

Министерство образования и науки РФ
Смоленский государственный университет

ТВОРЧЕСКОЕ НАСЛЕДИЕ
А.С. ПОСНИКОВА И СОВРЕМЕННОСТЬ
В РАМКАХ ПРОГРАММЫ
«ВОЗВРАЩЁННЫЕ ИМЕНА»

X Посниковские чтения

Материалы международной научно-практической конференции
(3 декабря 2016 года)

Смоленск
Издательство СмолГУ
2016

УДК 330(063)
ББК 65.02(2)
Т 285

Печатается по решению редакционно-издательского совета СмолГУ

Редакционная коллегия:

Т.В. Боровикова,
доктор педагогических наук, профессор (отв. редактор);
Е.А. Сергеев,
доктор педагогических наук, профессор;
Н.Н. Розанова,
кандидат педагогических наук, доцент;
В.А. Филинов,
кандидат экономических наук, доцент;
А.С. Кузавко,
кандидат экономических наук, доцент;
Е.В. Васильева,
ассистент

Т 285 Творческое наследие А.С. Посникова и современность в рамках программы «Возвращенные имена»: X Посниковские чтения: материалы международной научно-практической конференции (3 декабря 2016 года). – Смоленск: Изд-во СмолГУ, 2016. – 372 с.

ISBN 978-5-88018-493-4, продолжающееся издание

В сборнике представлены материалы X юбилейной международной научно-практической конференции «Творческое наследие А.С. Посникова и современность в рамках программы "Возвращённые имена"». Рассматриваются жизнь и деятельность, труды А.С. Посникова и их влияние на развитие отечественной науки, а также актуальные проблемы современной экономики и управления человеческими ресурсами, инновационными процессами в социально-экономической сфере. Опубликовано исследования ученых-экономистов, преподавателей, аспирантов, молодых ученых из Смоленска, Москвы и ряда других городов России, а также ближнего зарубежья (Республика Беларусь).

Данный сборник включен в перечень изданий, индексируемых в базе данных Российского индекса научного цитирования (РИНЦ).

УДК 330(063)
ББК 65.02(2)

Сборник издан при финансовой поддержке РГНФ и Администрации Смоленской области. Проект № 16-12-67501, тип – г(р).

ISBN 978-5-88018-493-4,
продолжающееся издание

© Авторы, 2016
© Издательство СмолГУ, 2016

Содержание

Предисловие.....	7
Раздел 1. Актуальные проблемы современной экономики	
Батоврина Е.В. (Москва)	
Культура личностного роста как инструмент управления талантами в современной организации.....	8
Белокопытов А.В. (Смоленск)	
Продовольственная безопасность – основа экономической безопасности России.....	13
Боровикова Т.В. (Смоленск)	
Отечественная экономическая мысль в контексте мировой экономической науки.....	18
Головина М.М., Литвищенко К.С. (Смоленск)	
Проблемы социальной защиты жителей города Смоленска.....	27
Дерен В.И. (Смоленск)	
Продовольственная безопасность как экономическая категория..	35
Екименкова Е.Н., Чудакова С.А. (Смоленск)	
Современное состояние экономической безопасности Смоленской области.....	42
Жильцова О.Н. (Москва)	
Маркетинг территорий и логистика в развитии малых городов Крыма..	49
Жутаева Н.А. (Мытищи, Московская область)	
Развитие аутсорсинга как способа оптимизации затрат в России.....	53
Зиновьев Ф.В. (Симферополь)	
Диагностика организационной культуры предприятия.....	56
Крамлик О.Ю., Ковалева С.В. (Мытищи, Московская область)	
К вопросу о необходимости инвестирования в человеческий капитал..	60
Катровский А.П. (Смоленск), Ридевский Г.В., Шадраков А.В. (Могилев)	
Российско-белорусское приграничье: современные проблемы и пути развития.....	63
Кузавко А.С. (Смоленск)	
Оценка экономической безопасности рынка продуктов питания в Смоленской области с использованием модели AD-AS.....	71
Мальцева Г.В. (Смоленск)	
Тенденции рынка ипотечного кредитования России.....	76
Муравьева Т.В. (Смоленск)	
Об особенностях развития стратегического мышления.....	80
Никитенкова О.В. (Смоленск)	
Управление трудом: путь из прошлого в будущее.....	86
Ноздрева И.Е. (Смоленск)	
Рейтинговая оценка кредитоспособности заемщика как способ снижения кредитного риска.....	91

Потоцкая Т.И. (Смоленск)	
Корпоративная география как научная парадигма отраслевого анализа.....	97
Степанова С.А. (Смоленск)	
Проблемы формирования благоприятной финансовой среды для организаций малого бизнеса и пути их решения.....	104
Филюнов В.А. (Смоленск)	
Особенности управления территорией опережающего развития.....	111
Фоменков А.И. (Смоленск)	
Организационная культура как основа системы управления конфликтами в организации.....	115
Яковлева Е.Л., Григорьева Н.С., Григорьева О.В. (Казань)	
Зазеркальные эффекты в экономике.....	125
Раздел 2. Региональная экономика и образование	
Афанасьева В.И., Гавронова Ю.Д. (Смоленск),	
Нешенко А.В. (Ростов-на-Дону)	
Кросс-культурные особенности ведения деловых переговоров между русскими и немцами.....	132
Беляева Е.А. (Смоленск)	
Изменение порядка формирования органов местного самоуп- равления в муниципальных образованиях Смоленской области.....	135
Бонюшко Н.А., Семченко А.А. (Санкт-Петербург)	
К вопросу о развитии современной научно-исследовательской инновационной организации.....	139
Борисова В.Л. (Смоленск)	
Экономическая целесообразность развития птицеводства и значение мяса птицы в питании человека.....	147
Крамлик О.Ю. (Мытищи, Московская область)	
Современные тенденции обеспечения продовольственной безопасности на региональном уровне.....	151
Кремень С.А. (Смоленск)	
Комплексное сопровождение личности в условиях образова- тельной среды учебного заведения.....	155
Новикова В.И. (Смоленск)	
Роль оценки бизнеса в управлении организацией	161
Овсянникова М.А. (Смоленск)	
Бюджетная безопасность Смоленского региона: что «говорит» бюджет.....	166
Петрова О.П., Петушкова Г.А. (Смоленск)	
Оценка конкурентоспособности продукции предприятий малого и среднего предпринимательства.....	172
Петух Т.В., Черненко И.Ю. (Смоленск)	
Роль интеграционных процессов в экономике Смоленского региона..	182
Поздняк С.Н., Липухин Д.Н. (Екатеринбург)	
Инновационные подходы в системе высшего педагогического образования как условие повышения его качества.....	188

Поздняк С.Н., Столяров В.И. (Екатеринбург)	
Экономика образования в системе инновационного развития профессиональной подготовки педагога.....	201
Пушкарева Л.В. (Смоленск)	
Формирование межкультурной коммуникативной компетенции студентов инновационными средствами.....	211
Репеева Л.И. (Смоленск)	
Состояние российского рынка бытовых газовых плит.....	217
Розанова Н.Н. (Смоленск)	
Рейтинг эффективности губернатора Смоленской области в контексте оценки его репутации.....	223
Сазонова Е.А., Сидоренкова И.В., Очеретнюк В.В. (Смоленск)	
Перспективы развития сервиса автообслуживания в Смоленском регионе.....	231
Сидоренкова И.В., Сазонова Е.А. (Смоленск)	
Роль педагога в повышении эффективности образовательного процесса в условиях формирования современной инновационной среды.....	237
Сергеев Е.А. (Смоленск)	
Развитие региональных многофункциональных центров по предоставлению государственных и муниципальных услуг как фактор повышения эффективности управления.....	242
Сильченкова С.В. (Смоленск)	
Информационная культура образовательных менеджеров школ Смоленской области: различия по стажу работы.....	248
Скобелева А.С. (Смоленск)	
Современные направления развития инновационной концепции маркетинга в сфере мебельного производства (на примере ООО «Смолдревиндустрия»).....	252
Старцева Н.В. (Смоленск)	
Международный маркетинг в организации международного туризма..	258
Тарасова Е.В. (Смоленск)	
Проблемы государственного и муниципального управления: современный аспект.....	263
Туберозова М.В., Федоров А.М. (Смоленск)	
Мониторинговая программа как правовая основа оценки эффективности инновационных образовательных проектов.....	270
Шакиров И.М. (Смоленск)	
Роль лидерства в управлении организацией.....	275
Шевцова Т.П. (Смоленск)	
Проблемы рынка микрофинансирования Смоленской области.....	279
Шеломенцева М.В. (Смоленск)	
Дифференциация регионов российско-белорусского приграничья в контексте экономической безопасности.....	283
Яроцкая Е.В. (Смоленск)	
Управленческий учет как инструмент управления организацией....	289

Раздел 3. Инновационные процессы в социально-экономической среде: аспиранты и магистранты в научном поиске	
<i>Богославцева А.И. (Смоленск)</i>	
Использование маркетинга образовательных услуг.....	295
<i>Белодедов Л.И. (Смоленск)</i>	
Проектные организации в Смоленской области: проблемы и перспективы развития.....	300
<i>Боровикова Т.В., Ушкова Т.С. (Смоленск)</i>	
Стратегическое планирование социально-экономического развития муниципального образования (на примере Администрации муниципального образования «Угранский район» Смоленской области).....	303
<i>Брусенцов И.С. (Смоленск)</i>	
Развитие электронной образовательной среды.....	308
<i>Васильева Е.В. (Смоленск)</i>	
Процесс формирования исследовательской компетентности педагога как условие его профессионального развития.....	314
<i>Жильцов Д.А. (Москва)</i>	
Использование матрицы Артура Д. Литла в стратегическом маркетинге.....	320
<i>Котельников А.В. (Смоленск)</i>	
Преподаватель как коммуникативный лидер образовательного процесса.....	325
<i>Кошевенко С.В. (Смоленск)</i>	
Разработка модели системы повышения квалификации образовательных менеджеров школ.....	330
<i>Лебедева К.Н. (Москва)</i>	
Тренинги в системе подготовки государственных служащих.....	336
<i>Никитенкова О.В., Базанова Ю.В. (Смоленск)</i>	
Влияние технологических трендов на маркетинговую деятельность банков.....	342
<i>Плотникова Г.Ф., Панова Е.А. (Москва)</i>	
Модель факторов эффективности кадрового резерва государственной службы.....	346
<i>Тимакова А.Ю., Сидоренков А.С. (Смоленск)</i>	
Образовательные аспекты молодежных форумов.....	353
<i>Туфанова Е.В. (Смоленск)</i>	
Роль импортозамещения в здравоохранении Российской Федерации..	357
<i>Шабельник В.В. (Смоленск)</i>	
Корпоративная культура как элемент образовательной среды вуза...	362
Сведения об авторах.....	367

ПРЕДИСЛОВИЕ

Международная научно-практическая конференция «Творческое наследие А.С. Посникова и современность в рамках программы "Возвращённые имена"» посвящена 170-й годовщине со дня рождения известного экономиста, уроженца Смоленской губернии Александра Сергеевича Посникова (1846–1921). А.С. Посников – автор фундаментальных трудов по вопросам общинного землевладения, отечественного сельского хозяйства и промышленного развития России – оказал значительное влияние на становление отечественной экономической науки, он был действительным членом Вольного экономического общества, соратником известных русских экономистов А.И. Чупрова, Ю. Янсона.

Конференция, посвященная памяти А.С. Посникова, проводится в рамках программы «Возвращенные имена» на его родине в десятый раз. Мы продолжаем традицию, которую заложили в декабре 2007 года. В канун дня рождения А.С. Посникова собираются ученые, представители общественности, аспиранты, студенты и обсуждают актуальные проблемы современной экономической науки.

Оргкомитет конференции

руководителей школ Смоленской области общих профессиональных компетенций, благодаря которым опытные и молодые менеджеры могут соревноваться в эффективности управления образовательным учреждением. Но наличие нескольких руководителей разного уровня, различных по стажу и возрасту и дополняющих друг друга, повысит данную эффективность.

Список литературы

1. Кошевенко С.В. Структурно-содержательные и уровневые характеристики информационной культуры образовательного менеджера. Высшее образование сегодня, 2015. №7. С. 61–64.

2. Дресвянников В.А. Андрагогика: принципы практического обучения для взрослых. URL: <http://www.elitarium.ru/obuchenie-princip-znaniya-opyt-celi-potrebnosti-razvitie-andragogika-sposobnosti/> (дата обращения: 03.09.2016).

УДК 339.13

СОВРЕМЕННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ КОНЦЕПЦИИ МАРКЕТИНГА В СФЕРЕ МЕБЕЛЬНОГО ПРОИЗВОДСТВА (НА ПРИМЕРЕ ООО «СМОЛДРЕВИНДУСТРИЯ»)

MODERN TRENDS OF DEVELOPMENT OF INNOVATIVE MARKETING CONCEPTS IN THE FIELD OF FURNITURE (FOR EXAMPLE "SMOLDREVINDUSTRIYA" LLC)

А.С. Скобелева
(Смоленск)
A.S. Skobeleva
(Smolensk)

Аннотация. В статье рассматривается инновационная концепция маркетинга, способствующая улучшению имиджа предприятия, повышению конкурентоспособности, а также продвижению качества обслуживания, безопасности производимой продукции и оказываемых услуг. Рассмотрены тенденции и закономерности развития рынка мебельной продукции в условиях резкого падения национальной валюты, вынужденного импортозамещения, при этом инновационная концепция маркетинга имеет особое значение и способствует выходу из мирового кризиса.

Ключевые слова. Инновации, инновационный проект, инновационная деятельность, инновационный риск, классификация Питера Друкера, импорт, импортозамещение.

Abstract. *The article deals with an innovative marketing concept that helps to improve the image of the enterprise, competitiveness, as well as the promotion of quality of service, security products and services. The tendencies and laws of development of the market of furniture production in the conditions of a sharp drop in the national currency, a forced import substitution, and the innovative marketing concept has a special significance and contributes to the exit from the crisis of the world well.*

Key words. *Innovation, innovation project, innovation, innovative risk, the classification of Peter Drucker, import, import substitution.*

В современных условиях быстро растущий научно-технический прогресс дает предпосылки предприятиям для обновления и модернизации машин и оборудования. При этом динамично изменяющиеся условия внешней среды вынуждают мебельные предприятия рассматривать и принимать стратегические решения на долгосрочную перспективу. Следует отметить, что характеристики инновационных проектов часто отличаются непредсказуемостью эффективности конечного результата и данный факт определяет наличие инновационного риска. Масштабы рисков в инновационной деятельности предприятий промышленного производства таковы, что в среднем успеха достигают лишь 15–25% подобных начинаний.

Но при высоком риске возможна высокая норма прибыли от внедрения инновационных проектов: к примеру, в промышленно развитых странах за счет использования инноваций обеспечивается от 60 до 100% прироста промышленного производства.

Стоит отметить, что существующие подходы к организации и управлению инновационной деятельностью мебельных предприятий рассматривают лишь отдельные аспекты и направления, а комплексная концепция, которая позволила бы предложить системное управление в данной сфере, в настоящее время отсутствует. Таким образом, появляется необходимость систематического изучения, обобщения и переосмысления действующих форм и методов управления предприятиями исследуемой отрасли.

В глобальном понимании инновации могут быть продуктовыми, технологическими и организационно-управленческими. На сегодняшний день существуют классификации инноваций по следующим признакам:

- распространенность;
- место в производственном цикле;
- преемственность;
- охват рынка;
- степень новизны;
- инновационный потенциал.

Важное значение для инновационного предпринимательства имеет поиск новых идей. По классификации Питера Друкера существуют семь источников инновационных идей:

- неожиданное событие;
- неконкурентность;
- нововведение;
- внезапные изменения в структуре отрасли или рынка;
- демографические изменения;
- изменения в восприятии, настроениях и ценностных установках;
- новые знания [1, с. 48–49].

Инновации – это важнейшая основа для создания конкурентного преимущества предприятия на рынке. Оно во многом определяется степенью новизны инновации:

- абсолютная новизна. Аналогов данным новшествам не существует. Она очень редко фиксируется, но в то же время не является уникальной;
- относительная новизна. Она определяется относительно выбранного признака или группы признаков. Относительная новизна, соответственно, делится на частную (новыми могут быть отдельные элементы) или условную (новое сочетание уже известных элементов в действии).

По типу новизны для рынка инновации делятся:

- на новые для отрасли в мире;
- на новые для отрасли в стране;
- на новые для данного предприятия или группы предприятий [2, с. 78–79].

К функциям рыночной новизны можно отнести расширение круга потенциальных потребителей и их потребностей, которые изменяются в процессе жизнедеятельности.

По охвату планируемой и ожидаемой доли рынка инновации бывают:

- стратегическими;
- локальными;
- системными.

С точки зрения распространенности инновации делятся на единичные и диффузные.

Инновационные идеи могут иметь различное происхождение. Источниками таких идей выступают:

- видение изобретателя;
- сигналы рынка;
- логика развития отрасли;
- результаты научных исследований;
- действия конкурентов [3, с. 83].

Потенциальный успех инновации зависит от множества объективных и субъективных факторов. Основными объективными факторами, определяющими успех идеи инновационного продукта, являются:

- технологические возможности производства;
- высокотехнологичное производство глубокой переработки древесины с собственной сырьевой базой, оснащенное центрами с числовым программным управлением [4, с. 11].

Говоря об инновационном характере производства, следует отметить, что большинство российских мебельных предприятий не располагает достаточными и современными средствами для разработки продукта.

Инновация представляет собой материализованный результат, полученный от вложения капитала в новую технику или технологию, в новые формы организации производства труда, обслуживания, управления [5, с. 34].

Инновационную деятельность организации в основном осуществляют люди, персонал организации в ее внутреннем и внешнем проявлении.

Рассмотрим более подробно тенденции и закономерности развития рынка мебельной продукции в современных условиях.

По данным Росстата, в 2013 году в РФ было построено 786 тыс. квартир, что на 9,6% больше, чем в 2011 году. Средний размер квартир при этом составил 79,3 кв. м (общей площади). Из них около 201 тыс. квартир построено населением за счет собственных и заемных средств. В целом с 2011 по 2013 год количество новых построенных квартир в РФ выросло на 12% (рис. 1).

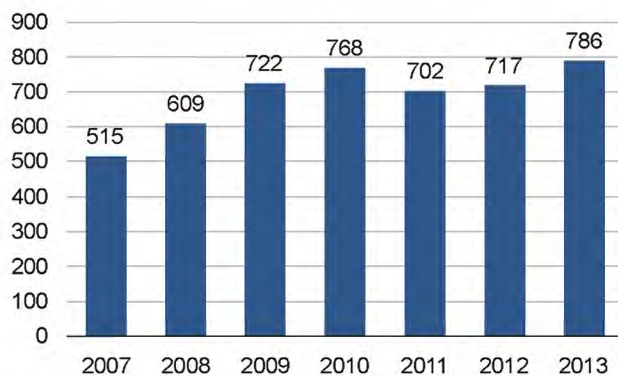


Рис. 1. Число построенных квартир в РФ (тыс.)

Объем ввода жилья в РФ в 2013 году составил 62,3 млн. кв. м, что на 6,7% превышает аналогичный показатель 2010 года. В целом с 2009 по 2011 год объем ввода жилья в РФ вырос на 4%.

За январь – май 2013 года в РФ было введено в эксплуатацию 15,6 млн. кв. м жилья (177,4 тыс. квартир), что на 3,7% выше аналогичного показателя 2012 года.

Объемы строительства предполагается ежегодно наращивать. Так, согласно федеральной целевой программе «Жилище», в 2015 году в РФ должны были построить 71 млн. кв. м жилья, в 2016 – 79 млн. кв. м, в 2017 – 90 млн. кв. м.

До мирового финансового кризиса РФ являлась одной из наиболее интенсивно развивающихся в мире: в 2009 году объем продаж с учетом теневое сектора оценивался в 283 млрд. рублей, а в 2010 году рынок достиг уже 362 млрд. рублей (рост 28%).

Несмотря на сокращение объемов рынка во время кризиса, в 2012 году российский рынок мебели вступил в стадию восстановления. Причем рост рынка наблюдается во всех функциональных сегментах (корпусная и мягкая мебель для жилых зон, кухни и т.п.).

Благоприятными факторами развития российского мебельного рынка на данный момент являются: продолжающийся рост объемов жилищного строительства (прирост около 240 млн. кв. м за период 2014–2016 годов); рост благосостояния населения (рост доходов населения около 5% ежегодно), а также развитие рынка ипотечного кредитования (рост количества выдаваемых ипотечных кредитов с 523 тыс. в 2012 до 868 тыс. в 2020 году).

Рассмотрим перспективы развития мебельного рынка на примере одного из основных его игроков, отечественного производителя – компании ООО «СмолДревИндустрия».

Согласно прогнозам, к 2017 году национальный рынок мебели может вырасти по сравнению с 2012 годом на 69,5% и составить более 5,6 млрд. долларов. При этом рынок корпусной мебели (ключевое направление ООО «СмолДревИндустрия») будет расти в среднем на 15% в год.

Самые высокие темпы роста рынка корпусной мебели характерны для сегмента мебели для кухни (дополнительное направление ООО «СмолДревИндустрия»): к 2017 году данный рынок может вырасти по сравнению с 2012 годом на 65,2% и составить около 737,4 млн. долларов.

Не менее стратегически важен и сегмент специализированной мебели (корпусная мебель – одно из ключевых направлений ООО «СмолДревИндустрия»). Он характеризуется высокими темпами роста: его доля в общем объеме рынка в период с 2007 по 2012 году выросла более чем в 1,5 раза – с 13 до 21,2%. В целом, это тенденция последних лет: темпы роста сегмента специализированной мебели в два раза выше, чем сегмента мебели для дома, что помимо прочего может быть обусловлено большими государственными заказами (олимпиада, универсиада).

Положительные темпы роста характерны и для таких сегментов, как рынок мягкой мебели (7–8% в 2012 году) и рынок межкомнатных дверей (5–7% в 2013 году).

Одна из ведущих тенденций развития мебельного рынка последних лет – сокращение доли российских производителей. Импорт мебели в Россию ежегодно увеличивался благодаря росту покупательской способности населения до кризиса (импорт-замещение в низком и среднем ценовых сегментах), при этом ключевая часть импорта приходится на поставки из Китая.

Рост рынка корпусной мебели в 2010 года был обеспечен преимущественно благодаря росту сегмента «Эконом». В этом сегменте сохраняются

высокие темпы роста. В то же время, согласно прогнозам, рынки корпусной мебели сегментов «Бизнес» и «Премиум» (ниши ООО «СмолДревИндустрия») будут расти в среднем на 3–4% в год.

Во время кризиса (из-за снижения платежеспособного спроса) импорт мебели в Россию снизился на 40%. При том, что в 2012 году объемы импорта в натуральном выражении еще не достигли докризисного уровня, уже в 2013 году объемы импорта превысили докризисные значения: в 2012 году рост объемов импорта мебели в натуральном выражении в Россию составил 28% (в 2008 году аналогичный показатель составлял 25%).

Большая часть мебели, продаваемой в России, относится к сегменту «Эконом» (порядка 44%), при том что два сегмента «Бизнес» и «Премиум» в совокупности составляют также 44%. Надо отметить, что сегменты «Бизнес» и «Премиум» формируются большей частью за счет импортной мебели, а на производство мебели сегмента «Эконом» ориентируются в основном российские производители.

В сегменте «Бизнес» доля российских производителей корпусной мебели не превышает 50%. При этом доля крупных игроков из числа российских представителей составляет не более 10%.

Это связано с тем, что в данном сегменте важную роль для покупателей играет дизайн мебели. В России такое понятие, как промышленный дизайн, только начинает формироваться. Еще не сложилась своя школа, отсутствует преемственность. Ввиду этого мебель российского производства слабоконкурентна по сравнению с импортируемой мебелью.

На фоне данных тенденций ООО «СмолДревИндустрия» занимает выгодные позиции в сегменте «Премиум», как единственный российский производитель высококачественной мебели, который способен реагировать на запросы потребителей быстро, комплексно, с учетом разнообразия стилистических предпочтений потребителей и их требований к дизайну и качеству.

Также нельзя забывать о том, что покупатель часто ищет долговечную мебель. Поэтому производитель, как правило, при изготовлении мебели использует не только проверенные и современные технологии, но и стойкие материалы, надежные крепления и конструкции.

Кроме того, на сегодняшний день для повышения уровня конкурентоспособности многие мебельные предприятия, в том числе и ООО «СмолДревИндустрия», активно работают с потребителем в режиме online, что позволяет не только подробно рассказать о своей фирме и выпускаемой продукции, но и принять заказ. Это связано с тем, что покупатель часто старается посетить, не выходя из дома, множество сайтов как производителей, так и поставщиков мебели для того, чтобы сравнить цены, узнать о новинках, подобрать наиболее подходящую модель предмета мебели, что позволит сэкономить время и финансы.

Возможность заказать мебель позволяет также получить больше покупательских предложений. Данный вид деятельности чаще присущ малым предприятиям. Они не могут позволить надолго замораживать средства в складских запасах. Тем более что оборот денежных средств в мебельной индустрии довольно долг: от закупки сырья до возврата денег из розницы проходит не меньше двух месяцев.

Подводя итоги, необходимо отметить, что только те предприятия, которые с высокой оперативностью готовы выпускать на рынок адаптируемую продукцию, соответствующую требованиям современного заказчика, в состоянии повысить конкурентоспособность в сложившихся условиях, а также активно развивать инновационную деятельность в эпоху мирового финансового экономического кризиса.

Список литературы

1. Пять ключевых вопросов Друкера. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014.
2. Егишянец С. Мировой кризис и Россия // Финансист. 2016. № 3.
3. Земляк С.В. Организационно-экономические аспекты управления маркетинговыми технологиями (на примере сферы малого бизнеса): монография: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2006.
4. Земляк С.В., Синяева И.М., Синяев В.В. Маркетинг в малом бизнесе: учебное пособие. М.: ЮНИТИ, 2006.
5. Земляк С.В., Синяева И.М., Синяев В.В. Маркетинг коммерции: учебник. М.: Дашков и К, 2012.

УДК 338.48

МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ В ОРГАНИЗАЦИИ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА

INTERNATIONAL MARKETING IN THE INTERNATIONAL TOURISM

Н.В. Старцева
(Смоленск)
N.V. Startseva
(Smolensk)

Аннотация. В представленной статье рассмотрены факторы развития международного туризма, особенности использования маркетинга в организации международного туризма.

ТВОРЧЕСКОЕ НАСЛЕДИЕ
А.С. ПОСНИКОВА И СОВРЕМЕННОСТЬ
В РАМКАХ ПРОГРАММЫ
«ВОЗВРАЩЁННЫЕ ИМЕНА»

Х Посниковские чтения

Материалы международной научно-практической конференции
(3 декабря 2016 года)

Издательство
Смоленского государственного университета

Редакторы *Л.В. Бушуева, О.В. Папко, И.В. Марусова*
Компьютерная верстка *И.В. Сысоева*

Подписано к печати 29.11.2016. Формат 60х84 1/16. Бумага офсетная.
Печать ризографическая. Усл. п. л. 23,25. Уч.-изд. л. 23,25. Тираж 500 экз.
Заказ №

Отпечатано в
214000, Смоленск, ул.