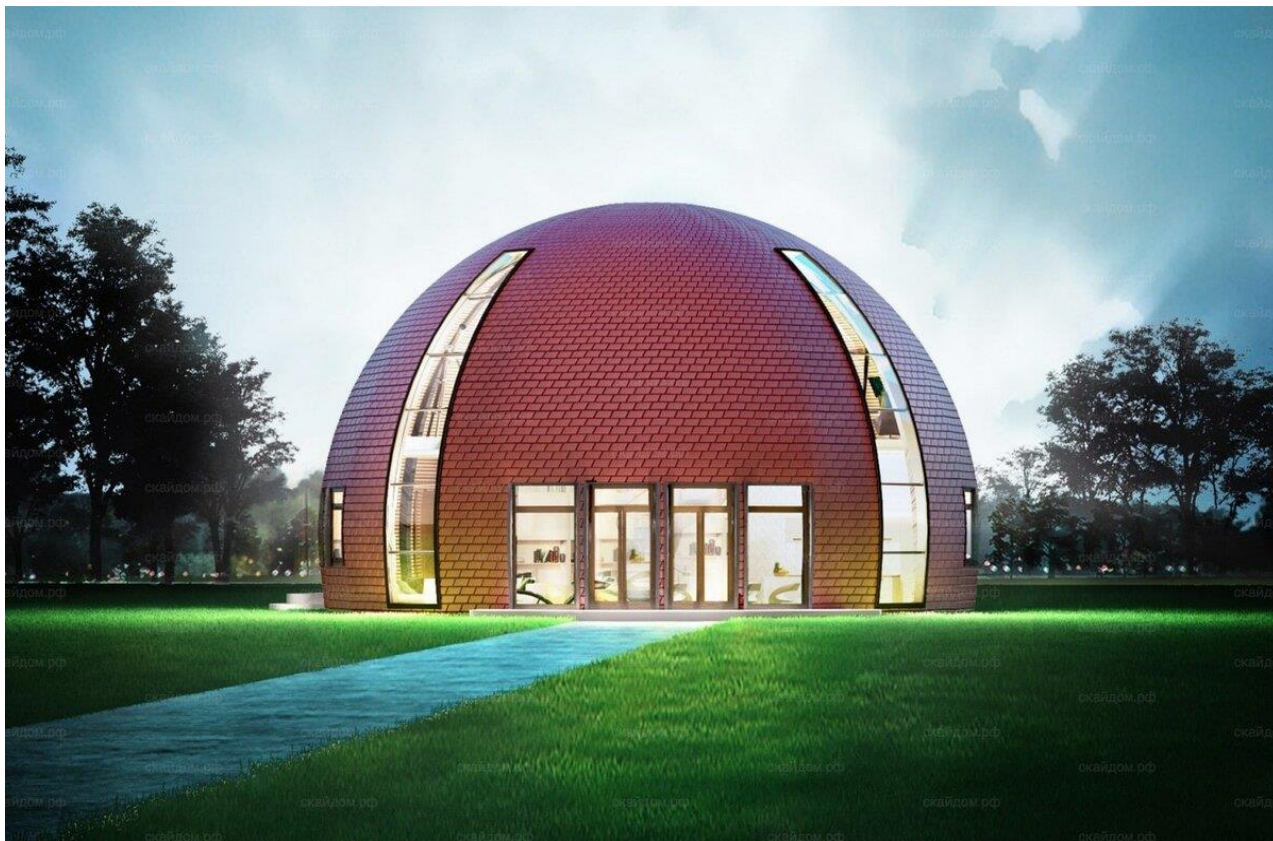


Рисунок 1 – Купольное помещение.

Для обоснования эффективности предлагаемого решения рассмотрим основные составляющие статьи расходов при этом. Из сравнения материальных затрат на постройку разных типов домов вышла такая итоговая стоимость:

- стандартный дом – 818 332 рублей;
- купольный дом – 391 300 рублей.

Следовательно, строительство и эксплуатация купольных зданий дешевле, чем зданий традиционной формы примерно на 50 %. Это обеспечивает им широкое распространение в мире, особенно в индивидуальном и общественном строительстве [2–3]. Купольные помещения также значительно эффективней в отоплении и вентиляции в жаркий период года. Это даёт большую экономию при их содержании.

Эффективность и экономичность купольных конструкций может быть значительно повышена применением дополнительных инновационных решений. В нашем научном центре развития сельских территорий при кафедре стратегического и производственного менеджмента УГГУ разрабатываются проекты с такими идеями. Так, предлагается использовать экономичные свайные основания для купола, а также их винтовые конструкции и теплоизолирующее основание под них, которое эффективно сохраняет тепло в отопительный период и обеспечивает комфорт искусственной среды, создаваемой куполом. Он может быть покрыт полностью или частично прозрачным покрытием из поликарбоната или стекла, которое будет способствовать аккумулярованию под куполом тепловой энергии солнца на основе из-

вестного «парникового эффекта». При этом купол создаёт искусственную (изолированную от улицы) среду, в которой:

- температура воздуха всегда выше 0°C;
- полностью отсутствует ветер и ветровая нагрузка;
- полностью отсутствуют все виды осадков;
- отсутствует возможность дополнительного (природного) нагрева или охлаждения в соответствующие периоды года.

У помещений, размещённых внутри купола (рис. 2), при этом нет крыши, фундаментов, они полностью защищены от ветра и осадков, а также воздействия низких температур. Данные расходы на них будут в 2–3 и более раз ниже, чем на традиционные здания для этих целей.

Строительство их также должно быть организовано с широким использованием местных материалов в виде древесины, идущей на несущий силовой каркас, а также глины и глиноматериалов как основного стено-заполняющего и отделочного материала. Подобное решение строительных конструкций предложено патентом на полезную модель № 87437 от 10.10.2009 г. [4], автором которого является наш научный руководитель Карпов В. К.

На рис. 2 дано примерное использование подкупольного пространства для размещения в нём специализированных помещений центра. В плане они занимают до 50–60 % площади основания купола и могут иметь несколько этажей. В данном случае на первом этаже размещается школа и её классы, на втором – детский сад и ясли, медкабинет и т. п. На третьем этаже можно разместить кружки детского творчества, библиотеку, компьютерные классы и т. п. При необходимости может быть организована раздевалка для занятий спортом, как и сами спортплощадки (тренажёры) на открытой части купола. Это позволит полноценно и комплексно использовать помещение в течение всего дня, создаст удобства для учебно-воспитательного персонала и даст значительную экономию на содержании и обслуживании. Так, пищеблок детского садика может обеспечивать питание школьников как в учебное время, так и во время внешкольных занятий.

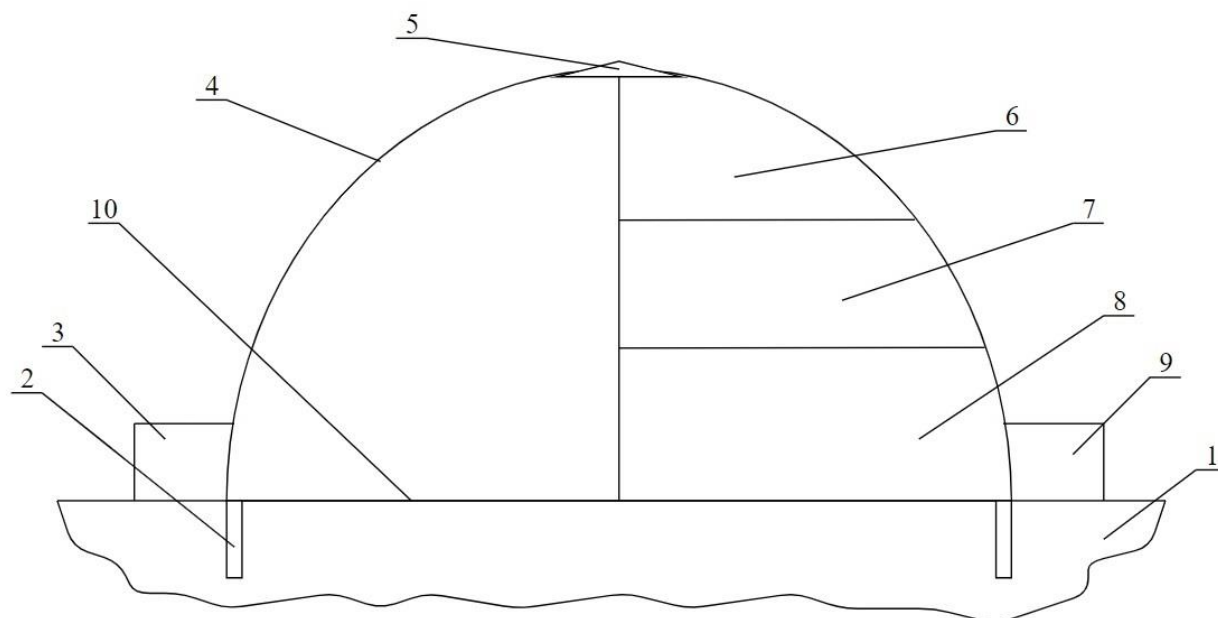


Рисунок 2 – Схема купольного строения школьно-образовательного центра: 1 – почва (грунт);

2 – сваи железобетонные или винтовые; 3 – входная группа-тамбур; 4 – каркас купола;

5 – воздушный клапан; 6 – третий этаж внутреннего помещения; 7 – второй этаж (детский сад, ясли);

8 – первый этаж (школа); 9 – рабочий вход; 10 – открытая площадка купола для отдыха, спорта и т. п.

Использование глины и смесей на её основе обеспечивает самые высокие санитарные и коммунальные нормы и условия в помещениях и классах купольного строения. Глина при

этом является эффективным теплоаккумулятором, обеспечивающим стабильные тепловые характеристики помещений. Также она является единственным природным и естественным регулятором относительной влажности воздуха в помещениях круглый год, включая отопительный сезон. Этого не может обеспечить ни один из известных стройматериалов, что ведёт к недопустимым колебаниям влажности воздуха в них и необходимости создания (и к дополнительным расходам) специальных систем увлажнения воздуха и поддержания её на требуемом санитарными нормами уровне. Это особенно становится актуальным в зимний, отапливаемый период года, когда влажность воздуха в помещениях значительно снижается. Это способствует распространению вирусных заболеваний, характерных именно для этого периода года. Данное качество особенно важно для детских учреждений. Еще глина является эффективным поглотителем вредных веществ, загрязняющих воздух, что также важно для них.

В специализированных помещениях, расположенных под куполом, целесообразно одновременно разместить: общеобразовательную школу, детский сад и ясли, музыкальный, творческий и другие кружки, спортивные секции, сельскую библиотеку, сельский клуб, вечерний кинотеатр и другие заведения. На площадке под куполом могут проводиться массовые и многочисленные сельские мероприятия, собрания, сеансы кино, концерты, праздники и т. п. Таким образом, общеобразовательный центр в целом станет центром общественной и культурной жизни села.

В организационно-методическом плане такой образовательно-воспитательный центр может иметь одного руководителя и минимум обслуживающего персонала, а также педагогов более широкого (сельского) профиля для работы в подобных комплексных детских заведениях. При этом они должны получать более высокую зарплату, чем их городские коллеги, что обеспечит привлекательность их труда.

Эффективное отопление здания купола и помещений внутри может быть обеспечено на основе пристроенной газовой котельной, работающей на трубопроводном газе или на привозном сжиженном природном газе (СПГ). Такая котельная также может работать на дровах или древесных отходах, а также на другом местном топливе. Она может экономично отапливать и другие объекты и помещения в селе. Возможность работы на привозном СПГ позволяет уйти от экономически неэффективной трубопроводной газификации села, особенно его мелких поселений и вновь заселяемых сельских территориях.

Наряду с эффективным отоплением купола и его помещений от пристроенной газовой котельной он также должен иметь локальную (объектную) систему водоснабжения от скважины и систему локального водоотведения (канализации) заданной производительности со сбросом очищенных стоков непосредственно в грунт. Это позволяет отказаться от строительства чрезвычайно дорогих в сельских условиях централизованных сетей. Все эти коммунальные системы должны быть объединены в одну вспомогательную службу центра, что обеспечит их экономичность.

Заключение

Купольное строение требует минимальных материальных и энергетических затрат для строительства и их содержания при эксплуатации. В нем (внутри) предлагается размещать упрощённые по конструкции и ввиду этого эффективные в строительстве и содержании специализированные детские учреждения (классы, группы, кружки, секции и т. п.). Они также требуют минимальных затрат на их сооружение и эксплуатацию.

Под куполом размещается «общее пространство» в виде игровых и спортивных площадок для активного детского отдыха, прогулок и специальных занятий физкультурой и спортом. Оно одновременно может круглый год использоваться для массовых общественных мероприятий, занятий, а также выполнять функции сельского клуба, кинотеатра, лектория, библиотеки, кружков творчества и т. п.

При данном центре сельского образования при необходимости и финансовой возможности могут развиваться и пристраиваться к нему другие сельские объекты в виде: стадиона и

открытых спортивных площадок, искусственного катка, спортивно-оздоровительного бассейна, конно-спортивного клуба, мотоклуба, стрелкового тира и т. п.

Опора на инновационные решения и комплексная схема (в виде специализированных центров) развития сельских образовательных услуг, воспитания и сельского досуга в целом позволит эффективно обеспечивать ими сельское население и тем повысить качество и комфорт его жизни. Это должно способствовать закреплению его на сельских территориях и освоению (новому заселению) ныне незанятых и неосвоенных земель и их природных ресурсов.

Список источников

1. Указ Президента Российской Федерации № 204 от 7 мая 2018 года «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» [Электронный ресурс]. – URL: <http://xn--80aavcebfcmbcza.xn--p1ai/npravleniay/kultura/> (Дата обращения: 30.10.2019).

2. Купольные дома – технологии строительства [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.rmnt.ru/story/house/kupolnye-doma-texnologija-stroitelstva.646449/> (Дата обращения: 30.10.2019).

3. Купольные дома [Электронный ресурс]. – URL: https://ecodelo.org/rossiyskaya_federaciya/moskva/35360-kupolnye_doma-statia (Дата обращения: 30.10.2019).

4. Патент РФ № 87437, 10.10.2009.

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ВЫСТРАИВАНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ЦЕПОЧЕК ПРИ КЛАСТЕРИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

В статье рассматривается вопрос формирования производственных цепочек и их влияния на экономику отдельных предприятий и региона. Актуальность данной статьи заключается в том, что предприятиям необходимо модернизировать свою производственную и организационную составляющую ввиду роста конкуренции на рынке, а также снижению инвестиционной привлекательности. В ходе работы изучены работы отечественных ученых, проанализирована региональная проблематика и представлены основные подходы к расчету синергетического эффекта.

Ключевые слова: производственная цепочка, кластер, синергия, синергетический эффект.

The article deals with the formation of production chains and their impact on the economy of individual enterprises and the region. The relevance of this article is that enterprises need to modernize their production and organizational component due to the growth of competition in the market, as well as the decrease in investment attractiveness. In the course of the work, the works of domestic scientists were studied, regional problems were analyzed and the main approaches to the calculation of the synergistic effect were presented.

Keywords: production chain, cluster, synergy, synergetic effect.

*Хаджинов Леонид Витальевич
Югорский государственный университет
E-mail: leonard2197@bk.ru
Научный руководитель:
Кушников Евгений Игоревич,
кандидат экономических наук, доцент*

Производственный процесс является неотъемлемой частью жизненного цикла каждого предприятия, поэтому правильное формирование производственно-технологической цепочки крайне важно на всех уровнях и этапах производственного процесса [1]. С актуальностью формирования таких цепочек сложно спорить ввиду их положительного влияния на жизненный цикл организаций. При составлении правильной производственной цепочки предприятия могут достигнуть увеличения экономической эффективности, а также повышения конкурентоспособности с положительным влиянием на регион в целом. Для начала разберем, что же такое производственная цепочка, а также рассмотрим предлагаемые методы для расчета синергетического эффекта.

Производственная цепочка – это упорядоченная последовательность предприятий, которые реализуют доведение материального потока от производителя к потребителю [2]. Производственная цепочка состоит из конкретных организаций, занимающихся реализацией достижения своих целей на разных этапах производства сырья, материалов и готовой продукции. Выделяют несколько этапов производственной цепочки: 1) производство сырья и полуфабрикатов; 2) хранение и переработка; 3) реализация готовой продукции.

По мнению ряда экспертов (Г. Дурантон, Е. Куценко) [7], благодаря отсутствию положительного эффекта или упадка при формировании цепочек, выделяются ситуации двух типов: 1) проблема территориального размещения предприятий кластера; 2) слабая результативность и эффект от деятельности экономических контрагентов.

Выделяя вышеуказанные типы упадка, к первому относится ситуация, когда отдельные события влияют на реальный сектор, к примеру, как уменьшение трат на транспорт, политические действия, технологический прогресс и т. п. По этим причинам можно утверждать, что

организации будут стремиться мигрировать в более приоритетные кластеры для получения большей экономической выгоды от производства.

Рассматривая второй тип, отражающий ситуацию снижения общей результативности кластера ввиду недостаточного экономического эффекта членов организации, можно выделить три различные группы в зависимости от механизма получения внешней экономии: совместное участие в выгодах, подбор контрагентов, выделение средств на обучение персонала.

Образующиеся выгоды от слияния компаний в единый кластер, с помощью которого достигается этот положительный эффект, заставляют его участников столкнуться с проблемой распределения тех или иных ресурсов, возникших в результате более эффективной работы. Таким образом, новые игроки, способствующие росту, маловероятно смогут в достаточной мере воспользоваться собственными преимуществами.

Важной частью правильного формирования эффективной производственной цепочки является подбор контрагентов. Внутри кластера возникает более благоприятный климат для того, чтоб фирмы и работники выбрали себя оптимальное направление деятельности с большей отдачей. При этом компании упускают положительный эффект, оказываемый ими на возможности соискателей вакансии.

Подходя к третьему типу, можно говорить, что системное обучение не позволяет организации в полной мере использовать выгоды от такого обучения внутри кластера. Риск того, что кадры впоследствии перейдут к конкуренту, понижает заинтересованность во вложении в них денежных средств на повышение квалификации [6].

Каждый этап построения производственной цепочки крайне важен вследствие их влияния на общую результативность кластера. Таким образом, схему производственной цепочки можно отразить в виде полного цикла производства и сбыта продукции. На рисунке 1 подробно показан потенциальный производственный цикл [2].

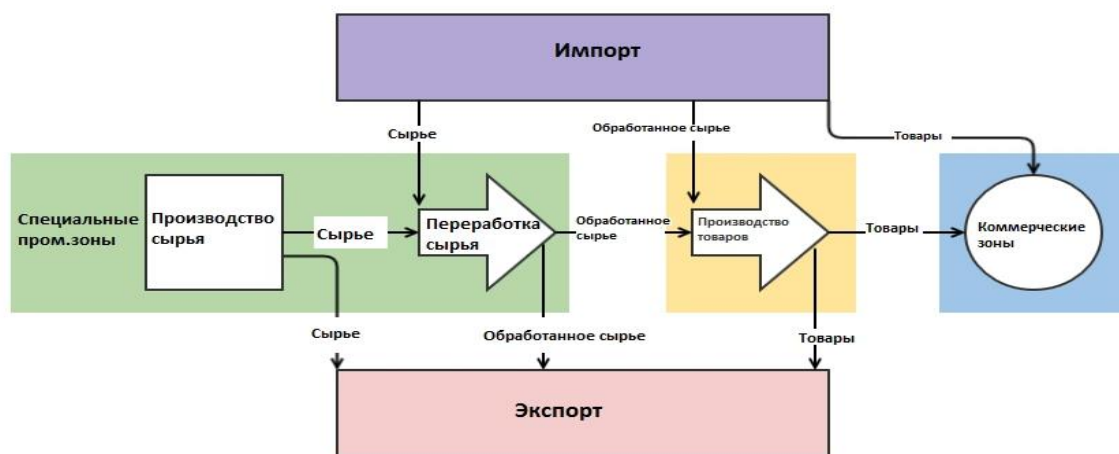


Рисунок – Схема производственной цепочки

Создание производственных цепочек кластеров необходимо в наше время. Создание новых бизнес-единиц с высокой конкурентоспособностью, как правило, зависит от предпринимательских инициатив и инноваций, что приводит к созданию новых рабочих мест в регионах или отдельных городах. Кластеры влияют и на другие сферы местной и региональной экономики, благодаря технологическому новаторству, что способствует росту экономики и улучшению международной конкуренции [3].

Для запуска проекта производственно-сбытовой цепочки требуется пять основных шагов [4].

Таблица – Этапы формирования производственной цепочки

Название этапа	Характеристика
Выбор сектора	В связи с целями проекта выбирается сектор для развития. Выбор сектора должен быть основан на четких критериях, включая масштаб.
Анализ рыночной схемы	Анализ рыночной схемы включает в себя картирование производственно-сбытовой цепочки, призванное отразить сложности сектора, а также исследование, включающее собеседования и дискуссии в рамках фокус-группы с целью составить представление об имеющихся возможностях.
Разработка практических мер	Для того, чтобы найти пути решения проблемных зон производственной цепочки, затрудняющих вовлечение уязвимых категорий, требуются индивидуальные пакеты мер, разработанные с учетом особенностей местного рынка.
Реализация	Под устойчивым решением ликвидировать проблемные места должны подразумеваться бизнес-модели, способные действовать и после того, как проекты и финансируемые извне меры будут реализованы. Такие меры должны нести устойчивый характер, а также получить развитие в рамках рынка.
Мониторинг и оценка результатов	Развитие производственно-сбытовой цепочки и рыночной схемы – непрерывный процесс, который никогда не заканчивается. Качественный мониторинг и система оценки результатов могут помочь оценить успех принятых мер и обеспечить обратную связь для понимания, какую стратегию развития выбрать для будущего.

Для расчета эффективности производственной цепочки необходимо определить ее синергетический эффект.

Синергия – суммирующий эффект взаимодействия двух или более факторов, характеризующийся тем, что их действие существенно превосходит эффект каждого отдельного компонента в виде их простой суммы [7].

Синергетический эффект – возрастание эффективности деятельности в результате интеграции, слияния отдельных частей в единую систему за счет так называемого системного эффекта [7].

Достаточно сложно анализировать существующие способы оценки синергетического эффекта, учитывая ряд недостатков, таких как: обоснованность показателей, универсальность расчетов относительно отдельных участников кластера, субъективизм мнений и др. Следовательно, как правило, при оценке целесообразно учесть ряд показателей: отрасль функционирования кластера, размеры, этапы жизненного цикла, уровень развития системы управления.

Оценка кластерного эффекта от увеличения предложения капитала и снижения его стоимости возможна следующим образом:

$$\begin{aligned} \mathcal{E}_{\text{инв}} &= K * \Delta WACC \\ \mathcal{E}_{\text{бюдж}}^{\text{инв}} &= i_{\text{нал}} * \sum \mathcal{E}_{\text{инв}} = i_{\text{нал}} * \sum (K * \Delta WACC), \end{aligned}$$

где $\mathcal{E}_{\text{инв}}$ – ежегодный эффект от снижения стоимости капитала;

K – размер совокупного капитала компании;

$WACC$ – средневзвешенная стоимость капитала;

$\mathcal{E}_{\text{бюдж}}^{\text{инв}}$ – бюджетный эффект от снижения трансакционных издержек;

$i_{\text{нал}}$ – эффективная налоговая ставка компании (налоговое бремя).

Данный метод позволяет оценить потенциальный синергетический эффект, а для более детального и достоверного разбора необходимо иметь сведения об объемах привлекаемого финансирования, его структуре и условиях.

Также следует отметить эффект синергии путем расчета по методу экспертных оценок, составленный Н. И. Клепиковой [5]. Согласно методическим рекомендациям по кластерной политике выделяют пять характеристик кластеров:

- 1) региональные конкурентные преимущества;
- 2) наличие предприятий определенной отрасли;
- 3) наличие связей и потенциального взаимодействия между участниками;

- 4) географическая концентрация и близость;
- 5) широкий набор участников для оптимального выбора потенциальных партнеров.

Каждой характеристике присваивается определенное количество баллов, основанных на экспертных мнениях по трехбалльной шкале, где ноль баллов – отсутствие или отрицательное влияние на развитие отрасли при создании кластера; пять баллов – незначительный положительный эффект на развитие отрасли; десять баллов – существенное влияние потенциального кластера на отрасль.

Также каждому критерию оценки присваивается коэффициент влияния на ту или иную характеристику. Путем произведения количества баллов каждого критерия на коэффициент влияния мы получим оценку характеристики создаваемого кластера по следующей формуле:

$$N = \sum k_i * C_i,$$

где N – одна из пяти характеристик;

k_i – количество баллов;

C_i – коэффициент влияния.

В этом случае комплексный показатель эффективности создания отраслевого кластера может быть рассчитан как среднеарифметическое итоговых экспертных оценок по всем характеристикам. Предполагается, что оптимальным значением коэффициента при создании кластера будет считаться оценка в 7,5 на основании указанной шкалы.

Учитывая выделенные методы оценки синергетического эффекта, можно говорить об успешном достижении развития регионов Российской Федерации, при успешной реализации и составлении эффективной производственной цепочки, отчего будут достигнуты следующие результаты:

- как повышение инвестиционной привлекательности отдельных бизнес-единиц, а также рост притока инвестиций, так и кластерных образований и регионов в целом; увеличение рабочих мест на малых и средних предприятиях кластера; повышение уровня жизни населения;
- достижение повышения экономической эффективности организаций, входящих в состав кластера, обеспечение устойчивого развития экономики региона.

Таким образом, можно сделать вывод, что создание производственно-технологических цепочек необходимо в современном мире для повышения уровня конкурентоспособности, а также более эффективного ведения производственно-хозяйственной деятельности, что будет положительно сказываться на экономике в целом.

Список источников

1. Шиянов Б. А., Неженец В. С. Анализ моделей и методов формирования технологических цепочек на основе территориально-распределенных объектов // Вестник ВГТУ. 2010. №12. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-modeley-i-metodov-formirovaniya-tehnologicheskikh-tsepochek-na-osnove-territorialno-raspredeleennyh-obektov> (Дата обращения: 01.11.2019).

2. Лойко Валерий Иванович, Курносое Сергей Андреевич, Ефанова Наталья Владимировна, Дудкин Евгений Юрьевич Разработка интервальной модели эффективности агропромышленной интегрированной производственной системы на основе интегрального показателя риска внутренней среды // Научный журнал КубГАУ – ScientificJournalofKubSAU. 2016. №123. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razrabotka-intervalnoy-modeli-effektivnosti-agropromyshlennoy-integrirrovannoy-proizvodstvennoy-sistemy-na-osnove-integralnogo> (Дата обращения: 01.11.2019).

3. Воронина Л. А., Яворский Э. В. Развитие инновационных промышленных кластеров // Дайджест-финансы. 2013. №7. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-innovatsionnyh-promyshlennyh-klasterov> (Дата обращения: 01.11.2019).

4. Международная организация труда. Общее руководство по развитию производственно-производственно-сбытовых цепочек. // 2017.URL: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---europe/---ro-geneva/---sro-moscow/documents/publication/wcms_577447.pdf (Дата обращения: 02.11.2019)

5. Клепикова Н.И. Оценка эффективности создания отраслевого кластера // *Фундаментальные исследования*. –2013. – № 4 (часть 4). – стр. 934-939
6. Комитет Совета Федерации по делам севера и малочисленных народов. Методические рекомендации по реализации кластерной политики в Северных субъектах Российской Федерации. Март 2008 URL:<http://www.council.gov.ru/journalsf/cat3/journal14/2008/number238.html> (Дата обращения 02.11.2019)
7. Куценко Евгений Сергеевич Рациональная кластерная стратегия: маневрируя между провалами рынка и государства // *Форсайт*. 2017. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ratsionalnaya-klasternaya-strategiya-manevriruya-mezhdu-provalami-rynka-i-gosudarstva> (дата обращения: 02.11.2019).
8. Терлеева М.А. Синергетические эффекты в вопросах качества // *Литьё и металлургия*. 2016. №3 (84). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sinergeticheskie-effekty-v-voprosah-kachestva> (Дата обращения: 04.11.2019).
9. Ленкова Валерия Витальевна, Костина Ольга Владимировна Проблемы и перспективы развития лесопромышленного комплекса ХМАО-Югры // *УЭКС*. 2017. №4 (98). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-i-perspektivy-razvitiya-lesopromyshlennogo-kompleksa-hmao-yugry> (Дата обращения: 04.11.2019).

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ТАРГЕТИРОВАННОЙ РЕКЛАМЫ

Данная статья знакомит с исследованием в области маркетинга, а именно с таким способом продвижения, как таргетированная реклама. В исследовании определены ее цели, виды, преимущества, недостатки и принцип работы.

Ключевые слова: реклама, пользователь, таргет, целевая аудитория, клик, стоимость, продвижение.

This article introduces research in the field of marketing, namely with such a way of promotion as targeted advertising. The study identified its goals, types, advantages, disadvantages and principle of operation.

Keywords: advertising, user, target, target audience, click, cost, promotion.

*Хиль Карина Алексеевна
Омский государственный технический университет
E-mail: Karina.hil@mail.ru
Научный руководитель:
Карасев Игорь Евгеньевич,
доцент, кандидат филологических наук*

Таргетинговая реклама – инструмент, помогающий обратиться к целевой аудитории с помощью настроек показа рекламных заметок. Target в переводе с английского значит цель. Таким образом, таргетированная реклама – это направленное воздействие на целевую аудиторию. Другими словами, рекламодатель выбирает желаемых пользователей, которые с наивысшей вероятностью приобретут продукт или услугу.

Как и все каналы взаимодействия с пользователями, таргет преследует несколько целей: осведомление пользователей о бренде или продукте, продажа товара, привлечение внимания, обучение потребителей.

Эксперты СММ разделяют задачи таргета на несколько видов:

- сбор потенциальных покупателей, которые интересуются продуктом или услугой и готовы к действиям;
- быстрое донесение информации о продукте, бренде, акциях до целевой аудитории и побуждение пользователей перейти к источнику для более подробного ознакомления;
- совершение целевого действия на месте – покупка, заявка, подписка, регистрация и другое. Таргетированную рекламу делят по группам настроек.

На основе целей и особенностей организации таргетинг может подстраиваться по:

1. Социально-демографическим параметрам. Кампания настраивается по таким характеристикам, как половая принадлежность, возрастная категория, уровень дохода, образование, семейное положение и т. д. Как правило, эти параметры подбирают вначале работы, а после подбирают более узкоспециализированные метрики;

2. Географическому положению. Для этого показ объявлений настраивается по региону. Это может быть как страна, город, так и улица или определенная площадь в ограниченном радиусе. К примеру, социальная сеть ВКонтакте поддерживает минимальный радиус локального таргетинга 500 метров. В геолокации зачастую добавляют поведенческие параметры, которые основываются на предпочтениях пользователей в посещении некоторых заведений, мест;

3. Поведенческому таргету. Трансляция объявлений настраивается в соответствии с поведением пользователей в сети. К примеру, некоторые посетители часто совершают покупки онлайн или проявляют интерес к новым гаджетам компании Apple. Также под сегментацию попадают пользователи, которые ранее интересовались подобной продукцией, вводили целевые запросы в поиск;

4. Временному таргетингу. Это ещё один из вариантов попадания в свою целевую аудиторию – выбор времени суток, дней недели для транслирования рекламы. Например, днем показ объявлений отключается. Ближе к праздникам показываются мотивирующие к покупке заметки, тогда как в будние дни транслируются другие. По увлечениям. Инструмент действенно функционирует на подписчиков групп по определённому типу в социальных сетях, активной целевой аудитории, действия которой позволяют предположить потенциальную заинтересованность;

5. По базе данных рекламодателя. В данном варианте реклама показывается для аудитории из базы. Если же проводится работа по поиску потенциальных потребителей, то ситуация иная [1].

Настройки можно использовать группами для уменьшения или увеличения аудитории. Помимо этого, существует возможность улучшить кампанию, добавляя к основным настройкам дополнительные.

Таргетированная реклама направлена по действию, из этого следует, что ее результативность на порядок выше других форматов. Основные достоинства данного способа продвижения – обращение к потенциальной целевой аудитории с вероятностью персонализации предложений, наиболее четкое попадание в пользователя по сравнению с другими рекламными инструментами, возможность обращаться к разным форматам представления, не исключая нативные виды. Таргетированная реклама поможет решить определенные задачи на разных периодах функционирования кампании. Данное средство продвижения может подойти для повышения узнаваемости бренда и для улучшения продаж.

Среди недостатков следует отметить более высокую стоимость клика. Но это является относительным недостатком, потому как при правильном регулировании конверсия возрастает, и общие издержки на кампанию уменьшаются за счет сокращения нецелевых показов. Также потребность в тщательной настройке кампании, постоянного мониторинга результатов. Существуют автоматические сервисы, которые позволяют упростить формирование образа пользователя, подбора настроек таргетинга, подбора более выгодного формата объявления. Однако целиком автоматизировать кампанию трудно. Также из-за заданных параметров существует риск упустить потенциально заинтересованную долю пользователей.

Но следует сказать о том, что недостатки имеют условный характер, так как нивелируются при использовании правильной стратегии и реализации.

Профессионально сформированная таргетированная реклама подходит для:

- сбора лидов. Под лидами понимаются контактные данные целевой аудитории, которая самостоятельно их оставила (а это означает заинтересованность и высокую вероятность приобретения);
- привлечения аудитории в свои сообщества (группы, страницы, мероприятия – в зависимости от социальной сети, о которой идет речь);
- увеличения количества трафика на внешние ресурсы (сайты, блоги, интернет-магазины);
- получения больших охватов для публикаций;
- увеличения узнаваемости бренда, продукта, мероприятия;
- увеличения количества посещения офлайн-точек (магазинов, шоу-румов, кафе и т. п.) [2].

Популярными площадками для ведения кампаний являются: Facebook, Instagram, ВКонтакте, ресурсы Яндекса и Google. Сервис myTarget предоставляет возможность размещения на всех платформах группы Mail.ru, охват данного сервиса составляет 94 % аудитории русскоязычного Интернета. Данные площадки, постоянно увеличивающие свою аудиторию, с каждым днем все больше и больше наращивают популярность среди рекламодателей. С увеличением интереса к данному сектору рынка появляются закономерные вопросы об эффективности размещения рекламы на данных ресурсах.

Проанализировав расходы на рекламу в Инстаграме в 2017 году, AdEspresso выяснил, что стоимость клика примерно равнялась 0,80 \$.

Но стоит отметить, что цена рекламы определяется разнообразными факторами. К примеру, для различных возрастных групп стоимость клика будет различаться. Возрастные группы с наивысшей стоимостью клика – 18–24, 25–34 и 35–44 лет. Данная категория людей представляет максимальную ценность в Инстаграм-маркетинге. Также важно то, что стоимость продвижения более затратна для товаров или услуг, предназначенных для женщин.

В сравнении с ценой продвижения в Фейсбуке, реклама в Инстаграме обычно является более дорогой. Также, для примера, можно привести данные, что в то время, как стоимость клика в ленте новостей Facebook Mobile примерно равнялась 0,35 \$, средняя стоимость клика в Инстаграме была на уровне 0,70 \$. После проведения множества рекламных кампаний в Инстаграме можно утверждать, что стоимость клика варьируется в диапазоне 0,20–2 \$ [3].

В использовании таргетированной рекламы также существуют свои риски, которые следует учесть. Это преувеличенные или заниженные ставки. При преувеличенных ставках предполагаемая сумма на рекламу будет быстро израсходована, а количество конверсий не будет соответствовать издержкам. При заниженной ставке существует риск не получить желаемую аудиторию. К примеру, myTarget помогает выбрать наилучший для показа блок с учетом текущих ставок в аукционе. В случае нехватки бюджета сервис предоставит не самый лучший тип объявления, а тот, который соответствует цене. Также к рискам относятся некачественно составленные и оформленные объявления, изображения нечеткого характера или неинформативный текст, отсутствие тонких настроек, в этом случае охват увеличивается, но полученная аудитория является не совсем подходящей, и конверсии падают. Использование лишних ограничений также является нежелательным. К примеру, при специализации таргетинга на доход из аудитории выпадает та часть, о доходах которой у системы нет данных.

Из всего вышеперечисленного можно сделать вывод, что таргетированная реклама в наше время имеет большой потенциал и распространение. Как инструмент продвижения, она имеет ряд как преимуществ, так и недостатков. Но следует учесть, что недостатки легко устраняются при должной проработке и детализации групп настроек. Эффективность рекламы изначально зависит от уровня профессионализма таргетолога и от правильного представления портрета целевой аудитории у рекламодателя. В целом, данный вид рекламы является эффективным как в России, так и за рубежом.

Список источников

1. Таргетированная реклама – что это, виды рекламы и настройка таргетинга [Электронный ресурс]. URL:<https://www.ashmanov.com/education/articles/targetirovannaya-reklama/> (дата обращения 07.10.2019 г.).
2. Щербаков, С. Таргетированная реклама. Точно в яблочко [Электронный ресурс]. URL:<https://iknigi.net/avtor-sergey-scherbakov/160392-targetirovannaya-reklama-tochno-v-yablochko-sergey-scherbakov/read/page-1.html> (дата обращения 09.10.2019 г.).
3. Стоимость таргетированной рекламы в Инстаграм [Электронный ресурс]. URL:<https://digistr.ru/stream/skolko-stoit-reklama-v-instagrame/> (дата обращения 10.10.2019 г.).

ИННОВАЦИОННЫЕ ПРИНЦИПЫ И СХЕМА ТРАНСПОРТНОГО И ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ

Сельские поселения и сельские территории (СТ) в целом испытывают большие проблемы в социальном и экономическом развитии. Население их сокращается, доходы его значительно уступают городскому уровню. Основной причиной этого является низкий уровень развития сельской экономики, малого сельского предпринимательства и его кооперации. В свою очередь, они невозможны ввиду отсутствия надёжных и круглогодичных сельских дорог и малой местной авиации, транспортной недоступности значительных территорий. Решить эту проблему можно только на основе инновационных технологий сельского строительства поселений, их размещения, а также эффективных и малозатратных технологий строительства грунтовых сельских дорог и малой грунтовой местной авиации. При этом производственная деятельность на сельских территориях должна осуществляться вездеходным транспортом и на бездорожной основе.

Ключевые слова: кризис сельских территорий, малый сельский бизнес, грунтовые дороги, грунтовые аэродромы, сельские городки, кооперативы.

Rural settlements and rural territories (ST) as a whole are experiencing great problems in social and economic development. Their population is declining, its income is significantly inferior to their urban level. The main reason for this is the low level of development of the rural economy, small rural entrepreneurship and its cooperation. In turn, they are not possible due to the lack of reliable and year-round rural roads and small local aviation, transport inaccessibility of large areas. It is possible to solve this problem only on the basis of innovative technologies of rural construction of settlements, their placement, and also effective and low-cost technologies of construction of soil rural roads and small soil local aviation. At the same time, production activities in rural areas should be carried out by all-terrain transport and on a roadless basis.

Keywords: rural crisis, small rural business, dirt roads, dirt airfields, rural towns, cooperatives.

*Христофоров Максим Александрович
Уральский государственный горный университет
E-mail: Khristoforov2000bk.ru@yandex.ru
Научный руководитель:
Карпов Виктор Константинович,
кандидат технических наук, доцент*

В настоящее время множество сельских поселений (до 1/3 общего их числа) и в целом сельских территорий находятся в стадии «опустынивания» и полного исчезновения, т. е. люди систематически покидают их. Особенно это характерно для молодого и экономически активного населения. Они уезжают в города и другие места с целью обретения трудно получаемых или недоступных, здесь на селе, жизненных благ, которые нужны им для комфортного существования на основе высоких семейных доходов.

Основная проблема здесь состоит в отсутствии дорог требуемого качества и в целом эффективного транспортного обслуживания сельских территорий и их поселений. Сложность заключается в том, что на СТ можно создать ограниченную по объёму валового продукта сельскую экономику, включая АПК, лесное хозяйство, которая смогла бы обеспечить высокими доходами и соответствующим уровнем жизни небольшое по численности экономически активное сельское население. Отсюда большие по площади СТ, а это до 400 млн га – сельхозугодий, 150 млн га – тундры и более 800 млн га – лесов должны быть эффективно заселены экономически ограниченным по численности населением. Здесь расположены огромные территории, большие расстояния между поселениями и минимум населения с относительно небольшой экономикой. При этом традиционные дороги с твердым покрытием не являются и не могут быть основным способом освоения СТ из-за дороговизны их строительства и содержания.

Для устойчивого развития СТ необходимы инновационные принципы и новые механизмы их применения. Это относится к эффективному территориальному планированию размещения сельских поселений и сельских производств, развитию экономической транспортной и дорожной схемы, обслуживающей сельские территории и делающие их постоянно доступными как для жителей, так и государственных органов и власти. По-нашему мнению, они должны сегодня состоять в следующем.

Во-первых, на СТ, особенно на незаселённой их части, относительно равномерно должны быть размещены специально проектируемые сельские городки с населением в них от 3 до 5 тыс. человек. Они должны стать центрами социально-экономической жизни прилегающей к ним сельской территории площадью до 250 тыс. га (или 50 x 50 км) со средним расстоянием между ними до 50–60 км. Источником и содержанием их сельской экономики служат расположенные на ней природные ресурсы в виде земли, лесов, водоёмов, полезных ископаемых, рекреационных возможностей и т. п. и их эффективная переработка до готовых товаров или услуг. На прилегающей к городкам территории располагаются только производственные (нежилые) фермы, малые предприятия, туристические, охотничьи и рыболовные базы и т. п. в количестве до 200–300 единиц. Они составляют сельскую экономику этих территорий и в основном представляют собой малый сельский бизнес. С целью обеспечения его эффективности и выживаемости он должен быть объединён в производственные специализированные кооперативы и их территориальные союзы. В таких небольших сельских городках должны быть сосредоточены все жилые дома и усадьбы сельских жителей, социальная и общественная сфера, органы муниципального управления. В них также размещаются перерабатывающие и другие предприятия сельских кооперативов и обслуживающей население сферы услуг.

На рис. дана схема размещения таких сельских городков на сельской территории и транспортной их связи между собой, с региональным и другими центрами, а также с прилегающей к ним сельской территории.

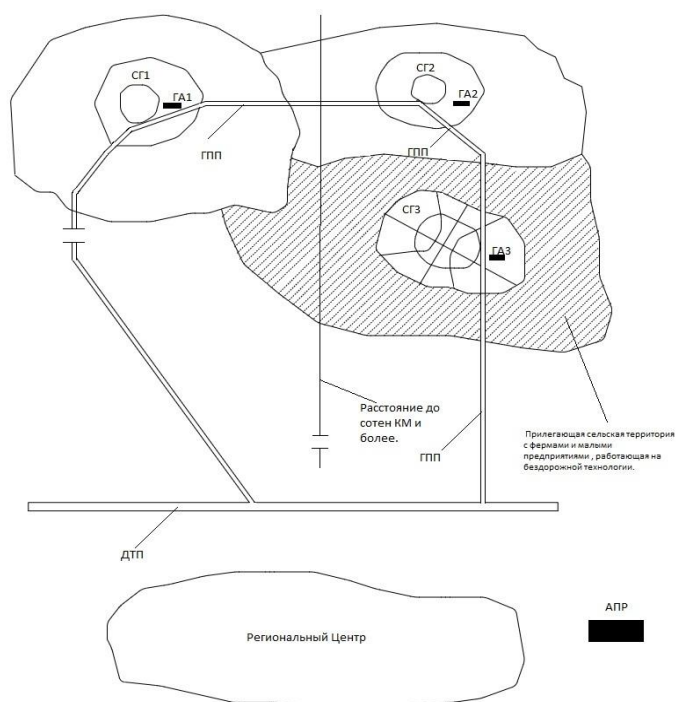


Рис. - Схема планирования территориального освоения сельской территории.
 ДТП - дорога с твердым покрытием.
 ГПП - дорога с гравийно - песчаным покрытием.
 АПР - аэропорт региональный.
 ГА - аэродром грунтовый для малой местной авиации.
 СГ - сельский городок с пригородной зоной.

Рисунок – Схема размещения

В качестве одного из вариантов экономически выгодного развития сельских городков является использование для их формирования (и проектирования) уже существующих сельских поселений и даже небольших городов, где уже есть стандартная социальная инфраструктура в виде полноценной школы, детских учреждений различного профиля, начального медицинского обслуживания, торговли, культуры, сервиса и т. п.

Во-вторых, основой экономической деятельности СТ являются малые предприятия сельской экономики, семейное предпринимательство и их специализированные и территориальные кооперативы и союзы, нацеленные в основном на самостоятельный экспорт своей продукции. В сельском городке может быть до 200–300 малых семейных хозяйств. Отсюда, СТ должны быть заселены в качестве экономически активного населения в основном сельскими предпринимателями и их семьями с высоким уровнем доходов, что является главным условием их постоянного проживания здесь и заботы о их процветании и развитии.

В-третьих, для заселения СТ в целом площадь, например, до 500–600 млн га потребуется около 2–2,5 тысяч таких сельских городков, которые достаточно равномерно и плотно позволят их заселить, экономически эффективно использовать и обеспечивать высокие доходы сельского населения. Общая его численность составит при этом до 10–12 млн человек экономически активного населения и членов их семей. Там же могут жить ещё пенсионеры, дачники и другие категории граждан, не участвующие в товарной сельской экономике.

В «Майском указе» Президента Российской Федерации «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» говорится, что особое внимание нужно обратить на сферу развития автомобильных дорог и в целом на её пространственное освоение [1]. Например, создание экономически выгодных транспортных связей между регионами, а также непосредственно внутри их и на их сельских территориях.

Выполнению «Майского указа», а также формированию способа решения ключевой их проблемы, а именно: отсутствие транспортного обслуживания, которое было бы экономически выгодно, благоприятно для окружающей среды и удобно населению, могут послужить следующие идеи.

Во-первых, в основу транспортного наземного сообщения между сельскими городками должна быть положена технология строительства гравийно-грунтовых дорог и грунтовых площадок на дренажно-укрепленном основании, разработанная в нашем центре развития сельских территорий при кафедре стратегического и производственного менеджмента УГГУ и защищенная патентами [2]. Строительство дорог по ней ведётся на основе использования местных материалов в виде различных грунтов с отсыпкой верхнего её слоя гравийно-песчаной смесью. Под дорожное полотно дополнительно может укладываться укрепляющее основание из лесосечных отходов, мелкой лесной поросли, вершинника и т. п. Их можно получить при прорубке трассы под дорогу или из близко расположенных лесов и лесонасаждений. Оно также хорошо отводит влагу осадков и препятствует образованию луж. Дороги данного типа широко использовались ещё в советское время на вывозке леса и показали себя с наилучшей стороны в условиях круглогодичной эксплуатации. Они успешно выдерживают повышенную нагрузку от лесовозного транспорта, т. е. до 10–12 т и более на ось, а также обеспечивают высокую скорость движения транспорта – до 100 км/час. Строительство и содержание их отличается высокой экономичностью. В зимний период эти дороги подлежат обычной расчистке от снега и подсыпке шлаком. Для движения вне дорог на СТ, например, внедорожная техника производит уплотнение снега при езде, и это сохраняет почву от повреждений.

В настоящее время грунтовые дороги нашли широкое применение в Башкортостане на селе и в сельских районах [3]. Так стоимость их строительства там составляет от 0,5 млн руб./км до 5 млн руб./км, что на порядок и более дешевле строительства традиционных дорог с твёрдым покрытием. При этом удорожание их строительства целиком связано с отсутствием вблизи песчано-гравийных карьеров и большим расстоянием перевозок песка и гравия. Они также многократно дешевле в содержании и ремонте и полностью основаны на использовании местных строительных материалов и других ресурсов, включая трудовые и технические. Дороги с гравийно-грунтовым покрытием требуются для транспортной связи сельских городков между со-

бой, для их городской и пригородной дорожной сети и отдельных дорог до сельских предприятий на прилегающей территории: турбаз, крупных хозяйственных объектов и т. п. (рис. 1).

Расчёты показывают, что для строительства таких дорог для транспортного обеспечения, например, 1000 сельских городков и их прилегающих территорий потребуется около:

$100 \text{ км} \times 1000 = 100\,000 \text{ км}$ со стоимостью их до (1–2) млн руб./км $\times 100\,000 \text{ км} = (100–200)$ млрд руб.

Данная сумма является вполне доступной для государства и соответствует его планируемым финансовым ресурсам, например, в рамках «Комплексной программы развития сельских территорий с 2020 по 2025 г», реализация которой начнётся с 01.01.2020 г [4]. Альтернативное развитие сельской дорожной сети на основе дорог с твёрдым покрытием и стоимостью их строительства в среднем свыше 50 млн руб./км оценивается общей суммой стоимости их 100 тыс. км уже в 5 трлн руб. Она, безусловно, является уже не реальной и недоступной для бюджета государства и регионов. С учётом же реальной потребности в сельских дорогах по оценке Минтранса РФ в настоящее время в 500 тыс. км их смета строительства достигает вообще астрономической суммы в 25 трлн руб.

Во-вторых, транспортная связь с расположенными на прилегающей территории малыми сельскими предприятиями должна осуществляться вездеходным транспортом без специального дорожного строительства. Более того, движение на прилегающей СТ должно производиться вообще без разрушения растительного слоя почвы и образования дорожной колеи или полностью без дорог. Это вполне возможно при использовании современных конструкций и моделей такого транспорта. Т. е. перевозки на СТ должны осуществляться не по грязным и разбитым сельским дорогам, а при их полном отсутствии, особенно в таком их качестве. Так, современный внедорожник «Лесник» и другие модели на шинах со сверхнизким давлением движется по травяному покрытию, практически не нарушая его. Эта модель вездехода отличается от своих конкурентов практичностью и приемлемой ценой примерно в 1 450 000 руб. [5].

Отсюда, отсутствие сельских дорог на СТ – это показатель их самой высокой экологичности и высокой эффективности использования специальной внедорожной техники. Кроме того, в зимних условиях, которые у нас составляют во многих регионах до полугодия, как таковых дорог для подобной внедорожной техники вообще не требуется.

В-третьих, основой современного и комфортного транспортного обслуживания СТ должна стать малая местная авиация (ММА), грунтовые аэродромы которой должны быть в каждом сельском городке. Она обеспечивает доступную и высокоскоростную связь сельских городков между собой и региональными центрами. Это сразу обеспечит качественным и самым скоростным пассажирским сообщением все СТ независимо от их местонахождения и расстояния до них, а также эффективный доступ практически в любую точку страны. При этом должен быть реализован принцип: «Из любой точки страны в любую её другую точку – в течение одних суток!». Грунтовые аэродромы ММА также могут строиться на основе их гравийно-песчаного покрытия.

Выводы. Мы показали, что создание современной транспортной инфраструктуры, обеспечение заселённости СТ и их доступности состоит в достижении высоких доходов и уровня жизни сельского населения и снижении транспортной составляющей (расходов) в цене национальной продукции с этих территорий до мирового их значения, делающая её конкурентоспособной на мировом рынке. Экономика СТ России многоотраслевая и может дать большой совокупный их валовой продукт, способный обеспечить самый высокий в мире уровень доходов их экономически активного населения.

Список источников

1. Указ Президента Российской Федерации № 204 от 7 мая 2018 года «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» [Электронный ресурс]. – URL: <http://майскийуказ.рф/npravleniay/avtomobilnye-dorogi/> (дата обращения: 04.11.2019).
2. Патент РФ № 61297, 27.02.2007.

3. Доклад председателя Государственного комитета Республики Башкортосна по транспорту и дорожному хозяйству о ситуации с качеством дорожных работ и применению новых технологий и материалов на автомобильных дорогах общего пользования регионального и межмуниципального значения Республики Башкортостан. [Электронный ресурс]. – URL: <https://transport.bashkortostan.ru/presscenter/lectures/93/> (дата обращения: 04.11.2019).

4. Утверждение государственной программы «Комплексное развитие сельских территорий с 2020 по 2025г, реализация которой начнётся с 01.01.2020 г» [Электронный ресурс]. – URL: <http://government.ru/docs/36905/> (дата обращения: 04.11.2019).

5. Снегоболотоход «Лесник-М» с бензиновым-инжекторным двигателем [Электронный ресурс]. – URL: <http://lesnikovlogda.ru/index.php/shiny-nizkogo-davleniya/245-vezdekhod-lesnik-m> (дата обращения: 04.11.2019).

**СУЩНОСТЬ ПОНЯТИЯ «ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ» И ЕГО РОЛЬ
В ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ
(НА ПРИМЕРЕ СФЕРЫ ДОШКОЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ)**

В статье рассматривается сущность понятия «человеческий капитал» во взаимосвязи с его влиянием на экономику страны. Особое внимание уделено дошкольному образованию как первой форме человеческого капитала и необходимости перемен в данной сфере.

Ключевые слова: человеческий капитал, дошкольное образование, социальное предпринимательство.

The article deals with the essence of the concept of «human capital» in relation to its impact on the economy of country. Special attention is paid to preschool education as the first form of human capital and the need for change in this area.

Keyword: human capital, preschool education, social entrepreneurship.

*Чиркова Елена Владимировна
ФГБОУ ВО «Вятский государственный университет»
E-mail: elen43@mail.ru
Научный руководитель:
Фокина Ольга Васильевна,
кандидат экономических наук, доцент*

В современных реалиях все чаще используется понятие «человеческий капитал», хотя первая попытка создания такой теории произошла более полувека назад. Сам термин уже подразумевает под собой совокупность знаний, умений и навыков, необходимых для удовлетворения потребностей человека и общества. Однако взгляды на его применение к сфере экономики прошли длинный путь становления и к настоящему времени претерпели изменения.

В научной литературе существуют различные подходы к термину «человеческий капитал». В таблице представлены основные аспекты.

Таблица – Ключевые подходы к пониманию термина «человеческий капитал»

Автор	Наименование работы, год	Сущность подхода
Джейкоб Минсер [8]	«Инвестиции в человеческий капитал и персональное распределение дохода» (1958)	Первая попытка создания теории человеческого капитала, где распределение доходов среди индивидуумов объяснено полученным ими профессиональным образованием.
Теодор Шульц [9]	«Формирование капитала образования» (1960)	Изучение человеческого капитала как производительного фактора, главного двигателя и фундамента экономики. Например, в сфере образования «производится капитал» с длительным использованием во времени. Затраты на образование – это инвестиции.
Гэри Беккер [7]	«Инвестиции в человеческий капитал: теоретический анализ» (1962) «Человеческий капитал: теоретический и эмпирический анализ» (1964)	Оценка экономической отдачи от образования, статистический подсчет экономической эффективности образования.

Таким образом, если первоначально под «человеческим капиталом» понималась совокупность инвестиций в человека за счет образования, умений и профессиональных навыков, то в дальнейшем понятие стало намного шире, было выявлено влияние человеческого капитала на экономическое развитие страны.

На рисунке представлены прямые и обратные взаимосвязи накопления человеческого капитала, роста производительности труда, доходов населения и экономического развития [1, с. 234].



Рисунок – Прямые и обратные взаимосвязи накопления человеческого капитала, роста производительности труда, доходов населения и экономического развития

Очевидно, что трансляция знаний и опыта новым поколениям влияет на накопление человеческого капитала (восходящая ветвь на рисунке). Другая связь, следующая из представленной схемы, заключается в воздействии накопленного человеческого капитала на доходы населения и государства (нисходящая ветвь). Образование – это не единственный фактор, влияющий на заработки и уровень доходов (существует еще мотивация к труду, состояние здоровья, природные задатки, социальные условия), но во многом определяющий и влияющий на пополнение средств бюджета.

Накопление человеческого капитала происходит еще с самого первого уровня образовательного процесса – дошкольного образования (первая форма человеческого капитала), поэтому внимание к состоянию данной сферы должно быть повышенным [6, с. 180].

По результатам проведенных нами исследований в настоящее время современное состояние дошкольного образования в России объективно связано с необходимостью разработки различных мероприятий, направленных на модернизацию данной сферы, что обусловлено возникновением предпосылок к переменам [4].

К данным предпосылкам относятся:

1. Принятие федерального государственного образовательного стандарта дошкольного образования в 2013 году [3];
2. Включение дошкольного образования в систему образования России в качестве первого уровня образовательного процесса [5];

3. Социально-экономические, политические, технологические и психологические перемены в обществе в целом, «курс на инновации и инновационное развитие»;
4. Осознание того, что дошкольные образовательные учреждения существуют в условиях рыночной экономики и в связи с этим подвержены влиянию внутренних и внешних факторов данного типа экономической системы;
5. Компьютеризация и информатизация сферы дошкольного образования, в том числе педагогического процесса;
6. Развитие инновационных технологий, создающих дополнительные возможности для образования и воспитания детей дошкольного возраста и другие.

С целью выявления ключевых проблем в деятельности дошкольных образовательных учреждений и приоритетных направлений модернизации управления дошкольным образованием на российском рынке услуг в настоящее время предлагается развивать социальное предпринимательство.

Например, Фонд президентских грантов рассматривает проекты по поддержке семьи, материнства, отцовства и детства; поддержке проектов в области науки, образования и просвещения; по развитию институтов гражданского общества и т. д. [2]. Повсеместно распространяются конкурсы социальных стартапов с целью поддержки социальных предпринимателей бизнес-сообществом.

Таким образом, общество признает важность и необходимость перемен в сфере дошкольного образования с целью формирования инновационной социальной среды, накопления человеческого капитала, а значит, и будущего экономического развития.

Список источников

1. Корицкий, А.В. Влияние человеческого капитала на экономический рост : учеб. пособие / А.В. Корицкий; Новосиб. гос. архитектур.-строит. ун-т (Сибстрин). – Новосибирск: НГАСУ (Сибстрин), 2013. – 244 с.
2. Официальный сайт Фонд президентских грантов. – URL: <https://президентскиегранты.рф> (дата обращения 15.10.2019).
3. Приказ Министерства образования и науки РФ от 17 октября 2013 г. № 1155 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта дошкольного образования». – URL: <https://fgos.ru> (дата обращения 15.10.2019).
4. Ситников Н.П., Чиркова Е.В. Управление социальной сферой на региональном уровне (на примере рынка дошкольных образовательных услуг Кировской области): монография. Киров: ФГБОУ ВО Вятская ГСХА, 2017. – 137 с.
5. Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ (ред. от 01.10.2019) «Об образовании в Российской Федерации». – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140174/ (дата обращения 15.10.2019).
6. Фокина О.В., Чиркова Е.В. Разработка трехфазной методологии оценки управления дошкольным образованием в интересах инновационного развития первого уровня образовательного процесса // Вестник РУДН. Серия: Экономика. – 2019. – Т.27. – №1. – С. 180-189.
7. Becker G.S. Investment in Human Capital: A Theoretical Analysis // Journal of Political Economy. – 1962. – Vol.70. – No.5, Part 2. – pp. 9-49.
8. Mincer J. Investment in Human Capital and Personal Income Distribution // Journal of Political Economy. – 1958. – Vol. 66. – No. 4. – pp. 281-302.
9. Schultz T.P. Capital Formation by Education // Journal of Political Economy. – 1960. – Vol.68. – No. 6. – pp. 571-583.

Научное издание

ВЗГЛЯД МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ НА СОВРЕМЕННОСТЬ

Сборник материалов научных работ
(Ханты-Мансийск, 10 ноября 2019)

Оригинал-макет подготовлен сектором редакционно-издательской работы
Научной библиотеки
Югорского государственного университета
Формат 60x84 1/8. Гарнитура Times New Roman.