

А. Б. ЗДОРОВ, доктор экон. наук, профессор

Санкт-Петербургский гуманитарный университет профсоюзов «Институт искусств и информационных технологий», Московский филиал, Российская Федерация, Московская область

А. Р. ДЖАБРАИЛЗАДЕ, аспирант

Образовательное частное учреждение высшего образования
«Российская международная академия туризма»

A. B. ZDOROV, Doctor of Economics, Professor

Moscow Branch of St. Petersburg Humanitarian University of Trade Unions "Institute of Arts and Information Technologies", The Russian Federation, Moscow region

A. R. DZHABRAILZADE, Graduate student

Educational Private Institution of Higher Education " Russian International Academy of Tourism"

УПРАВЛЕНИЕ РЫНКОМ ТРУДА И ОТДЫХА НА ОСНОВЕ СИСТЕМЫ АГРОТУРИСТСКИХ ОТПУСКНЫХ ЧЕКОВ

THE MANAGEMENT OF THE LABOUR MARKET AND REST-BASED SYSTEM AGROTURISTICA HOLIDAY CHEQUES

Аннотация. Рассмотрены подходы к управлению агротуристским рынком посредством отпускных туристских чеков (карт). Обоснован экономический эффект от использования данного инструмента управления.

Ключевые слова: агротуристский рынок, туристские отпускные чеки, занятость на агротуристском рынке, агротуризм.

Abstract. The approaches of agri tourism management market through the holiday tourist receipts (cards) are considered. The economic effect from the use of this management tool is justified.

Keywords: agri tourism market, tourist vacation checks, employment agri tourism on the market, agri tourism.

Существуют две концепции формирования моделей малого агротуристского бизнеса в природных комплексах. Первый подход исходит из того, что небольшие сельскохозяйственные предприятия – личные подсобные хозяйства, крестьянские (фермерские) хозяйства, сельскохозяйственные потребительские кооперативы – на свой страх и риск начинают заниматься предпринимательской деятельностью с туристским уклоном. В этом случае аграрный туризм развивается за счет собственных ресурсов этих предприятий без привлечения необходимых инвестиций извне. Второй подход предполагает комплексное развитие агротуристского бизнеса в природных комплексах. Сельский туризм рассматривается не как подсобное производство, а как основной бизнес, обеспечивающий максимальный набор рекреационных услуг, нацеленных на использование всех привлекательных для туристов аспектов сельской жизни. К числу

таких аспектов можно отнести, например, наличие благоприятных экологических и эстетических условий, возможность приобщиться к сельскому образу жизни и его развлечениям (конные прогулки, сбор грибов и ягод, рыбалка и пр.), доступ к недорогим продуктам питания местного производства, знакомство с этнографическими особенностями и т. д. Средствами размещения на данном этапе выступают: туристские деревни, усадебные комплексы, эко-агротуристские центры.

В принципе, эти две концепции непротиворечивы, если рассматривать их как последовательные этапы одного и того же процесса. Во всяком случае, именно таким путем развивался аграрный туризм в странах Западной Европы. Первый этап – становление европейского аграрного туризма – длился примерно 20 лет и завершился в 90-е годы. Изначальные мотивы, обусловленные политикой поддержки европейскими го-

сударствами локального эко-агротуризма, имели в основном социальный характер. Не случайно политика поддержки сельского туризма в Европе до сих пор ориентирована на экономически отсталые районы. Как правило, основанием для такой политики являлись потеря рыночной конкурентоспособности местной аграрной продукции и необходимость реструктуризации сельского хозяйства с целью повышения его эффективности. Это неизбежно вело к сокращению числа занятых в основном производстве и создавало проблему дефицита рабочих мест в сельской местности. В этой связи эко-агротуризм стал рассматриваться в качестве альтернативного вида экономической деятельности, способного поддерживать доходы отсталых регионов.

Характерен в этом смысле опыт развития сельского отдыха и туризма в Италии. Эко-агротуризм как дополнение к сельскохозяйственной деятельности стал развиваться здесь в 70-е годы. Первоначально предполагалось, что обслуживание туристов будет сочетаться с основной хозяйственной деятельностью фермеров, что позволит без больших инвестиций улучшить финансово-экономическое положение сельского населения. Эта разновидность эко-агротуризма 20...30-летней давности была доступна (по стоимости) для клиентов, но при этом уровень комфорта был практически спартанским. Как следствие, такой вид отдыха довольно долго не пользовался большой популярностью.

Ситуация начала меняться коренным образом примерно 10 лет назад, что, по всей вероятности, было вызвано двумя основными причинами. Во-первых, во всем мире возрос интерес к «экологическому» туризму, и эко-агротуризм удачно вписался в новую тенденцию: он обеспечивал не только отдых на природе и доступ к экологически чистым продуктам питания, но и воспроизведение настоящего сельского образа жизни. Во-вторых, в этот период стандартные потребительские предпочтения как в самой Италии, так и в ряде других развитых европейских стран (прежде всего, в Германии) достигли определенного уровня насыщения. В результате возник спрос на новые разновидности рекреационных услуг, выходящие за рамки традиционных видов «пляжного» туризма и

городских экскурсионных программ.

Спрос такого рода постепенно изменил саму основу эко-агротуризма. Для многих сельских жителей туризм из побочного вида деятельности превратился в бизнес со всеми присущими ему атрибутами: рекламой, маркетингом, ценовой политикой, квалифицированными кадрами и т. д. За счет крупных инвестиций кардинально преобразились объекты для размещения туристов. Так, современный эко-агротуризм в Италии – это не скромные, как раньше, комнаты на трех-четыре человека в сельских постройках, а прекрасно оборудованные ванными, бассейнами, теннисными кортами и т. д. гостевые дома на территории фермерских хозяйств. Очень часто для гостиничных нужд реконструируются усадьбы XVI–XVIII веков или небольшие старые монастыри. Однако по-прежнему агротуризм рассматривается как разновидность социального туризма.

В силу своего глубокого гуманитарного содержания социальный туризм предоставляет исключительные возможности для духовного обогащения людей, для ознакомления с достоянием истории различных культур, для занятия физическими упражнениями, приобщения к художественной деятельности, для общения с людьми при свободе выбора рода и характера отдыха и досуга. В этом качестве социальный туризм выступает как фактор сплоченности общества.

Распространяясь на все слои населения и все возраста, социальный туризм приводит в движение сотни миллионов людей. Как часть национальной экономики, социальный туризм имеет неоспоримое экономическое значение. Генерируя туристские потоки, привлекая капиталовложения, содействуя развитию регионов, производя духовные и материальные ценности национального и международного масштаба, перемещая финансовые ресурсы из богатых регионов в места с меньшим достатком, создавая новые рабочие места, общедоступный туризм служит мощным фактором экономического развития.

В современной России уже имеются примеры удачного ведения малого гостиничного бизнеса. Специализация всех объектов гостеприимства в природных комплексах России на сегодняшний день сводится, в основном, к занятиям рыбалкой

или охотой, русской бане. Кроме этого, на таком отдыхе предлагается традиционная русская кухня: мед, квас, каши, борщи – это все из натуральных продуктов. При этом происходит практически полное погружение в сельскую жизнь.

Московская, Ленинградская, Калининградская, Калужская область, Карелия, Алтай, Бурятия, Краснодарский край, Кубань – вот те районы, где туризм в сельскую местность постепенно набирает обороты.

Компании предлагают размещение в малых сельских гостиницах различных областей. Например, представлен охотничий дом на озере Войхра, что во Владимирской области. Дом находится в сосновом лесу, всего сдаются 4 гостевые комнаты на 2–3 человека каждая. По желанию отдыхающих могут организовать рыбалку или охоту. Еще один вариант – хутор в д. Нестерево, Переяславский район Ярославской области. Дом находится в 100 м от речки, есть баня и молочная ферма. Сдаются 2 комнаты, есть ванна, душ, горячая вода. Трехразовое питание. Хозяева предлагают широкий выбор возможностей для отдыха: охота, рыбалка, грибы-ягоды, экскурсии в Никитский монастырь, Углич, Мышкин.

Если же отдыхающие хотят отправиться в глубь России, то им прямая дорога на Алтай. Турфирмы занимаются организацией круглогодичного отдыха в этих красивейших местах.

В Калининградской области предлагается размещение в усадьбах, замках и гостевых домах Зеленоградского, Полесского, Неманского, Гурьевского, Нестеровского, Озерского районов, на Куршской косе.

В Калужской области особого внимания заслуживает открытый в апреле 2012 года экопоселок, специализирующийся на семейном, экологическом, рыболовном, охотничьем, культурно-познавательном и водно-спортивном туризме.

Для тех, кто хотел бы провести несколько дней в тишине и спокойствии на Валдае, частные предприниматели предлагают несколько комнат в своих домах. Набор стандартный: баня, рыбалка, экологически чистые продукты, экскурсии «По монастырям и церквям Валдайского района», в Старую Руссу, где находится музей Достоевского.

А в Краснодарском крае наибольшей

популярностью пользуются 3 фермы: в городе Абинске, Сочи и под Горячим Ключом.

Еще одно интересное направление эко-агротуризма в России – чайные плантации. На Кубани, где выращивают самый «северный» в мире чай. Целые чайные плантации расположились в поселке Уч-Дере под Дагомысом, где на находящимся под солнечными лучами склонах гор и произрастает эта удивительная культура. Местные хозяйства предлагают туристам увлекательнейшие экскурсии в чайный мир, где им поведают об истории, традициях и таинствах чаепития. Также посетителей пригласят выпить чашечку этого бодрящего напитка в чайных домиках, а сама процедура чаепития будет сопровождаться песнями и прибаутками местного фольклорного ансамбля.

Как видно из приведенных данных, в нашей стране развитие малого гостиничного бизнеса, особенно в природных комплексах, находится на начальной стадии. Централизованной и упорядоченной системы бронирования домов или комнат в деревенской местности у нас еще не создано. Часто в Интернете можно встретить предложения фермеров-«одиночек», которые с обезоруживающей простотой рассказывают о том, что ждет туриста в их деревенском хозяйстве. Но есть и другая причина отставания России в этой области. С одной стороны, у подавляющего большинства российского населения есть «шесть соток», поэтому выходные эко-агротуризм обеспечен. Иностранцев же чаще всего отпугивает отсутствие приемлемой инфраструктуры.

Обеспечению занятости в агротуризме также в значительной степени мешает дачный туризм. Человек, имеющий свой участок, просто не понимает, куда и зачем ему нужно выезжать, тем более в аналогичные условия. Однако установим, что экскурсионные программы по новым местам у него отсутствуют, особенно это касается любознательного поколения. То же касается анимационных программ (конных туров, рыбалок, охоты, рафтинга и культурологии), не говоря уже о консультировании по строительству, ремонту домов и садоводству. Обратимся к составленному SWOT-анализу (таблица).

Постоянные заботы о дачных участках требуют отдыха и разрядки в виде уик-энда,

развлекательных программ, но, естественно, по доступным ценам и разнообразным

для каждой сегментной группы, включая детские.

SWOT – анализ развития агротуристской деятельности (в сравнении с дачным туризмом)

Достоинства	Недостатки
<ul style="list-style-type: none"> - Экскурсионные и анимационные программы, в том числе детские - Экологически чистые продукты - Обслуживание - Народные промыслы и ремесла - Консультации по ведению сельского хозяйства 	<ul style="list-style-type: none"> - Недостаток времени на развлечение - Относительно дорогое питание - Размещение на новом месте - Самодостаточность
Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> - Реклама - Скидки на питание и проживание - Детские анимационные программы 	<ul style="list-style-type: none"> - Транспортное обеспечение - Затруднения в организации групп

При организации подобных программ возможны трудности со сборами туристских групп, организацией транспорта и т. д. Однако в качестве промежуточного варианта возможно предложить проведение рекламных акций вблизи самих дачных кооперативов с демонстрацией народных промыслов и ремесел, спортивно-развлекательных представлений в национальных традициях, чтобы провести негласную рекламу и создать заинтересованность, особенно у маленьких зрителей.

Не исключается и стандартная рекламная компания, проводимая туроператорами. Стимулирование их труда обеспечивает занятость работников в агротурхозьяствах.

Туристское развитие регионов требует содействия со стороны правительств, территориальных органов самоуправления, общественных организаций, профсоюзов, финансовых кругов, движений семейного и молодежного, культурно-просветительского, спортивно-экологического характера, других общественных объединений. Развитие рынка социального и его разновидности аграрного туризма строилось исторически на основе системы «отпускных чеков.» Рассмотрим их на примере Швейцарии и Франции.

«Отпускные чеки», получившие широкое распространение вначале в Швейцарии, а затем во Франции, представляют собой денежный субстрат (суррогат), используемый физическими лицами (работниками наемного труда) для оплаты туристских и сопутствующих туризму услуг в период отпусков и в нерабочее время.

В настоящее время «отпускные чеки» трансформируются в отпускные карты по аналогии с финансовой системой (на-

личные деньги, банковские карты) и представляют собой аналог обычной денежной купюры, изготовляемой и защищаемой теми же способами, что применяются для изготовления банковских и казначейских платежных документов. Они представляют собой ценную бумагу на имя владельца, которая может быть передана соответствующим образом признанным частным или государственным учреждениям, оказывающим услуги, в оплату расходов, произведенных на национальной территории их носителями в период отпусков (общественный транспорт, размещение, питание, организация досуга).

Понятие «отпускной чек» основывается на принципе отложенного спроса со стороны наемных работников, варьирующегося в зависимости от возможностей разных лиц, и получении выплат со стороны предпринимателя или общественных организаций (комитеты предприятий, общества взаимопомощи и т. п.), а также местных органов. Использование отпускных чеков обеспечивает свободный выбор вида и места проведения отпусков и свободного времени: они могут быть использованы их владельцем, его супругой (супругом) и лицами, находящимися на его иждивении, для оплаты расходов за услуги, оказываемые соответствующим образом признанными лицами или учреждениями.

Система «отпускных чеков» представляет собой совокупность правовых, договорных, коммерческих и имущественных отношений, базирующихся на совпадении интересов потребителей и производителей туристских услуг, общности интересов государства, общественных организаций и предпринимателей, которая находит свое

материальное воплощение в использовании всеми субъектами данной системы определенного типа специально вводимых в обращение платежных средств (чеков).

Субъектами системы являются:

а) орган (агентство), уполномоченное производить все необходимые операции по чекам: их эмиссию, продажу и оплату (в Швейцарии – касса путешествий "REKA", во Франции – Национальное агентство "ANCV");

б) оптовые покупатели «отпускных чеков» (предприятия, комитеты персонала, профсоюзы и пр.);

в) носители или пользователи «чеков» (отдельные физические лица);

г) предприятия обслуживания, принимающие в оплату данные платежные документы за предоставленные услуги и предъявляющие их агентству для возмещения понесенных при этом расходов.

Экономическая основа функционирования системы заключается в следующем.

Уполномоченный правительством орган (агентство) осуществляет по заказу и на основе соглашения (контракта) с покупателем эмиссию платежных средств (чеков) на требуемую им сумму. Принципы и условия распределения чеков могут определяться директивными документами правительства (Франция) или на основе соглашения между предпринимателем и комитетом коллегива или профсоюзом (Швейцария).

Покупатель (предприниматель, комитет персонала, профсоюз и т. п.) предварительно оплачивает их стоимость и производит распределение чеков среди работников предприятия (членов профсоюза и т. д.) с предоставлением скидки. Скидка может составлять от 5 до 80 %.

Работник предприятия (член профсоюза, ассоциации, другого учреждения, объединения), получивший и рассчитавшийся за чеки одновременно или в рассрочку, расплачивается ими за предоставленные услуги в одном из предприятий, имеющих право на обслуживание по чекам.

Предприятие обслуживания (гостиница, ресторан, транспортное предприятие, пункт проката туристского, спортивного инвентаря и снаряжения и т. п.) получает от агентства право обслуживания по чекам на основании договора, в котором оговариваются условия его получения и финансовые

взаимоотношения и обязательства.

По сложившейся практике такие предприятия предоставляют клиентам (носителям или пользователям чеков) дополнительные льготы или скидки в целях привлечения дополнительной клиентуры.

Полученные предприятием обслуживания в оплату за предоставленные услуги чеки предъявляются агентству для возмещения понесенных расходов. При этом агентство взимает, как и при продаже покупателю, определенную комиссию.

Сумма комиссионных, полученных агентством на обеих стадиях прохождения чека, составляет в целом от 25 до 40 % всех поступлений. Вторым по очередности (но не по значимости) источником доходов является банковский процент от размещения полученных от покупателей средств в доверенном банке. Главным принципом при его выборе служит надежность. По этой причине во Франции выбран государственный сберегательный банк Banque d'Epargnes et des Consignations, предоставляющий относительно небольшой (4,5) процент по вкладам, но отличающийся исключительной надежностью. В силу того, что с момента оплаты чеков покупателем до момента их предъявления к оплате предприятием обслуживания проходит от 7 до 9 месяцев, большой объем денежных средств, размещенных в банке, позволяет получать по процентам около половины всех финансовых поступлений как в Швейцарии, так и во Франции.

Использование доходов от деятельности агентства регламентируется особыми положениями и осуществляется на цели развития сферы и инфраструктуры социального туризма, а также на благотворительные цели.

Отпускной чек представляет собой изготовленный типографским способом платежный документ высокой степени защищенности от подделки, отпечатанный на том же оборудовании и по той же методике, что и казначейские билеты. В зависимости от варианта чеки могут быть именными – одноразового использования (Франция) или анонимными – многократного использования (Швейцария). В своем полиграфическом исполнении они представляют собой подобие чековой книжки, откуда и происходит их название – отпускные чеки. Для справки:

в настоящее время осуществляется переход на туристские (отпускные) карты. Однако в Швейцарии выпускаются чеки номиналом в 5, 10 и 50 евро, а во Франции – 50 и 100 евро.

Поскольку результаты финансовой деятельности агентств напрямую зависят от процентной ставки на капитал, размещенный в банке, и массы находящихся в обращении чеков, то для развития системы необходим постоянный поиск новых клиентов и предприятий, принимающих чеки в оплату за предоставленные услуги.

Преимущества отпускных чеков для субъектов системы. Для предпринимателя они состоят в том, что средства, выплачиваемые им работнику в качестве дотации на приобретение чеков (или карт), фактически не подлежат налогообложению (в Швейцарии, благодаря сложившейся практике, а во Франции благодаря посредству комитетов предприятий). Кроме того, они позволяют работодателю через предоставление определенных социальных услуг своим наемным рабочим создавать преимущественные условия для привлечения на предприятия рабочих ресурсов и поддерживать стабильность в сфере трудовых отношений.

Для носителей чеков преимущества состоят в увеличении размеров сбережений, так как при приобретении чеков они получают дотацию от предприятия и, скидку от предприятия обслуживания (примерно 10 %). Предприятия обслуживания видят свои преимущества в получении права обслуживания носителей отпускных чеков и на этой основе гарантированного привлечения дополнительной клиентуры.

Из истории создания чеков. Швейцарская федерация туризма учредила Швейцарский сберегательный банк для финансирования путешествий. Цель этого заключалась в накоплении сбережений для оплаты заранее оплаченных оговоренных услуг в «несезонный» период и в районах, мало посещаемых туристами. 22 июня 1939 года в Берне была создана Швейцарская касса путешествий, которая получила столь стремительное развитие, что она стала крупным предприятием. С тех пор она работает по трем направлениям: операции с отпускными чеками, организация семейного отдыха и туристская информация внутри страны.

Именно в Швейцарии возникла кон-

цепция отпускного чека, получившего широкое распространение среди предприятий и профсоюзов. Начиная с первого выпуска марок в 1940 году и вплоть до их полной замены чеками в августе 1953 года, от строительства первой «деревни для отдыха» в 1956 году до современного потенциала, насчитывающего 1360 сооружений (т. е. 6100 коек на примерно 300 тыс. членов), Швейцарская касса путешествий «REKA» выступает в качестве модели системы, чей оборот составляет 300 млн швейцарских франков в год.

Во Франции история создания системы отпускных чеков берет начало в 1971 году, когда по инициативе всех крупнейших профцентров был создан Кооперативный союз отпускных чеков – общество «Le Cheque – Vacances». В его состав вошли практически все крупнейшие профсоюзные центры, Французское общество взаимопомощи, ведущие туристские ассоциации, которые объединились на базе организации под названием «Обеденные чеки» и Центральной кассы кооперативного кредита при содействии Швейцарской кассы путешествий «REKA». Появление на свет отпускных чеков постоянно наталкивалось на сопротивление. Официальной датой рождения системы отпускных чеков во Франции можно считать 1982 год, когда был подписан ордонанс о создании системы отпускных чеков. В официальном вестнике опубликован декрет № 32-719 о порядке выполнения ордонанса.

Существуют определенные различия между двумя системами: например, чеки REKA не являются именными, поскольку рассматриваются как денежная единица, они находятся в обращении и могут быть использованы несколько раз. В Швейцарии уже можно использовать их для поездки за границу (оплата пребывания, авиабилеты компании Swissair). Но французское агентство и его швейцарский партнер намерены работать совместно.

В сочетании с различиями в государственно-административном устройстве (жесткий централизм во Франции и конфедеративный либерализм в Швейцарии) временной фактор действия системы отпускных чеков в этих странах привел к размыванию и практическому исчезновению социальной адресности швейцарских чеков и существенному расширению числа носи-

телей чеков во Франции.

Таким образом, система туристских отпускных чеков начала развиваться параллельно аграрному туризму. Невозможно было внедрять новый вид туризма без учреждения чековой системы. Поэтому становление агротуризма и возникновение чековой системы длилось 10 лет, так как нужно было увязать эти две системы или явления в одно целое.

Из этого можно сделать вывод, что без введения в оборот чековой или отпускной кредитно-карточной системы невозможно развивать агротуризм в России. Более того, система отдельных чеков (карт) должна быть увязана с системой участия в прибылях. Если работник предприятия является во всех смыслах передовым и имеет высокой КТТУ, то ему выдают акции предприятия. Каждая из которых приносит 20 % дохода и является основанием для выдачи кредитной карты, по которой рабочие оплачивают примерно половину суммы, а предприятия туристского обслуживания предоставляют скидку в размере 10 % на дополнительные услуги. Другими словами, создается рынок труда (по системе участия в прибылях) и рынок отдыха (по системе туристских отпускных чеков).

Трактовка «рынок труда» подтверждается соображением, что на предприятиях сознательную и прогрессивную часть работ-

ников как бы нанимают заново, на работу внутри предприятия на новых, более выгодных условиях. А работники, в свою очередь, стремятся оправдать возложенные на них обязанности эффективной деятельности на благо предприятия, выступая в качестве неформальных лидеров групп и подразделений. Отсюда появляется взаимовыгодное соглашение работника, стремящегося к эффективности предприятия, и предпринимателя, обеспечивающего эффективность оплаты его труда через КТТУ и акции (рынок труда) и отпускные чеки (рынок отдыха).

В одном регионе, где существуют разнотипные системы производства, рынок отдыха может сводиться не к определенной агротуристской структуре, где к оплате принимаются туристские отпускные чеки (или карты). На основе межрегиональных и международных соглашений, российский отдых может быть превращен в приоритетное направление юга страны или за рубеж (во Францию, Италию, Грецию, на Кипр).

Акции (не привилегированные) могут продаваться и местному населению, а дивиденды по ним распространяются на отдых и путешествия для всех желающих. Тогда все предприятия региона работают на высокой КТТУ и, следовательно, имеют для своих сотрудников дешевый отдых, а он в свою очередь предусматривает трансформацию своих услуг в другие регионы и за рубежом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Здоров А. Б., Здоров М. А. Прогнозирование формирования и развития сельских туристских комплексов // Экономика, труд, управление в сельском хозяйстве. 2010. № 4. С. 48–51.
2. Здоров А. Б., Здоров М. А., Абряндина В. В. Методологическая оценка эффективности управления агротуристской интеграцией // В сб.: Стратегия развития АПК и сельских территорий: перспективные идеи и конкурентоспособные технологии: Материалы международной научно-практической конференции, посвященной 50-летию ФГБНУ ВНИОПТУСХ / отв. за вып. Р. Х. Адуков. 2015. С. 596–599.

REFERENCE

1. Zdorov A. B., Zdorov M. A. Prognozirovanie formirovaniya i razvitiya sel'skikh turistskikh kompleksov // Ekonomika, trud, upravlenie v sel'skom khozyaystve. 2010. № 4. pp. 48–51.
2. Zdorov A. B., Zdorov M. A., Abryandina V. V. Metodologicheskaya otsenka effektivnosti upravleniya agroturistskoy integratsiey. V sbornike: Strategiya razvitiya APK i sel'skikh territoriy:

perspektivnye idei i konkurentosposobnye tekhnologii: Materialy mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii, posvyashchennoy 50-letiyu FGBNU VNIOPUSKh / otv. za vyp. R. Kh. Adukov. 2015. pp. 596–599.

*Здоров Александр Борисович, доктор экон. наук, профессор
кафедры «Экономика, управление и информационные технологии»
Тел: 8-499-734-69-74
E-mail: zdorov51@list.ru
141570, Московская область, Солнечногорский район, Льяловское шоссе, дом 1*

*Джабраилзаде Амал Рафиг оглы, аспирант
Тел. 8-965-191-93-52
E-mail: smaghbzd@list.ru*