

**АНАЛИТИЧЕСКИЙ ЦЕНТР «ЭКОНОМИКА И ФИНАНСЫ»
СБОРНИК НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ**

**XXXIX МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ
КОНФЕРЕНЦИЯ ДЛЯ СТУДЕНТОВ, АСПИРАНТОВ И МОЛОДЫХ
УЧЕНЫХ**

**«КОНЦЕПТУАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК
В XXI ВЕКЕ»
(29 июня 2015г.)**

г. Москва - 2015

© Аналитический центр «Экономика и финансы»

УДК 330
ББК У65
ISSN: 0869-1296

Сборник публикаций Аналитического центра «Экономика и финансы» по материалам международной научно-практической конференции: «Концептуальное развитие экономических наук в XXI веке» г. Москва: сборник со статьями (уровень стандарта, академический уровень). – М. : Аналитический центр «Экономика и финансы», 2015. – 96с.
ISSN: 6827-1296

Тираж – 300 шт.

УДК 330
ББК У65
ISSN: 0869-1296

Издательство не несет ответственности за материалы, опубликованные в сборнике. Все материалы поданы в авторской редакции и отображают персональную позицию участника конференции.

Контактная информация организационного комитета конференции:

Аналитический центр «Экономика и финансы»

Электронная почта: science-economy@moscowcef.ru

Официальный сайт: <http://www.moscowcef.ru>

Содержание
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

Миронова А.И. ТЕРРИТОРИЯ ОПЕРЕЖАЮЩЕГО РАЗВИТИЯ КАК МЕХАНИЗМ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕГИОНЕ (НА ПРИМЕРЕ ПРИМОРСКОГО КРАЯ) 5 МИРОВАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ИНТЕГРАЦИЯ И ТРАНСФОРМАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В XXI ВЕКЕ	
Майданевич Ю. П. ПРЕДПОСЫЛКИ К ФОРМИРОВАНИЮ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КОНСАЛТИНГА КАК САМОСТОЯТЕЛЬНОГО БИЗНЕСА В РОССИИ.....8 ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ, ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ	
Бегидова Э.А. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННО – ЭКОНОМИЧЕСКИХ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА КАК ОСНОВОПОЛАГАЮЩИЙ ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНА (НА МАТЕРИАЛАХ РЕГИОНОВ ЮГА РОССИИ).....12	12
Безденежных В.И. ММДЦ «МОСКВА-СИТИ» КАК ПРОЕКТ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА.....15	15
Бочарова К.Н. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНЛА.....18	18
Федосеева О.С. СУЩНОСТЬ И ВИДЫ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....22	22
Хухрин А.С., Бундина О.И., Толмачева Н.П. ГИБРИДНЫЙ ПОДХОД К ИССЛЕДОВАНИЮ И РАЗВИТИЮ АГРОПРОМЫШЛЕННЫХ КЛАСТЕРОВ25	25
Хухрин А.С., Толмачева Н.П., Бундина О.И.. ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ РОССИИ: В РЕЖИМЕ С ОБОСТРЕНИЕМ.....29	29
Исмаилов Э.Ф. РАЗВИТИЕ КОНЦЕССИОННЫХ СОГЛАШЕНИЙ В СФЕРЕ ПЕРЕРАБОТКИ И УТИЛИЗАЦИИ ТВЕРДЫХ БЫТОВЫХ ОТХОДОВ34	34
Жалимбетов Т.К., Джетписова А.Б. ОПЫТ ПРИМЕНЯЕМЫХ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ В КРУПНЫХ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ36	36
Лебедько А.Г. ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ЛОВУШКИ В НЕФТЕГАЗОВОМ КОМПЛЕКСЕ РОССИИ41	41
Лобанова Е.М. РАЗРАБОТКА ПАКЕТА ТРЕНИНГОВЫХ ПРОГРАММ ПО ПОВЫШЕНИЮ КВАЛИФИКАЦИИ ОБСЛУЖИВАЮЩЕГО ПЕРСОНАЛА44	44
Махмадиев Ф. Б., КЛАСТЕРНЫЙ ПОДХОД: ПОПЫТКА ОСМЫСЛЕНИЯ.....47	47

Матвеева В.А. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ПРИМОРСКОГО КРАЯ.....	50
Молнар В. П. ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ Г. ХАРБИН (КНР): ОСОБЕННОСТИ ВОСПРОИЗВОДСТВА И СОХРАНЕНИЯ.....	53
Двоглазова А.А., Никифорова Г.А. КЕЙТЕРИНГ В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ: АНАЛИЗ И ПЕРСПЕКТИВЫ ...	56
Сенокосова О.В. ЭЛЕКТРОННЫЙ РЫНОК ТРУДА.....	60
Ярёменко А.А. ЗНАЧЕНИЕ И ОСОБЕННОСТИ ГОСТИНИЧНОЙ АНИМАЦИИ	63
ОЦЕНКА РОЛИ МАРКЕТИНГА В ФОРМИРОВАНИИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА	
Азарова С.П. СОЦИАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ И УГРОЗЫ ОБЩЕСТВЕННОГО ЗДОРОВЬЯ	67
Никитин С.А. ПРЕИМУЩЕСТВА, ОСОБЕННОСТИ И СФЕРА ПРИМЕНЕНИЯ ЛИЧНЫХ ПРОДАЖ (ПЕРСОНАЛЬНЫХ ПРОДАЖ)	70
ИННОВАЦИОННО-ОРИЕНТИРОВАННОЕ РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ СТРАНЫ И ЕЕ ИНТЕГРАЦИЯ В МИРОВОЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПРОСТРАНСТВО	
Назарова Э.А., Шевцова И.Е., Титов А.Б., ИННОВАЦИОННАЯ АКТИВНОСТЬ В РОССИИ	74
ЭКОНОМИКА ТРУДА. УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ	
Калаев В.Ю. ФАКТОРЫ, СПОСОБСТВУЮЩИЕ ФОРМИРОВАНИЮ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ МОЛОДЕЖИ	78
Терегулова Н.Ф. СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ТЕКУЧЕСТИ КАДРОВ.....	80
БАНКОВСКОЕ ДЕЛО	
Бандурко С.А. ВОЗРАСТАЮЩЕЕ ВЛИЯНИЕ ОПЕРАЦИОННОГО РИСКА БАНКА В КОНТЕКСТЕ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ	83
Калачев Я.В. ТРЕТЕЙСКАЯ ОГОВОРКА В КРЕДИТНОМ ДОГОВОРЕ	86
ФИНАНСЫ, ДЕНЬГИ И КРЕДИТ	
Прянишникова М.В., Прянишников К.Е. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ПОВЕДЕНИЯ ИНВЕСТОРОВ НА ФОНДОВОМ РЫНКЕ	89
МЕНЕДЖМЕНТ	
Григорян К.К. ПОСТФАКТУМНЫЕ МЕРЫ ЗАЩИТЫ МАЛОГО БИЗНЕСА ПОСЛЕ РЕЙДЕРСКОГО ЗАХВАТА	94

преимущественно ориентируется на коммерческие объекты, построенные по шаблону и входящие в «обязательный» туристический набор многих китайских городов (аквапарк, Башня Дракона, чайная фабрика, фабрика жемчуга и пр.) При этом объекты русского культурно-исторического наследия, посещаемые нашими туристами, в большинстве случаев представлены поверхностно, их показ не сопровождается точной исторической справкой (дата постройки, имена архитекторов, первоначальное предназначение здания и пр.), либо эта информация не всегда корректна.

Вывод: активизация интереса к историко-культурному наследию Харбина со стороны российских туристов может и должна стать дополнительным поводом к его сохранению и корректному воспроизводству. Но интерес к историко-культурному потенциалу г. Харбин для нас, россиян, важен, в первую очередь, не экономической составляющей. Уважение к прошлому своей Родины (а Харбин - часть нашей российской истории) – это те «духовные скрепы», без которых невозможно успешное существование народа и государства в исторической перспективе.

Литература

1. Сушинская М. Д. Культурный туризм / М. Д. Сушинская. – СПб ГУЭФ, 2010. – 128 с.

2. Быстров С. А., Воронцова М. Г. Туризм: макроэкономика и микроэкономика. – СПб: «Издательский дом Герда», 2008. – 464 с.

3. Лешоко С.С. Архитектурная среда планеты Харбин [Электронный ресурс] // Дальний Восток России - Северо-Восток Китая: исторический опыт взаимодействия и перспективы сотрудничества: Материалы международной научно-практической конференции. – Режим доступа: nature.web.ru/db/msg.html?mid=1194062.

4. Крадин Н.П. Харбин – русская Атлантида: очерки – Хабаровск : КГУП «Хабаровская краевая типография» . 2010. – 368 с.: ил.

Двоеглазова А.А.,
студентка 4 курса
Никифорова Г.А.

студентка 2 курса (магистратура)

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
г. Владивосток, РФ

КЕЙТЕРИНГ В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ: АНАЛИЗ И ПЕРСПЕКТИВЫ (НА ПРИМЕРЕ ООО «МЕРФИ», Г. ВЛАДИВОСТОК)

Высокая конкуренция на российском ресторанном рынке – достаточно весомая причина для освоения новых направлений бизнеса. В последнее время предметом особо пристального внимания рестораторов стал сегмент выездного питания [1, с.25].

Владивосток занимает ведущие позиции по обороту общественного питания в Приморском крае. Расположение города Владивостока способствует

дальнейшему развитию индустрии общественного питания. Город часто посещают иностранные и российские делегации, бизнесмены и туристы, которые имеют средства для посещения предприятий общественного питания любого типа. Также жители города Владивостока проявляют все большую активность при посещении предприятий общественного питания.

Рынок предприятий питания г. Владивостока в большинстве случаев представлен китайской кухней («Утка по-пекински», «Пекин», «Бохай», «Император»), корейской кухней («Корея хаус», «Пхеньян», «Зума»), японской кухней («Семь самураев», «Японский городской», «Маки»). В настоящее время гораздо более популярными становятся интернациональные кухни. Смешивая в меню национальные блюда нескольких стран, рестораторы следуют не только моде, но и в первую очередь потребительским предпочтениям. На рисунке представлены кулинарные предпочтения посетителей ресторанов Владивостока с позиций национальных кухонь.

На рисунке 5 наглядно показан рост предприятий общественного питания, начиная с 2008 года.

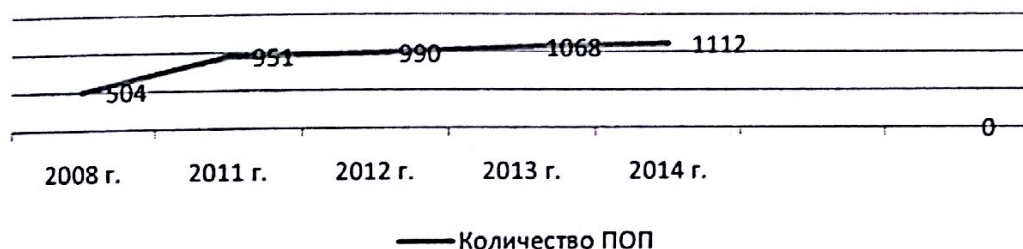


Рисунок 5 – Количественный рост предприятий общественного питания, единиц [2, с. 56]

Оборот общественного питания в Приморском крае ежегодно увеличивается согласно данным Приморкстата 2014 года, представленным в таблице.

Таблица 2 – Динамика оборота общественного питания в Приморском крае 2011 - 2014 гг [2, с. 56]

Год	Млн. рублей	Темпы роста в %
2011	7337,8	103,3
2012	8078,0	102,5
2013	10694,0	126,0
2014	13004,0	117,2

Из таблицы 2 следует, что динамика оборота в денежном показателе показывает прирост. Но при этом в процентах к предыдущему году, в сопоставимых ценах в период 2013 - 2014 гг. показывает спад на 8,8%.

Из рисунка 6 видно, что посетители ресторанов отдают предпочтение русской кухне, так как она является для них наиболее привычной. Далее, на втором месте, преобладает европейская кухня, так как она наиболее близка к русской. Затем, на третьем и четвертом местах, идут китайская и японская кухни. Это объясняется тем, что эти страны наиболее близки к нам по

географическому положению и интерес к их культуре вообще и к культуре питания в частности достаточно высок со стороны местного населения. На пятом месте располагается итальянская кухня, так как многие находят ее очень вкусной, сытной и недорогой.



Рисунок 6 - Потребительские предпочтения национальных кухонь посетителей ресторанов Владивостока [2, с.51]

Наиболее ярким примером интернациональной кухни является европейская кухня. Перенасыщение ресторанного рынка города Владивостока всевозможными китайскими ресторанчиками привело к повышению интереса потребителя к русской и европейской кухне. Блюда европейской кухни наилучшим образом подходят к форматам популярных сегодня демократичных кафе, кофеен и пивных ресторанов [3, с.35].

Об устойчивости новой тенденции свидетельствует спрос на поваров, имеющих опыт работы в ресторанах с разными национальными кухнями. Согласно мнению экспертов, в регионах от шеф-повара требуется в первую очередь умение качественно приготовить «вариации на национальные темы», которые смогут понять и оценить местные посетители. Заведения, специализирующиеся только на одной кухне, рано или поздно сталкиваются с проблемой посещаемости. Проходит мода на кухню – уходит волна клиентов. Но, даже сформировав круг постоянных посетителей из ценителей и знатоков кухни, заведения ощущают «приливы» и «отливы» [4, с.65].

Кулинарная специализация предприятий питания города Владивостока представлена 20 видами. Многие предприятия предоставляют несколько видов кулинарных специализаций. Наиболее распространена европейская (65%) и азиатская кухня (28%). Стоит отметить, что во всех заведениях, которые представляют зарубежную кухню, будь то мексиканская или китайская, приоритетом по понятным причинам остается оттенок русской кухни. Но, несмотря на то, что основной успех ресторана, как и любого предприятия общественного питания, определяет качество еды, рынок ресторанов имеет свою специфику. И только при соблюдении ряда условий, характерных для этого сегмента, можно говорить об их успехе.

Другая «тенденция тенденций» последних лет – открытие кафе и ресторанов в крупных супермаркетах (принцип, активно применяющийся в Восточной Азии) [5, с.87].

Несмотря на перспективность приморского рынка, здесь также существует и ряд проблем. Система общественного питания г. Владивостока не имеет социальной ориентированности, в городе сложилась сложная ситуация с

обслуживанием малообеспеченных слоев населения (пенсионеры, ветераны, инвалиды). Формирование сети предприятий общественного питания происходит стихийно, без учета соответствующих правил и рекомендаций. В результате практически разрушена система горячего питания учащихся общеобразовательных учреждений, потерян должный контроль за безопасностью продуктов питания на предприятиях.

Система общественного питания имеет низкий уровень информационного обеспечения своей деятельности и потребителей, отсутствует мониторинг развития, не сформирована целостная система переподготовки и повышения квалификации процессов и привлечения в эту сферу инвестиций. В развитии сферы общественного питания утеряны целостность и управляемость, отсутствует и не проявляется какая-либо определенная политика в развитии этой сферы. Нормативно-правовая база торговли и общественного питания имеет бессистемный характер по целевой проблематике, периодичности принятия решений и методам реализации.

Следующее перспективное направление заведений общественного питания – это ресторан при гостиничном комплексе. Здесь тоже основным преимуществом является большая проходимость посетителей. Ресторан при гостинице должен отличаться внушительными размерами не только самого зала, но и кухонных помещений [1, с. 82].

В наши дни услуги кейтеринга – это высококачественное выездное ресторанное обслуживание, которое включает в себя все стороны обслуживания, от сервировки, до приготовления и красивой подачи блюд. Выездной кейтеринг характеризуется исключительной мобильностью, и данная услуга предполагает обслуживание в самых разных указанных клиентом местах. Что отличает сегодня услуги выездного кейтеринга, так это высокий уровень организации, так как можно организовать кейтеринг в любом месте, в парке, на палубе яхты, в поле и даже на борту самолёта, всё зависит от бюджета и проявленной заказчиком фантазии.

Литература

1 Закусочная на колесах. Эффективные решения бизнеса: практ. пособие [для студентов ву-зов] / Н. В. Темерева. - М. : Дашков и К°, 2013. - 200 с.

2 Организация производства и обслуживания в ресторанах и барах: учебное пособие для студентов вузов, обуч. по направл. подготовки специалистов 260501 "Технол. продуктов обществ. питания" и бакалавров / С. И. Главчева, Л. Е. Чередниченко. - СПб. : Троицкий мост, 2012. - 208 с. : ил.

3 Ресторан выездного обслуживания (кейтеринг): с чего начать, как преуспеть / К. Погодин. - СПб. : Питер, 2012. - 224 с. : ил.

4 Кейтеринг: практ. руководство для владельцев и управляющих / К. Погодин. - М. : Ресторанные ведомости, 2009. - 176 с. - (Современные ресторанные технологии).

5 Основы кейтеринга [Текст] : как организовать выездное обслуживание / Ф. Халворсен ; пер. с англ. С. В. Прокофьев. - М. : Ресторанные ведомости, 2005. - 320 с.

6 Кейтеринг: как начать и успешно вести выездной ресторанный бизнес