

**Regional Academy of Management
European Scientific Foundation Institute of Innovation
Regional Center for European Integration
University of Moratuwa
East European Institute
Taraz Innovation and Humanities University
Academy of Imageology**



**MATERIALS
of the II International scientific-practical conference
"INNOVATION MANAGEMENT AND TECHNOLOGY
IN THE ERA OF GLOBALIZATION"**

**15-16 January 2015,
(Panadura, Sri Lanka)**

Panadura, 2015

UDC 005
LBC 65.290-2
1-64

Editorial Board:

Chairman of the Board – Professor S. Midelski (Kazakhstan).

Members of the Board: Ph. D., Professor Ye. Aktayev (Kazakhstan), D. Sc., Professor S. Baubekov (Kazakhstan), Ph. D., Associated Professor Zh. Duishev (Kyrgyzstan), Ph.D. in Economics, Associated Professor B. Gechbaia (Georgia), Ph. D., Professor D. Ismailova (Kazakhstan), D. Sc., Professor V. Kim (Kazakhstan), Ph. D. in Sociology, Professor O. Komarov (Kazakhstan), Associated Professor T. Kolossova (Kazakhstan), Associated Professor I. Makarycheva (Russian Federation), Ph. D., Associated Professor A. Morov (Russian Federation), Ph. D., Associated Professor V. Ossipov (Ukraine), D. Arch., Professor U. Rajapakshe (Sri Lanka), Ph.D. in Economics, Professor L. Takalandze (Georgia), D.B.A., Professor T. Trocikowski (Poland).

1-64 "Innovation Management and Technology in the Era of Globalization": materials of the II International scientific-practical conference. – Panadura, Sri Lanka: Regional Academy of Management, 2015. – 714 p.

ISBN 978-601-267-338-8

This is a compilation of the materials of the II international scientific-practical conference "Innovation Management and Technology in the Era of Globalization", that was held at Panadura, Sri Lanka 15-16 January 2015.

Submissions cover a wide range of issues, primarily the problem of improving management, sustainable economic development and introduction of innovative technologies, improved training and enhancement of the development of "human capital", interaction between the individual and society, psychological and pedagogical foundations of innovative education.

Materials addressed to all those interested in the actual problems of management, economy and ecology, social sciences and humanities.

UDC 005
LBC 65.290-2

ISBN 978-601-267-338-8

© Regional Academy of Management, 2015



**Аймақтық Менеджмент Академиясы
Региональная Академия Менеджмента
Regional Academy of Management**



Медаль
«ЛИДЕР КАЗАХСТАНА 2013»

**Қазақстан Көшбасшысы *
Лидер Казахстана *
Leader of Kazakhstan ***

* According to the National Business Rating
Kazakhstan: <http://nbr-kz.com/> / Согласно данным
Национального Бизнес-Рейтинга Казахстана:
<http://nbr-kz.com/>



Regional Academy of Management is a public Academy of Sciences, a self-governing community of scholars, teachers and practitioners in the management from the Republic of Kazakhstan, the European Union and the CIS countries, Turkey, India and Georgia. Holds the honorary title "Leader of Kazakhstan" among research organizations.

The purpose of the Academy is to promote social and managerial knowledge and technology, as well as the implementation of economic, sociological, socio-psychological and other fundamental and applied research on topical issues of governance.

Academy provides independent certification and assessment of the quality of training of the teaching staff, as well as leaders and practitioners of the highest qualification in the management and social sciences, with the issuance of the relevant qualification documents.

For more information visit: www.regionacadem.org
Inquiries by e-mail: inf.academ@gmail.com

Региональная Академия Менеджмента – академия наук, самоуправляемое сообщество ученых, преподавателей и специалистов-практиков в области управления из Республики Казахстан, стран Европейского Союза и СНГ, Турции, Индии, Грузии. Обладатель почетного звания «Лидер Казахстана» среди научных организаций.

Целью Академии является содействие развитию социально-управленческих знаний и технологий, а также проведение экономических, социологических, социально-психологических и иных фундаментальных и прикладных научных исследований по актуальным проблемам управления.

Академия осуществляет независимую аттестацию и оценку качества подготовки научно-педагогических кадров, а также руководителей и специалистов-практиков высшей квалификации в области менеджмента и других социальных наук с выдачей соответствующих квалификационных документов.

Подробная информация на сайте: www.regionacadem.org
Справки по электронной почте: inf.academ@gmail.com

**ORGANIZERS OF THE CONFERENCE:
ОРГАНИЗАТОРЫ КОНФЕРЕНЦИИ:**



Regional Academy of Management
(Pavlodar, Kazakhstan)
www.regionacadem.org
Региональная Академия Менеджмента
(Павлодар, Казахстан)



European Scientific Foundation
Institute of Innovation (Wloclawek, Poland)

Europejska Fundacja Naukowa
Instytut Innowacji (Wloclawek, Polska)



Regional Center for European Integration
(Wloclawek, Poland)
<http://rcie.pl>
Regionalne Centrum Integracji Europejskiej
(Wloclawek, Polska)



University of Moratuwa
(Moratuwa, Sri Lanka)
<http://www.mrt.ac.lk>
Университет Моратува
(Моратува, Шри-Ланка)



East European Institute
(Izhevsk, Russian Federation)
www.mveu.ru
Восточно-Европейский институт
(Ижевск, Российская Федерация)



Taraz Innovation and Humanities University
(Taraz, Kazakhstan)
www.tigu.kz
Таразский инновационно-гуманитарный университет
(Тараз, Казахстан)



Academy of Imageology
(Astana, Kazakhstan)
www.imageology-academy.kz
Академия Имеджелогии
(Астана, Казахстан)

CONTENTS / СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|--|-----------|
| Organizers of the Conference / Организаторы конференции... | 4 |
| Contents / Содержание..... | 5 |
| Reports at the Plenary Session / Доклады пленарного заседания..... | 13 |
| 01. R. Priyantha New Public Personnel Management Reforms at Work in Sri Lanka: a Waddling Effort of Transforming Civil Service? | 13 |
| 02. Ю.Н. Лачинов Экономическое образование в эпоху глобализации..... | 32 |
| 03. А.М. Шубалый, Ю.М. Хвесик Трансформация эколого-экономических отношений в лесном секторе Украины в контексте проевропейских реформ..... | 39 |
| 04. В.В. Музыченко К вопросу о влиянии кадровых технологий на капитализацию компаний..... | 47 |
| 05. Ж.А. Дуйшеев Научно-организаторская деятельность профессора-историка Кушбека Усенбаева..... | 54 |
| 06. А.В. Моров Лидерство и проактивность как направления личностного развития..... | 60 |
| 07. Zh.A. Temerbayeva, D.D. Esimova Training of high school teachers provides competitiveness..... | 63 |
| 08. О.Е. Комаров Польский опыт развития местного самоуправления..... | 66 |
| 09. Ф.А. Мухитдинова Государственно-правовые взгляды Абу Насра Фараби и мыслителей Востока..... | 71 |
| 10. З.Н. Сарсенбаева На пути к экономике знаний..... | 76 |
| 11. С.В. Затравина Система управления социально-экономическим развитием региона: проблемы и пути их решения..... | 82 |
| 12. И.Н. Макарычева Мотивационный потенциал среды как необходимое условие повышения эффективности деятельности..... | 88 |
| 13. В.К. Serdali, K.O. Orazbekuly Spiritual values and traditions of the Kazakh people..... | 94 |
| 14. С.Л. Мидельский О некоторых элементах тюркского влияния на польскую историю, язык и культуру..... | 101 |

| | |
|--|------------|
| 5.14. М. Серік, Д.С. Байғожанова, К. Сүлейменова Білім беру сапасын жетілдіруде педагогикалық өлшемнің теориялық негіздері..... | 477 |
| 5.15. Р.Ө. Мәрсәлі Инновациялық оқытудағы сындарлы мұғалімнің көшбасшылық сапалары..... | 485 |
| 5.16. Т.Ю. Ремезова Способы преодоления трудностей в процессе аудирования (на основе IELTS listening)..... | 492 |
| 5.17. Г.М. Сатибалдиева Деңгейлеп оқыту технологиясы арқылы оқушылардың білімінің деңгейін ұйымдастыру және шығармашылық қабілеттерін дамыту..... | 496 |
| Section VI / Секция VI. Recreation and tourism, sports, medicine and health / Рекреация и туризм, спорт, медицина и здоровье..... | 504 |
| 6.1. С.Т. Кохан, В.Л. Антонов Воспитание потребности занятий физкультурой и спортом..... | 504 |
| 6.2. Б.М. Тажигулова, С.С. Тасмаганбетов, И.Б. Имангаликова Научно-педагогические основы здорового образа жизни студентов высших учебных заведений..... | 508 |
| 6.3. Б.М. Тажигулова, Б.Б. Куандыков Некоторые аспекты основных методов, средств и форм подготовки спортсменов-инвалидов..... | 514 |
| 6.4. D.D. Esimova, A.E. Temerbayeva International cooperation in the field of tourism..... | 521 |
| 6.5. Д.Д. Есимова, А.М. Жанабилова Особенности формирования и продвижения странового брендинга государства..... | 524 |
| 6.6. А.З. Абдулхаиров Новые перспективы инвестирования в туристско-рекреационную отрасль Крымского полуострова..... | 528 |
| 6.7. Г.Ж. Гайсина, М.Т. Баймуханова, Д.О. Ахмурзина Рекреация – Қазақстандағы ішкі туризмді дамытудың маңызды жолы ретінде..... | 533 |
| 6.8. Р.М. Жолумбаева, А.К. Ермекбаева, А.Ж. Гайсина Туристік кәсіпорындағы маркетингті ұйымдастыру және бақылау | 536 |
| 6.9. Ф.А. Рахимова Особенности развития международного туризма в Казахстане..... | 539 |
| 6.10. К.И. Трубецкая Рекреационные ресурсы Шри-Ланки..... | 545 |
| 6.11. Р.Е. Таракбаева Қонақүйдегі қызмет көрсетуді басқаруды ұйымдастыру..... | 549 |

осмысленных, субъектных, способных к активному и позитивному преобразованию действительности.

Список литературы:

1. Макарычева И.Н. Развитие личности и резервы личной эффективности // Современная психология: теория и практика. Материалы XII Международной научно-практической конференции. – М., 2014. – С. 142 – 147.

2. Мороз А.В. Взаимосвязь лидерства и субъектности личности // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2014. - № 06 (65). – С. 190 – 192.

3. Мороз А.В. Лидерство и экзистенциальная рефлексия в системе социально-психологической адаптации личности // Казанский педагогический журнал. – 2014. – Т. 106, выпуск 5. – С. 116 – 122.

4. Мороз А.В. Социально-психологический тренинг лидерства в системе подготовки практических психологов // Высшее образование сегодня. 2014. № 4. С. 50-52.

5. Сергиенко Е. А. Проблема соотношения понятий субъекта и личности // Психологический журнал. – 2013. – Том 4, № 2. – С. 5–16.

07. TRAINING OF HIGH SCHOOL TEACHERS PROVIDES COMPETITIVENESS

Zh.A. Temerbayeva, D.D. Esimova

Pavlodar State University named after S.Toraygirov
(Pavlodar, Kazakhstan)

The issue of professionalism and personality of high school teachers is associated with the high level requirements of society and the professional community to educational activities. This calls for constant improvement of personal characteristics, enhancing existing and acquiring new knowledge, orientation, each for personal growth and professional excellence. These and other claims may be made, subject to the inclusion of teachers in different systems of postgraduate education. And here the priority is getting the idea of continuing education.

For many objective and subjective reasons modern teacher is just unthinkable without innovation, research, work on self-development and self-improvement. Over the past twenty years, the domestic educational environment has experienced many approaches to professional development and retraining of teachers of high school. Unfortunately, only some of them were really effective.

In my opinion, properly organized process of high school teacher training will help in solving the problem. In the new educational paradigm of the “developmental education”, continuing education activities aimed at

helping teachers of new professional competences. High school teacher must provide modern contents of the educational process, using modern educational technology and develop innovative competence of graduates and to create conditions for improving their competitiveness in the labor market.

The need to include teachers in the educational activity is caused by the following characteristics and trends of social development and development of the higher education system: a new social order, behind in training, retraining and advanced training of teachers the shift of mass reproduction of individual creativity; the increasing pace of aging knowledge and their applications; humanization and democratization, education systems, the establishment of a system of continuous education, the movement of world culture; high school needs to improve humanitarian, psycho-pedagogical training; the needs of higher education teachers, possessing not only high levels of academic excellence, but also creative activity, ready for development and self-development, initiative and responsible.

Thus, the purpose of the training is the update of the theoretical and practical knowledge of teachers due to increased skill requirements and the need for the development of modern methods of solving professional tasks. Today, training is an important part of competence development Faculty of high school. The high quality of instruction on educational programs of excellence, in my view, is: high professional level of teaching staff; the relevance of educational programs for teachers Pedagogical University; use of modern educational technologies.

One of the important directions of development is formation of professors' motivation and other university employees to improve professionalism and personal growth through proper organization of content updates and refresher courses. With regret, I have to admit that the teacher is not always has the proper motivation to improve professional competencies in line with the new standards and new technologies (sometimes he enjoys outstanding lectures, written over 10 years ago). To the qualification it refers to the formal positions: to go through the regular competition and to be re-elected to the post. At first, the plan is not the quality of the training and certificates.

Development programs within the framework of retraining are flexible and allow you to build individual learning path. This feature appeared, thanks to the modularity and scalability of choice modules. Advantages of block-box model refresher, in my view, are a common and convenient method for determining the program of refresher courses; easy adjustment of curricula and adaptation to the needs of students; the openness of the program to further improve by developing additional modules; students to study individual modules in the system of continuous professional

development; convergence of the education systems of participating countries of the Bologna process.

In addition to the above, the intensity of training is carried out at the expense of traditional teaching load and move to work with a personal tutor. It simplifies the implementation of development programs in distance learning mode. Compensate for reduced teaching load is possible and you as independent work, to do this we provide teacher, various sources of information: teaching materials and proprietary electronic textbooks, information drives, public resources on the Internet etc. Intensiveness promotes the use of active and interactive learning methods. These methods increase the interest of teachers to the target material, guide the learning process to achieve personal results.

In my practice, saw one significant fact. High efficiency in the development of the motivation to improve the professional competence of teachers has a bracket for moral incentives: coverage of their activities and professional achievements in the scientific and pedagogical community, organization of competitions of professional skills and the ability to share experiences. All this shows that the modern system of training should be directed not only to the demands of society and the professional community, production, but more on the needs of the individual with an interest in sustaining and developing their abilities, in need of self-assertion and social security, to improve professionalism and ready identification, be competent in the profession and the conduct of their own lives.

Literature review:

1. Romanova L.M., Matushanskii G.U. (2010). Kompetentnost model prepodavatelya vyshei shkoly // Innovacionnaya obrazovatel'naya sreda kak faktor razvitiya uchebnogo zavedeniya [Competence model of a high school teacher // Innovative learning environment as a factor in the development of an educational institution]. *Ministry of Education and Science*, pp. 133-134;

2. Matushanskii G. U., Zavada G.V. (2011). Modelirovanie povysheniya kvalifikatsii prepodavatelya vishey shkoly na traektorii assistant – starshyi prepodavatel – docent [Modeling of teacher's training school on tool path as an assistant – lecturer – associate professor]. *Alma mater*, pp. 40-42;

3. Vozgova Z.V. (2012). Razvitie sistemy nepreryvnogo povysheniya kvalifikatsii nauchno - pedagogicheskikh rabotnikov: monografiya [The development of a continuous professional development system of teaching staff: monograph]. VLADOS *humanities publishing house*. pp. 272;

4. Kovaleva T.M., Kobisha E.I., Popova S.U., Terov A.A., Cheredilla M.U. Professiya tutor [The profession of "tutor"]. SFK office. pp 246;

5. Zmeev S.I. (2001). Tehnologiya obucheniya vzroslyx: uchebnoe posobie dlya studentov vysshix uchebnyx zavedenii [An educational

technology for adults: manual for institution students]. "Academy", publishing center. pp. 128.

08. ПОЛЬСКИЙ ОПЫТ РАЗВИТИЯ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ

О.Е. Комаров

Павлодарский государственный педагогический институт
(г. Павлодар, Казахстан)

Процессы институционализации местного самоуправления являются важной составной частью экономических, социальных и политических преобразований на постсоветском пространстве. Местное самоуправление приближает политическую власть к народу, создавая условия для демократизации всей системы социального управления и повышения его эффективности.

Местное самоуправление занимает в политической системе общества особое положение. Имея двойственную общественно-государственную природу, местное самоуправление является своеобразным посредником между государством и обществом, центральной и местной властью. Ценность местного самоуправления заключается в его потенциале поддерживать динамический баланс государственных и общественных интересов, развивать такие управленческие взаимодействия и организационные практики, которые наиболее адекватно отвечают степени сложности и разнообразию социальных проблем [1, С. 3].

Выявленные автором циклы чередования периодов централизации и децентрализации в развитие местной власти и неоднократные реформы регионального и местного уровня управления, обусловлено противоречиями между стремлением к созданию благополучных, самодостаточных и саморазвивающихся местных сообществ и возможностью всеобъемлющего контроля и регламентации жизни на местах. В этих условиях централизация и децентрализация, выступают объективно взаимодействующими, дополняющими и уравнивающими друг друга сторонами одного процесса, способствуя устойчивому развитию государства и гражданского общества [2, С. 10].

Как справедливо отмечено И.Н. Трофимовой, «более развитые общества смогли не просто выработать новые социальные, политические и управленческие технологии, но удерживать под контролем процессы реформирования своих институтов, своевременно реагировать на негативные явления, в целом добиваясь положительных результатов. Потенциал менее развитых обществ оказался не достаточным, чтобы выработать собственные

2. Дубровский В.И. Спортивная медицина: Учеб. для студ. высш. учеб. заведений. - 2-е изд., доп. - М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 2002. - 512 с.

3. Дубровский В.И. Реабилитация инвалидов-спортсменов. - В кн.: Спортивная медицина: Учеб. для студ. высш. учеб. заведений. - 2-е изд., доп. - М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 2002.

4. Лечебная физическая культура: Справочник / Под ред. Проф. А. Епифанова. - М.: Медицина, 2004. - 592 с.

6.4. INTERNATIONAL COOPERATION IN THE FIELD OF TOURISM

D.D. Esimova, A.E. Temerbayeva

Pavlodar State University named after S.Toraygirov
(Pavlodar, Kazakhstan)

The WTO's contribution to the development of international tourism is that currently tourism has a major impact on the national economy of the host country and generation, on the development of the world economy as a whole, as well as on intergovernmental relations. There is a need for management of international touring draw, both within individual countries and at the international level. For the international management of tourism activities and their regulation at the international level are international tourism organizations in various fields. Currently there are more than 200. These are associations, unions, federations, committees, bureaus and commissions.

International tourism organizations are divided into the following main groups: the world of a general nature, global sectorial nature, regional general nature, and regional sectorial nature, specialized and special.

Head World Tourism Organization of a general nature - the World Tourism Organization (WTO). In 2003, it included in 141 countries, 7 territories - regular and associate members and more than 350 affiliate members, among which are: national governmental organizations, tourist associations, private companies (including airlines, tour operators, hotel and Restaurant Association), educational institutions and tourism profile. The WTO Headquarters is located in Madrid (Spain).

The Supreme management body of the WTO General Assembly is convened every two years. In the composition of the decision -making bodies, the General Secretariat of the Executive Board, the Committee affiliate members. The General Assembly will establish six regional commissions for Africa, North and South America, East Asia and the Pacific, Europe, The Middle East and South Asia.

The Commission meets at least once a year and is composed of all full and associate members in the region concerned. This twenty-second day of December 2003, the United Nations General Assembly adopted at

its 50 session a resolution marking the transformation of the World Tourism Organization into a fully-fledged specialized agency of the UN. This status gives the WTO right to participate as a full member in the work of the Administrative Committee on Coordination (ACC), which is developing a system - wide strategy in response to the overall intergovernmental directives in the field of economic cooperation and development.

The WTO will also be invited to participate in the work of the General Assembly, the economic and Social Council (ECOSOC) and the United Nations Security Council. WTO has the right to make proposals and able to emphasize the role of tourism in socio -economic development and in achieving the Millennium development goals.

The World Tourism Organization is committed to developing tourism, promote economic development, create jobs, promote measures to protect the environment and cultural heritage, as well as to promote peace, well - being and respect for civil rights.

The WTO's top priority at present, are the following:

- collaboration in the name of development, i.e., expansion and deepening of cooperation in the field of tourism to the development of countries and regions of the world;
- development of human resources, i.e. improving the quality of education and training of tourism personnel;
- planning, development and implementation of measures for the protection and management of the environment;
- improving the quality of tourist services and the safety of tourist services;
- explore the tourist market, the collection, analysis and systematization of statistical data; prediction of the development of tourism in the world;
- ensuring the links between countries and regions participating in the tourism development, development and distribution of tourism literature.

The WTO decides its objectives by cooperating with other international organizations (in particular, UNESCO, the World Health Organization, The International Civil Aviation Organization, governmental agencies, WTO member countries, national tourism organizations), establishing new contacts with governmental, tourist and other concerned organizations of different countries, participating in international, regional and national conferences, seminars and projects.

The unique position of the WTO allows it to perform special projects on tourism promotion. Examples of such projects include the "Silk Road" and "The Way Slaves", implemented jointly with UNESCO.

"Silk Road project". This project, launched in 1994, it aims to revive the ancient trade route caravan tourism, traversed the Eastern Asia from China to the Mediterranean Sea. 22 countries have joined efforts for the implementation of this project: Japan, Republic of Korea, the Democratic People's Republic of Korea, China, Kazakhstan, Kyrgyzstan, Mongolia,

Russia, Syria, Pakistan, Uzbekistan, Tajikistan, Turkmenistan, Iran, Italy, Israel, Armenia, Azerbaijan, Georgia, Turkey, Greece and Egypt. The project was started in 1995. In the framework of the UN international year of tolerance. Its aim is to promote the development of cultural tourism in West African countries, and the immediate task is the restoration of monuments, fortification of historical museums and organization by sending markets joint promotions that allow visitors to get acquainted with the history of these countries and to awaken interest in the visit. In the future, hope to expand the project to include other countries of southern and Eastern Africa, and the Caribbean.

The WTO aims to foster cooperation in the field of tourism, the Tourism Council of the CIS, because the belief those countries with similar problems and challenges in the field of tourism development can better solve them together. For this reason, WTO participated in meetings of the Board of tourism of the CIS countries, which took place in 1996-1999 in Tashkent, Moscow, Ashgabat, Tbilisi and Kiev. In past meetings of the WTO representatives supported the work of the Council and expressed the need to strengthen its coordinating role. Given an active and dynamic role of the Council in the coordination of tourism policies of the countries of the CIS, in Kiev (2000) and Bishkek (2001) the meetings of the Council attended the WTO Secretary-General Francesco Frangialli.

The WTO has provided methodological assistance in developing tourist legislation of a number of CIS countries. Secretariat and WTO experts regularly provide advice to national tourism administrations of these States on a broad range of issues of tourism development. Of the world's leading organizations of a general nature, it should be noted also the world travel and Tourism Council and the International Association for World Tourism. In the field of tourist business and enterprise are organizations such as the World Federation of travel agencies, World Federation of travel agency associations. To world tourism organizations sectorial nature are: the international air transport Association, the International Association of maritime passenger transport carriers, International Hotel Association, the International Union for the national associations of hotels, restaurants and cafes, the International Association of Congress centers. The most famous regional tourism organizations of a general nature - Tourist Association of Asia and the Pacific, the travel industry Association of America, the Caribbean Tourism Association, Arab tourism Union, Pan-African Tourism Organization, Association for the development and coordination of European tourism Exchange and of the regional tourist organizations, sectorial nature – Asia - Australasian hotel and Restaurant Association, Association of Asian Airlines, the American Hotel Association, Arabic hospitality Alliance, the African Airlines Association, the Association of European airlines, the European Federation of motels, the Confederation of national associations of hotels, restaurants, cafes and similar establishments in the European Union and the European economic area. A

group of specialized international tourist organizations include the Organization of different types of tourism: social, youth and business. These include, in particular, the International Bureau of social tourism, International Federation of social tourism, International Bureau for youth tourism and exchanges, the Federation of international youth travel organizations, International Association for tourism for business, International Association of conventions and Visitor Bureau, Association of specialized conferences.

A group of special organizations of the tourism sector in different fields that perform specific functions include: responsible for cooperation in the field of tourism information; regulating professional tourism education; managers of research in tourism sphere; to facilitate the development of international tourism. This group includes, in particular, the International Federation of journalists and writers covering tourism, International Association for documentation and information in the field of culture and tourism, World Association for professional training in the field of tourism, Association for research in the field of tourism and travel, International Club Guide and the International Union for conservation of nature and resources.

Literature review:

1. Dubaev N.M. (2004). Geografiya mezhdunarodnogo turizma. Strany SNG I Baltii [Geography of international tourism. CIS and Baltic States]. *Aversev*. pp. 252;
2. Korai D.Z. (1997). Razvitie turizma v usloviyah sovremennykh integracionnykh processov // Tezisy dokladov I soobshebi Mezhdunarodnoi nauchno – prakticheskoy konferencii [Development of tourism in modern integration processes // book of abstracts reports of the international scientifically - practical conference]. *Moscow*. pp. 176-178;
3. Savina N.V., Gorbyleva Z.M. (2000). Ekskursovedenie [Tourism Guide]. *Moscow*. part 1, pp. 123.

6.5. ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ И ПРОДВИЖЕНИЯ СТРАНОВОГО БРЕНДИНГА ГОСУДАРСТВА

Д.Д. Есимова, А.М. Жанабилова

Павлодарский государственный университет им. С. Торайгырова
(г. Павлодар, Казахстан)

Мнения и суждения человека о другом государстве выстраиваются на основе деятельности этого государства на международной арене, высказываний отечественных влиятельных и авторитетных личностей, политических и общественных лидеров страны и др.

При этом каждое государство есть уникальный по набору конгломерат ценностей, национальных интересов, специфических особенностей географического положения, характеристик внутригосударственной экономической системы, социальных и политических процессов, этнических и культурных особенностей, традиций, нравов и обычаев, эволюционирующих в перманентно развивающемся сообществе людей. Перечисленное так или иначе участвует в формировании бренда страны в глобальном измерении, задачей которого, по сути, является конструирование имиджа за рубежом, положительно сказывающегося и на развитии туризма, и на привлечении инвесторов, и на общественном мнении в целом. В эпоху глобализации, стирающей национальные и культурные границы, потребность иметь свой собственный бренд как никогда актуальна. И для страны эта задача не менее важна, чем для любой компании. В конечном результате, государства тоже предлагают иностранным компаниям и иностранным гражданам некий продукт, а именно - себя в качестве центра туризма, подходящего места для ведения бизнеса или вложения инвестиций, поставщика качественных товаров и т.д.

Чтобы привлечь деньги из-за рубежа, страна должна обладать оригинальным, узнаваемым и, главное, положительным образом - одним словом, всем тем, что входит в понятие бренда. Ряд стран и территорий уже создали такие бренды и теперь по всем правилам ведут маркетинговые кампании по продвижению как среди своих граждан, так и за рубежом [1, с. 256].

Теория странового брендинга

Создание бренда страны — сильнейший инструмент повышения привлекательности товаров страны-производителя, т.к. бренд несет высокую прибыль и обеспечивает долгосрочное развитие. Один из основных признаков бренда – наличие устойчиво существующего большого числа лояльных потребителей. Страна, имеющая бренд, не только привлекает туристов, ее национальный бизнес и товары получают сильную поддержку в конкурентной борьбе.

Любая страна, претендующая быть конкурентоспособной на международной арене, должна осознавать, что отсутствие узнаваемых позитивных брендов или наличие негативных брендов является серьезным препятствием для действий государства. В итоге государства профессионально позиционируют себя на мировом рынке: бренд и имидж страны становятся составляющими национального капитала.

Целостный бренд государства складывается из множества составляющих компонентов: политический или общественный деятель данного государства, отдельные сферы жизнедеятельности государства – власть, экономика, армия, внешняя и внутренняя

политики и т.д. Это именно то, что определяет репутацию, которую приобретает или приобретет государство в сознании мировой общественности в результате взаимодействий тех или иных ее субъектов, взаимодействующих с остальным миром. Поэтому бренд страны является совокупным показателем авторитета и успешности его действий на международной арене, оценкой мнения зарубежной общественности о стране.

Формирование странового брендинга выполняет ряд существенных функций в развитии государства.

Во-первых, внутренний брендинг государства способствует преодолению конфликтности и абсентеизма в обществе, развитию патриотизма и идентичности.

Во-вторых, международный брендинг государства помогает сформировать совершенно различные восприятия собственной страны, отношения других государств и собственных граждан к государству. Положительный международный имидж государства помогает закреплять политические успехи на мировой арене, выстраивать нужный ассоциативный ряд, практически, любому действию государства [2, с. 54].

Сущность бренда страны заключается в совокупности непреходящих ценностей, отражающих своеобразие, неповторимые оригинальные потребительские характеристики данной территории и сообщества, широко известные, получившие общественное признание. Бренд формируется на основе ярко выраженного позитивного имиджа страны, в основе которого лежат уникальные возможности удовлетворения тех или иных запросов ее потребителей; бренд страны является высшим проявлением эмоциональных потребительских предпочтений.

В итоге страновой брендинг олицетворяет собой комплекс возможностей и гарантий реализации существенных интересов членов различных групп целевой аудитории, заинтересованных в наиболее эффективном использовании конкурентных преимуществ данной территории для жизни, бизнеса, капиталовложений, отдыха, учебы и т.д. При этом имидж страны – это его конкурентное преимущество. Брендинг страны – это стратегический подход к развитию этого преимущества и видения того, куда страна может двигаться. Без такого видения страна не сможет конкурировать. При этом проецируемый во внешний мир бренд страны имеет эффект и на ее население.

Рассматривать государство, как бренд, невозможно, без понятия национальной идентичности. Это тот фундамент, на котором можно строить мнения, отношения и ассоциации среди целевых аудиторий. Источником идентичности бренда является набор идей, ценностей, характерных особенностей, культуры, слов, образов, которые в

совокупности создают в сознании представителей целевой аудитории определенные ассоциации с государством – брендом [3, с. 12].

Именно индивидуальность государства, его идентичность делает одну страну отличимой от другой и формирует узнаваемый имидж. Причина, по которой государства формируют и реформируют свои идентичности заключается в том, что меняются их реалии, и государствам необходимо проецировать эти реальные изменения посредством символов на все аудитории, с которыми они соприкасаются.

Основой для формирования бренда страны является страновая индивидуальность, которая включает в себя, с одной стороны, официальные «опознавательные» характеристики страны. Это комплекс визуальных, вербальных и других признаков, по которым люди идентифицируют страну (место на карте, название, герб, флаг, гимн и т.д.).

Кроме того, страновая индивидуальность также включает в себя характеристику совокупности особенностей и ресурсов страны. К ним относятся: природные, демографические, исторические, социальные и культурные особенности и ресурсы; экономические особенности и ресурсы; организационно-правовые и информационные особенности и ресурсы.

Страновая индивидуальность отражает также технологии и подходы к работе, доверие партнеров и экспертную информацию, уровень и качество руководства, степень развития коррупции, особенности общения и многое другое. Все эти факторы влияют на бренд, имидж и конкурентоспособность страны. На Западе и постсоветском пространстве проблемы формирования и продвижения бренда и имиджа страны сегодня, зачастую, трактуются с позиции определения стратегических приоритетов ее развития и даже формулировки национальной идеи.

Поэтому концепция построения бренда должна включать следующие шаги:

- поиск ценностей, характеристик и атрибутов которые должны ассоциироваться с брендом;
- определение идентичности бренда; трансформация идентичности в некое «видимое» предложение для его потребителей в форме услуг, продуктов и т.п.;
- коммуницирование и проецирование идентичности соответствующим путем.

Таким образом, продвижение национального бренда является крайне важным для любого государства. При этом экономический рост и динамичное развитие отношений с другими государствами, во многом, зависят от того, каким образом сформирован и продвигается на внешнем рынке бренд страны. В этом смысле законы конкуренции

и маркетингового продвижения одинаковы и на уровне государства, и на уровне бизнеса.

Список использованной литературы:

1. Ердавлетов С.Р., Нурахмедова С.А. «К вопросу о туристском бренде Казахстана» – Вестник КазНУ. Серия географическая, 2009, №2 (29) –165 с.
2. Годин А.М., Дмитриев А.А., Бабленков И.Б. Брендинг: Учебное пособие. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2004, – 364 с.
3. Домнин В.Н. Брендинг: новые технологии в России. Учебное пособие. – Санкт-Петербург 2004. – 235 с.

6.6. НОВЫЕ ПЕРСПЕКТИВЫ ИНВЕСТИРОВАНИЯ В ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННУЮ ОТРАСЛЬ КРЫМСКОГО ПОЛУОСТРОВА

А.З. Абдулхаиров

Крымский инженерно-педагогический университет
(г. Симферополь, Республика Крым)

Изменение политико-правового статуса Крыма весной 2014 г. отразилось на самых разных аспектах общественной жизни полуострова, в том числе на его инвестиционном климате. Фактически мы имеем дело с новыми социально-экономическими реалиями, когда по-прежнему сохраняют актуальность некоторые проблемы, традиционно снижавшие инвестиционную привлекательность Республики Крым и г. Севастополя, но, вместе с тем, возникают новые, отсутствовавшие ранее горизонты и перспективы. В значительной степени это касается туристско-рекреационной отрасли Крыма, для которой сезон 2014 г. стал временем нелегких испытаний. По данным на середину октября 2014 г. в этом году Крымский полуостров посетило 3,7 млн. туристов, что на 2 млн. меньше, чем за аналогичный период прошлого года (около 5,7 млн. чел.) [1]. Туристский контингент текущего сезона отличается от предыдущих лет увеличением числа граждан Российской Федерации, ростом платежеспособности туристов, активизацией спроса на организованный (путевочный) отдых, а также резким повышением роли авиационного транспорта и Керченской паромной переправы в процессе доставки рекреантов. Одновременно с этим в условиях т.н. «переходного периода» формируется новая нормативно-правовая база, способная существенно повлиять на инвестиционную привлекательность крымских проектов в туристско-рекреационной сфере. С учетом таких динамичных и радикальных изменений