

Таким образом, полученные результаты свидетельствуют о том, что необходима комплексная система мер, направленная на поддержание состояния здоровья населения и улучшение качества окружающей среды Ростовской области. Это в свою очередь требует пересмотра инвестиционной политики в пользу здравоохранения и охраны окружающей среды.

Математическая формализация понятия устойчивого развития эколого-экономических систем была проведена на примере двухуровневой системы контроля качества речных вод Ростовской области при наличии точечных и распределенных источников сброса загрязняющих веществ. В качестве точечных источников выступали крупные предприятия Ростовской области. Построенные математические модели, реализующие различные методы управления эколого-экономическими системами, составили комплекс численных программ, который используется в системе Ростовского областного комитета по охране окружающей среды и природным ресурсам.

#### Библиография:

1. Сенотрусова С.В. Оценка влияния загрязнения окружающей среды на здоровье населения промышленных городов // Экология и промышленность. 2005. №8. С. 34-36;
2. Методика расчетов выбросов в атмосферу загрязняющих веществ автотранспортом на городских магистралях. М.: Министерство транспорта РФ, 2004. С. 16;
3. Государственный доклад о состоянии окружающей природной среды Ростовской области в 2010 году. // Под ред. В.Е. Закруткина. – Ростов-на-Дону: АУФ, 2010 г.;
4. Анопченко Т.Ю. Эколого-экономические риски урбанизированных территорий: концепция, причины, последствия. Диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук/ГОУ ВПО «Ростовский государственный строительный университет»-Ростов-на-Дону, 2008;
5. Анопченко Т.Ю., Чернышев М.А., Тяглов С.Г. Муниципальное управление экологической политикой города Ростова-на-Дону// Проблемы региональной экологии. 2007.№6. С.135-140;
6. Елисеева И.И. Эконометрика. - М., Финансы и статистика, 2001, Магнус Я.Р., Катышев П.К., Пересецкий А.А. Эконометрика. Начальный курс. - М., Дело, 1998;
7. Анопченко Т.Ю., Мурзин А.Д. Организация урбанизированных территорий в пространстве городской среды// Terra Economicus. 2010. Т.9 №3-4. С.164-167.

## ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА

УДК 658.7

ББК 65.39

Л975

ФГОУ ВПО «Южный федеральный университет»

**Ляпина Анастасия Александровна**

*e-mail:* [redactor@ipmi-russia.org](mailto:redactor@ipmi-russia.org)

### ИННОВАЦИОННЫЙ МЕХАНИЗМ РЕГУЛИРОВАНИЯ ПРОЦЕССА РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОГО БИЗНЕСА В РОССИИ

Современный этап становления и развития интернет-экономики, характеризуется активизацией информационно-экономических взаимосвязей, а также тенденцией «новой экономики» к традиционным системным дефектам. Учитывая причины неэффективного функционирования сетевого пространства интернет. Автором предложен инновационный программный продукт, подписчики которого, используя свои преимущества на электронном рынке, способны в глобальном масштабе повысить конкурентоспособность своего бизнеса, построить эффективную систему коллективных прямых инвестиций, способствовать более широкому использованию ИКТ в экономической и социальной среде.

**Lyapina A.A.**

*e-mail:* [redactor@ipmi-russia.org](mailto:redactor@ipmi-russia.org)

### INNOVATIVE MECHANISM OF MANAGING DEVELOPMENT OF E-BUSINESS IN RUSSIA

The current stage of the formation and development of the Internet economy, characterized by the activation of information and economic relations, as well as the tendency of the "new economy" to the traditional system defects. Given the reasons for inefficient functioning of cyberspace internet. The author offers an innovative software product, which subscribers using their advantage in the electronic market, are able to increase the global competitiveness of its business, to build an effective system of collective direct investment, enhance the use of ICT in the economic and social environment.

**Ключевые слова:** сетевое пространство интернет, электронный бизнес, транзакционные издержки, интеграция, партнерство, инновационный программный продукт

**Keywords:** network space Internet, e-business, transaction costs, integration, partnership and innovative software product

Сложная, динамическая и нестабильная рыночная среда заставляет организации реагировать на происходящие изменения. На национальных и глобальных рынках растет конкуренция, ужесточаются требования к уровню цен, качеству продукции и услуг, активизируются процессы слияний и поглощений компаний, лавинообразно возникают новые фирмы и целые отрасли в производственной, финансовой и инновационной сфере. В связи с этим необходимо существенно повышать и качество используемых знаний и постоянно совершенствовать формы обмена ресурсами знаний. Во всем мире происходит переход от методов и инструментов принуждения к сотрудничеству, конкуренции и диалогу в отношениях. Все больше возрастает заинтересованность власти, бизнеса и общества во взаимовыгодном партнерстве, направленном на социальную стабильность. Она, в свою очередь является залогом формирования гражданского общества, эффективного функционирования социальных институтов и развития бизнеса.

Мировая практика выработала целый ряд специальных организационных форм и методов экономического и социального взаимодействия компаний в современной рыночной среде. Новые организационные формы призваны поддерживать связь и координацию деятельности отдельных фирм, компаний и других хозяйствующих субъектов,

способствовать эффективному обмену ресурсами знаний в интересах всех участников сложных, многоступенчатых производственных, социальных и инновационных взаимодействиях.

В настоящее время таким "коммуникационным" инструментом является сеть Интернет. Результаты последних исследований показали, что использование Internet-технологий может принести реальную экономию и прибыль. Ожидается существенный рост увеличения объемов Internet-коммерции, особенно в таких областях, как розничная торговля, финансы, тематическая реклама, а также в компьютерном секторе. Форма бизнеса, реализующаяся в значительной степени посредством внедрения в бизнес- процессы информационных и телекоммуникационных технологий и систем, получила название электронный бизнес. Хотя в уже устойчивом словосочетании «электронный бизнес» присутствует слово «бизнес», концепция применима не только к коммерческим организациям, поскольку государственные структуры вовлечены в сложные производственные цепочки в такой же степени, как и банки или промышленные организации.

На сегодняшний день, особенно актуальными являются Федеральные целевые программы "Электронная Россия (2002-2010 годы)", «Электронное правительство», «Информационное общество» нацеленные, прежде всего на развитие информационной и телекоммуникационной инфраструктуры, формирование нормативной правовой базы в сфере ИКТ, создание условий для подключения к открытым информационным системам (в том числе посредством сети Интернет). В рамках данных программ каждое государственное учреждение просто обязано разработать свой собственный сайт – интернет-представительство. И этот сайт, в отличие от «визиток» обычных компаний, должен соответствовать серьезным требованиям, предъявляемым к сайтам госорганов.

Введение системы электронной торговли для осуществления закупок продукции для федеральных государственных нужд позволяет автоматизировать эти процессы во всех федеральных органах исполнительной власти, значительно уменьшить издержки государственных заказчиков при проведении конкурсов, сократить потери и злоупотребления. Ожидается, что экономия бюджетных средств после окончательного внедрения системы составит примерно 15 процентов.

Сегодня создать сайт и позаботиться о его продвижении - значит стать на ступеньку выше в мире бизнеса. За счет улучшения процессов коммуникации и коллаборации, происходит значительное увеличение производительности труда. Риски при инвестировании бизнеса во внедрение социальных технологий не соизмеримы с куда большими рисками отстать в конкурентной борьбе, если эти технологии не осваивать.

Внедрение системы электронного бизнеса позволяет компаниям:

- увеличить прибыль;
- снизить затраты;
- снизить цены (избавиться от излишков и сократить расходы);
- оптимизировать внутренние и внешние информационные потоки);
- ускорить бизнес-процесс (поставки, производство, продажи);
- сократить складские запасы;
- обрести новые каналы маркетинга и дистрибуции;
- повысить эффективность продвижения на рынок;
- усовершенствовать сервис с организацией виртуальных витрин;
- расширить географическую зону обслуживания.

Одно из важных преимуществ интернета заключается в возможности дешевого и оперативного средства связи между компаниями. В современном мире интернет является местом, где заключаются сделки между продавцом и покупателем, и осуществляется проведение финансово-торговых транзакций. Возможности Интернета позволяют совершать покупки/продажи в режиме реального времени, и, благодаря доступности Интернета происходит более эффективный и свободный поток информации, товаров, платежей и услуг различного вида.

Беспрецедентно высокий уровень обслуживания, простые инструменты общения с бизнес-партнером и клиентом, круглосуточный доступ ко всем элементам, вовлеченным в заказ, то есть полная «интеграция» бизнес партнера во все производственные циклы предприятия, вот что требуется для построения долгосрочных и обоюдовыгодных взаимоотношений.

Таким образом, именно социально-сетевые приложения и сервисы будут в новом десятилетии главным локомотивом бизнеса в глобальной сети. Если раньше об этом только говорили, в основном, только IT-аналитики и консультанты, то теперь это признали и сами инвесторы.

На сегодняшний день Россия стала лидером в Европе по числу интернет-пользователей, обогнав в сентябре 2010 года Германию и заняв в итоге первое место. По данным компании Comscore число пользователей достигло 50,8 млн. человек, причем среднее время онлайн достигло 22,4 часа.

В октябре 2010 г. в зоне RU был зарегистрирован трехмиллионный домен. При этом первый миллион доменов появился только спустя 13 лет после запуска этого сегмента сети Интернет, - в 2007 г. Домен RU занимает шестое место среди всех национальных Интернет-сегментов мира после доменов Германии, Великобритании, Китая, Нидерландов и Евросоюза [1].

Английский Инвестбанк GP Bullhound признал российский интернет-рынок одним из самых крупных и быстрорастущих в Европе, причем эксперты банка считают, что онлайн-аудитория страны, выросшая за последние 5 лет с 10 до 60 млн. человек, к 2013 году будет около 93 млн.

Доля интернет-экономики в ВВП России по итогам 2010 года составила 1,4—1,7% -это 750-850 млрд. рублей, говорится в докладе о развитии российской интернет-отрасли, подготовленном экспертами Российской ассоциации электронных коммуникаций.

В 2010 году рынок электронной торговли в Рунете составил порядка 176 млрд. рублей, т.е. 6 млрд. долларов. Конечно, нам далеко еще до таких лидеров, как США с их более чем 150 млрд. долларов в год, но темпы роста российского рынка говорят о том, что у него очень большой потенциал. За последний год оборот электронной торговли вырос на 30%, до 310 млрд. рублей. По данным РАЭК, на сегодняшний день в Рунете около 30 тысяч онлайн-магазинов, их аудитория составляет 14 миллионов пользователей. В 2010 году их рост по сравнению с 2009 годом составил 25% [2]. Согласно оценкам экспертов, на Интернет-магазины, специализирующиеся на продуктах, приходится пока 4,4% от общего их числа.

Неудивительно, что столь же быстрыми темпами растет и рынок он-лайн рекламы Интернет-магазинов, ведь если оценить рекламные затраты хотя бы в 5% от оборота, то сумма затрат на продвижение составит 300 млн. долларов в год. Естественно, при таком объеме затрат рано или поздно встает вопрос их оптимизации и сокращения. За последний год в целом рынок он-лайн рекламы вырос на 56 %-до 42 млрд. рублей, рынок веб-разработок достиг 11-12 млрд. рублей - прирост составил 35%. Объем рынка поисковой оптимизации увеличился на 15-20%, до 9 млрд. рублей.

Представленные данные говорят, о том, что электронный бизнес в России собрал вполне достаточную аудиторию для дальнейшей модернизации. Анализ динамики развития электронной коммерции показывает, что очередь электронного бизнеса уже наступила.

В первом приближении это означает, что назрела необходимость создания инновационных механизмов оптимизации и сокращения транзакционных затрат функционирования сетевого пространства интернет и построения принципиально новой организационной среды для органов государственной власти, бюджетных и некоммерческих организаций, системы электронной торговли. Создание инновационной партнерской программы в сети интернет, состоящей из независимых организаций, обеспечивающих достижение эффективного результата на основе совместного использования ресурсов знаний и

ключевых компетенций позволит в существенной мере привести к сокращению транзакционных затрат ежедневно увеличивающихся в действующей среде.

Важность применения теории транзакционных затрат относительно эволюции организационных форм сети интернет определяется необходимостью учитывать что любые институциональные изменения очерчиваются двумя силами: возрастающим эффектом от масштаба и рынками несовершенной конкуренции.

Впервые ввел в научный оборот понятие «транзакционные издержки» основоположник институционального анализа Р. Коузу, который и определил их как издержки пользования рыночным механизмом [3].

Развивая идеи Р.Коза, другие представители неоинституционализма, в частности, О. Уильямсом, объясняет необходимость эволюции организационных структур управления тем, что разные типы структур обладают разной эффективностью с точки зрения экономии транзакционных издержек. Структуры, оказывающиеся наиболее экономичными по критерию совокупной величины транзакционных издержек, должны получать наибольшее распространение [4].

Активно и хаотично развивающийся рынок электронного бизнеса в России, таким образом, создает значительные трудности в области эффективного использования данной среды для извлечения экономической и социальной выгоды. Постоянно увеличивающийся поток размещенной на сайтах информации о деятельности субъектов, их товарах и услугах имеет существенный недостаток - часто пользователь не может найти информацию, интересующий продукт или услугу, тем самым его потребность остается неудовлетворенной, а потраченное на поиск среди информационного «мусора» время трансформируется в издержки. Участники электронного бизнеса ежедневно сталкиваются с различными по своему составу издержками поиска информации (информации о приемлемой цене, информации о качественных характеристиках, имеющихся товаров и услуг, информации о продавцах и покупателях).

Этот вид издержек, как многие другие, включает явные затраты времени и ресурсов, необходимых для ведения поиска, а также временные издержки виде потерь, связанных с неполнотой и несовершенством информации.

Непосредственное отношение к сети интернет имеют также издержки оппортунистического поведения. Часто при заключении сделки в сети одна из сторон, желая увеличить свою полезность в одностороннем порядке, уменьшает, таким образом, полезность от сделки для другой стороны. Для оппортунистического поведения характерны преднамеренные нарушения контрактного соглашения, направленные на достижение личной выгоды за счет ущемления интересов партнера посредством лжи и мошенничества.

В то же время действующие крупные компании в сети, занимающие лидирующие позиции в поисковых системах создают дополнительные барьеры для развития малого электронного бизнеса. Помимо этого они несут с собой издержки политизации, связанные с процессом принятия решений. Обладание властью порождает стимулы к злоупотреблению ею, в частности, к влиянию на процесс принятия решений в пользу тех или иных групп внутри системы. Отсутствие конкуренции на электронном рынке неизменно приводит к возникновению издержек влияния:

- потере эффективности вследствие искажения, представленной в сети информации;

- непроизводительные затраты, возникающие в результате потерь времени и усилий работников в процессе исправления существующей ситуации.

Сложившиеся противоречивые условия процесса функционирования сетевого пространства препятствуют развитию малого электронного бизнеса, формированию класса мелких собственников, привлекающих в свои ряды молодых предпринимчивых людей. Именно малый электронный бизнес закладывает базис для развития частного капитала и роста производительности работников умственного труда на 20-25%.

Следовательно, достаточно экономически обоснованным является создание и использование инновационной партнерской программы для грамотного продвижения интернет ресурсов малого электронного бизнеса.

Только создать сайт сегодня оказывается совсем недостаточным. В случае пассивной позиции первыми, кто о нем узнает, будут поисковые машины сканирующие пространство сети для обновления своих баз. Необходимо обеспечить максимальный приход посетителей на сайт. Однако для достижения поставленной цели необходимы достаточно большие материальные затраты и усилия.

Подписчики инновационной партнерской программы получают возможность повышать позиции своего интернет ресурса в поисковой выдаче с минимальными затратами. Приобретая такое конкурентное преимущество, участник проекта значительно увеличивает объем продаж, получает дополнительную прибыль, создает за счет сильных позиций в сети имидж компании. Комплекс методов, направленных на уменьшение транзакционных затрат и расширение деятельности фирмы на долгосрочную перспективу позволит увеличить капитализацию компании. Действуя по принципу майл-агента, программа позволит обмениваться информацией сотням бизнесменам и объединять их единой целью экономии затрат. Сокращение затрат на рекламу сетевого ресурса позволит компаниям уступать часть прибыли потребителям, оказывая глобальный социальный эффект в отношении российского общества к электронному бизнесу в целом. Такой вид маркетинга может иметь популярность не только в бизнес среде, но и у обычных пользователей, желающих заработать и продвинуть свой сайт.

Лучшая совместная работа, обмен опытом и знаниями, инновации, - может стать ключевым фактором успеха инновационных проектов электронного бизнеса, на фоне устойчивой положительной динамики инвестиционного климата в России. Новая партнерская программа в сети позволит наиболее полно использовать системы электронного бизнеса и его подсистем, делая возможным участие в инвестициях не только большим корпорациям, но и «обычным» физическим лицам (в качестве коллективных инвестиций). При этом инвестиционные средства будут аккумулироваться за счет внутренних ресурсов национальной экономики, что является крайне благоприятным фактором, способствующим укреплению российской экономики.

В России рынок прямых инвестиций, связанный с венчурным (высоко рискованным) инвестированием и деятельностью венчурных фондов до сих пор не сложился. На рынке пока очень мало компаний, компетентных в прямых инвестициях, поэтому того, кто сейчас в числе первых научиться добиваться результатов на этом рынке, ждут огромные перспективы. Предлагаемая партнерская программа в сети интернет позволяет построить эффективную систему коллективных прямых инвестиций, позволяющую инвесторам добиваться высокой доходности и всегда иметь необъятное поле для роста и развития.

Включая в себя определенную базу подписчиков, программа способствует привлечению все большего числа посетителей на сайты пользователей программного продукта, принося им постоянный гарантированный доход, попутно создавая условия для реализации самых высокотехнологичных проектов. В результате сетевого эффекта база подписчиков будет постоянно расширяться и последовательно охватывать все регионы России и ближнего зарубежья.

Создание программы будет способствовать формированию уникальной деловой экосреды партнёров по общему делу, образующих единую креативную (творческую) сеть. Организация обратных связей позволяет имитировать в реальном времени экономические решения, в которых задействовано большое количество участников.

По шкале затраты результат можно говорить об абсолютной окупаемости и результативности проекта. Стоимость входа в инновационный проект значительно ниже минимального экономического эффекта для потенциального подписчика.

Необходимость внедрения инновационного механизма регулирования процессом развития электронного бизнеса обусловлена следующими целями:

- формирование условий для электронного бизнеса, способствующих ускорению продвижения товаров (услуг), поддержанию стабильного воспроизводства, удовлетворению нужд потребителей;

- организация двусторонней связи между деловыми партнерами, клиентами и просто заинтересованной аудиторией, определяет возможность компаниям управлять спросом на свою продукцию;

- эффективное использование российского интеллектуального и кадрового потенциала в сфере ИКТ;
- развитие системы конкурсов на размещение заказов на поставки товаров, выполнение работ и оказания услуг для федеральных государственных нужд;
- обеспечение оперативного информационного взаимодействия граждан и органов государственной власти, повышение доверия граждан к государству;
- более широкое использование ИКТ в экономической и социальной среде;
- построение эффективной системы коллективных прямых инвестиций, позволяющей развить рынок венчурного инвестирования в России.

Избранным целям адекватен такой технологический уклад, который позволяет устанавливать взаимосвязь между людьми в реальном масштабе времени — "on-line", по принципу "здесь и сейчас". Именно такую взаимосвязь может обеспечить, качественно новый инновационный программный продукт и только в данной форме человеческих отношений адекватны свободные договорные отношения, демократический выбор и технологический уклад, обеспечивающий взаимосвязь между различными отраслями народного хозяйства по поводу производства, распределения, обмена и потребления в реальном масштабе времени.

Компании же активно отказывающиеся от использования современных технологий в своем бизнесе обрекают его на брэнное существование вдали от заветных строк популярных рейтинговых агентств.

#### Библиография:

1. Российский рынок доменов: статистика, история, тенденции. - <http://rumetrikata.rambler.ru>;
2. Интернет в мире и в России. - «РБК. Исследование рынков». - [www.bizhit.ru](http://www.bizhit.ru);
3. Коуз Р. Фира, рынок и право. М: «Gatallaxy», 1993;
4. Шаститко А.Е. Новая институциональная экономическая теория. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Экономический факультет МГУ, ТЭИС, 2002. 591с.

## ЭКОНОМИКА ТУРИЗМА

УДК 338.48

ББК 65.432

E723

ФГОУ ВПО «Южный федеральный университет»

**Ермаченко Ольга Сергеевна**

e-mail: [redactor@ipmi-russia.org](mailto:redactor@ipmi-russia.org)

### АНАЛИЗ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО И ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА

Гостиничный бизнес является неотъемлемой частью индустрии гостеприимства и туристического бизнеса, это подтверждается тем, что в настоящее время большое значение и влияние на гостиничные предприятия локальных мест, в частности города Ростова-на-Дону оказывает туристическая отрасль в целом.

**Yermachenko O.S.**

e-mail: [redactor@ipmi-russia.org](mailto:redactor@ipmi-russia.org)

### ANALYSIS OF THE INTERACTION TOURIST AND HOTEL BUSINESS

Hotel business is an integral part of the of the hospitality industry and tourist business, it is supported by the fact that at present the importance and impact on hotel enterprises of local areas, particularly the city of Rostov-on-Don has the tourism industry as a whole.

**Ключевые слова:** туризм, путешествие, гостиница, хостел, отель, мини-отели, индустрия туризма

**Keywords:** tourism, travel, hotels, hostels, hotels, small hotels, the tourism industry

Эволюция гостиничного дела напрямую связана с развитием туризма в том или ином регионе. Эту однозначную зависимость нетрудно проследить в самом понятии «туризм». Туризм предполагает перемещение в иную страну или местность, временное проживание за пределами собственного дома. Очевидно, что появление новых туристических направлений мгновенно приводит к строительству отелей, развитию гостиничной инфраструктуры в различных регионах планеты.

Французское слово туризм (tourisme, от tour — прогулка, поездка) вошло в современный обиход сравнительно недавно, придя на смену понятию путешествие. В свою очередь «путешествие — передвижение по какой-либо территории, акватории с целью их изучения, а также с общеобразовательными, познавательными, спортивными и другими целями»

В глобальном мире, где политические, экономические и культурные связи между странами и регионами становятся все более тесными, туризм превратился в одну из важнейших отраслей мирового хозяйства.

Рассмотрим этапность развития туризма как направления экономики.

Туризм в современном понимании — массовый туризм — возник в середине XIX в. (первые массовые поездки, организованные Томасом Куком в 1841 г. в Англии). Однако следует учитывать и более древний опыт - с древнейших времен путешественники отправлялись в дорогу с познавательными, торговыми, военными, спортивными, религиозными и другими целями, пользовались услугами предприятий гостеприимства, где путешественникам оказывались услуги питания и размещения.

В современной литературе принято различать следующие этапы развития туризма и становления гостиничной индустрии: